

Diplôme en développement commercial et marketing digital

RNCP39677 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34093, 34085
Code(s) ROME	D1401, M1703, C1206, D1402, D1406
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2025

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040
ESC - FORCE OUEST · SIRET : 81263551400019

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire du diplôme visé sera capable de développer de nouvelles formes de commerce, de distribution et de gestion nées des avancées numériques. Il pilote les actions commerciales, est capable à terme de gérer des fonctions d'encadrement d'une équipe commerciale ou d'un centre de profit. Il participe à l'analyse des marchés, et à définir les plans de développement des ventes, en intégrant l'utilisation des outils de e-business. Il sait mettre en œuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale.

ACTIVITÉS VISÉES

De façon générale, le titulaire de la certification peut être amené à exercer les activités suivantes :

1. Piloter la mise en œuvre d'une unité commerciale dans le cadre de la stratégie marketing définie
2. Mettre en œuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale
3. Concevoir et piloter la commercialisation de l'offre produits/services de l'entreprise
4. Mettre en œuvre les règles juridiques applicables à une situation de gestion et identifier les risques associés
5. Piloter les ressources humaines de l'équipe commerciale en favorisant une mise en œuvre efficiente de la stratégie de l'entreprise.
6. Utiliser le système d'information de l'entreprise comme aide à la décision
7. Intégrer la digitalisation dans les actions de développement de l'entreprise et piloter les e-projets

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Piloter la mise en œuvre d'une unité commerciale dans le cadre de la stratégie commerciale définie

- S'approprier la sémantique et les concepts marketing, en identifiant les acteurs et les règles qui régissent le marketing
- Maîtriser la démarche et les outils clés du marketing, en analysant les marchés et le comportement des consommateurs
- Appréhender la notion de valeur en marketing
- Transformer les variables opérationnelles du mix en création de valeur
- Mettre en application les concepts de création de valeur

Mettre en œuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale

- Développer des compétences dans le domaine de la comptabilité et de la finance pour pouvoir analyser l'impact financier des décisions prises et ce pour assurer la pérennité et la performance de leur entreprise.
- Analyser et interpréter des états financiers
- Déterminer et interpréter des coûts de revient et des marges pour la prise de décision
- Analyser les processus budgétaires
- Concevoir des tableaux de bord et le suivi des indicateurs

Concevoir et piloter la commercialisation de l'offre produits/services de l'entreprise

- Savoir concevoir et piloter la commercialisation de l'offre produits / services de l'entreprise
- Bâtir une stratégie commerciale
- Construire le processus commercial intégrant la proposition de valeur, le business model, la segmentation et le plan d'action commercial
- Préparer et conduire l'entretien commercial
- Conduire une négociation
- Mesurer et optimiser la performance commerciale

Mettre en œuvre les règles juridiques applicables à une situation de gestion et identifier les risques associés

- Connaître les contraintes juridiques en allant de leur compréhension d'un point de vue théorique à leur interprétation d'un point de vue pratique.
- Se familiariser avec les logiques de régulation qui sont désormais le propre de toute organisation, en étant placé dans une situation managériale qui requiert une analyse juridique
- Savoir vérifier la légalité d'une situation après avoir identifié la règle juridique pertinente

Piloter les ressources humaines favorisant une mise en œuvre efficiente de la stratégie de l'entreprise.

- Positionner sa contribution au cœur de l'articulation entre stratégie (Direction), stratégie RH (DRH) et management opérationnel (manager commercial, responsable de centre de profit)
- Manager son équipe
- Intégrer la diversité des équipes dans son management opérationnel
- Être efficient dans les activités de recrutement, d'évaluation et de développement des compétences de son équipe
- Adapter sa communication écrite et sa conduite de réunions au management à distance

Utiliser les SI de l'entreprise comme aide à la décision

- Développer des compétences nécessaires pour tirer le meilleur des potentialités des technologies de l'information afin de développer leur activité commerciale et garantir le positionnement concurrentiel de leur entreprise.
- Utiliser des outils tels les ERP et CRM pour la gestion de la relation client.
- Mettre en œuvre les outils du e-commerce
- Utiliser Google Adwords et Google Analytics pour la promotion en ligne et l'évaluation de l'audience des sites Internet.

Intégrer la digitalisation dans les actions de développement de l'entreprise et piloter les e-projets

- Identifier les enjeux numériques de l'entreprise et les menaces et opportunités pour la fonction commerciale
- Intégrer le numérique dans la stratégie de l'entreprise : passer du mode « site web » à la redéfinition du modèle stratégique de l'entreprise pour asseoir le développement de l'entreprise sur une stratégie numérique
- Intégrer l'analyse de données au service de la performance
- Mettre en œuvre les méthodes et outils de la stratégie e-marketing
- Mettre en œuvre le management dans une entreprise numérique : effectuation, lean start-up

Blocs de compétences

RNCP39677BC01 — Piloter la mise en œuvre d'une unité commerciale dans le cadre de la stratégie commerciale définie

LISTE DE COMPÉTENCES

- S'approprier la sémantique et les concepts marketing, en identifiant les acteurs et les règles qui régissent le marketing
- Maîtriser la démarche et les outils clés du marketing, en analysant les marchés et le comportement des consommateurs
- Appréhender la notion de valeur en marketing
- Transformer les variables opérationnelles du mix en création de valeur

- Mettre en application les concepts de création de valeur

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'études de cas, les apprenants identifient les acteurs du marketing, déterminent la démarche marketing d'une entreprise

Dans le cadre du rapport de stage de 1ère année, les apprenants analysent le marché de l'entreprise, son positionnement, ses concurrents et le comportement des consommateurs

Dans le cadre d'études de cas, les apprenants identifient la création de valeur et déterminent un mix adapté à la stratégie

RNCP39677BC02 — Mettre en oeuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Développer des compétences dans le domaine de la comptabilité et de la finance pour pouvoir analyser l'impact financier des décisions prises et ce pour assurer la pérennité et la performance de leur entreprise.
- Analyser et interpréter des états financiers
- Déterminer et interpréter des coûts de revient et des marges pour la prise de décision
- Analyser les processus budgétaires
- Concevoir des tableaux de bord et le suivi des indicateurs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'un business game spécifique, les apprenants gèrent une mini entreprise et prennent des décisions de gestion sur la base des états et de l'analyse des résultats financiers.

Dans le cadre d'études de cas, les apprenants effectuent des calculs de coûts, ils les analysent et préconisent des ajustements

Dans le cadre d'une étude de cas spécifiques les apprenants effectuent un montage budgétaire

Dans le cadre d'un business game orienté « pilotage », les apprenants déterminent un tableau de bord en identifiant les indicateurs adaptés

RNCP39677BC03 — Concevoir et piloter la commercialisation de l'offre produits/services de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir et piloter la commercialisation de l'offre produits / services de l'entreprise
- Bâtir une stratégie commerciale
- Construire le processus commercial intégrant la proposition de valeur, le business model, la segmentation et le plan d'action commercial
- Préparer et conduire l'entretien commercial
- Conduire une négociation
- Mesurer et optimiser la performance commerciale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'un business game « commercialisation », les apprenants conçoivent la commercialisation de l'offre produit de leur entreprise et bâtissent la stratégie commerciale

Dans le cadre d'un concours de vente, les apprenants :

- Identifient la valeur en lien avec la stratégie
- Construisent leur proposition de valeur
- Préparent et conduisent une négociation
- Répondent aux objections
- Mesurent leurs résultats

RNCP39677BC04 — Mettre en oeuvre les règles juridiques applicables à une situation de gestion et identifier les risques associés

LISTE DE COMPÉTENCES

- Connaître les contraintes juridiques en allant de leur compréhension d'un point de vue théorique à leur interprétation d'un point de vue pratique.
- Se familiariser avec les logiques de régulation qui sont désormais le propre de toute organisation, en étant placé dans une situation managériale qui requiert une analyse juridique
- Savoir vérifier la légalité d'une situation après avoir identifié la règle juridique pertinente

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre de divers exercices, les apprenants étudient des arrêtés et leurs conséquences opérationnelles

Dans le cadre d'un projet de création d'entreprise, les apprenants font des choix d'ordre juridique, en vérifiant la pertinence, quant au statut de l'entreprise, quant à l'approche concurrentielle, quant aux aspects sociaux.

Dans le cadre de divers exercices, vérification de la légalité d'une situation après identification et compréhension de la règle juridique pertinente.

RNCP39677BC05 — Piloter les ressources humaines favorisant une mise en oeuvre efficiente de la stratégie de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Positionner sa contribution au cœur de l'articulation entre stratégie (Direction), stratégie RH (DRH) et management opérationnel (manager commercial, responsable de centre de profit)
- Manager son équipe
- Intégrer la diversité des équipes dans son management opérationnel
- Être efficient dans les activités de recrutement, d'évaluation et de développement des compétences de son équipe
- Adapter sa communication écrite et sa conduite de réunions au management à distance

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'études de cas, l'apprenant détermine un management opérationnel en phase avec la stratégie de l'entreprise et tenant compte de la stratégie globale RH.

Dans le cadre de différents projets, l'apprenant se retrouve dans une posture de manager ou de managé. Ils analysent ensuite ces expériences.

Dans le cadre des activités associatives, les apprenants mènent des projets en équipe multiculturelle.

Dans le cadre d'exercices, les apprenants participent à des séances de recrutements.

Dans le cadre de différents projets, les apprenants travaillent en équipe à distance. Ils sont amenés à communiquer et à conduire des réunions distancielles.

RNCP39677BC06 — Utiliser les Systèmes d'information de l'entreprise comme aide à la décision

LISTE DE COMPÉTENCES

- Développer des compétences nécessaires pour tirer le meilleur des potentialités des technologies de l'information afin de développer leur activité commerciale et garantir le positionnement concurrentiel de leur entreprise.
- Utiliser des outils tels les ERP et CRM pour la gestion de la relation client.
- Mettre en œuvre les outils du e-commerce
- Utiliser Google Adwords et Google Analytics pour la promotion en ligne et l'évaluation de l'audience des sites Internet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre de différents cas pratiques, l'apprenant est amené à utiliser différents logiciels (comptable, présentation, aide à la décision, bases de données, analyse de données) afin de présenter ses résultats

Dans le cadre d'une application pratique, l'apprenant se familiarise avec un ERP.

Dans le cadre d'une application pratique, l'apprenant se familiarise avec un CRM.

Dans le cadre d'un projet, l'apprenant est amené à utiliser les outils google de référencement. Il analyse l'efficacité de ses actions.

RNCP39677BC07 — Intégrer la digitalisation dans les actions de développement de l'entreprise et piloter les e-projets

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les enjeux numériques de l'entreprise et les menaces et opportunités pour la fonction commerciale
- Intégrer le numérique dans la stratégie de l'entreprise : passer du mode « site web » à la redéfinition du modèle stratégique de l'entreprise pour asseoir le développement de l'entreprise sur une stratégie numérique
- Intégrer l'analyse de données au service de la performance
- Mettre en œuvre les méthodes et outils de la stratégie e-marketing
- Mettre en œuvre le management dans une entreprise numérique : effectuation, lean start-up

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'études de cas portant sur la transformation numérique des entreprises, identification des enjeux, des menaces et opportunités pour la fonction commerciale.

Dans le cadre d'un projet, redessiner les opérations liées au numérique à mettre en œuvre dans le cadre d'une

nouvelle stratégie.

Dans le cadre d'un TP, utiliser les outils de collecte et d'analyse de données pour définir des actions correctives

Dans le cadre d'études de cas, l'apprenant met en œuvre des opérations de e-marketing

Dans le cadre d'un projet de création d'entreprise numérique, l'apprenant met en œuvre un management adapté.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Ces professionnels travaillent essentiellement dans le secteur de la vente et du commerce (détail-gros distribution), du e-commerce, du tourisme, du sport et des loisirs, des services aux entreprises, mais également le domaine des services aux particuliers, les transports, les collectivités...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Ces professionnels peuvent exercer leur activité au sein de grandes entreprises, TPE ou PME de tous secteurs, dans un contexte national ou international. Il peut également entreprendre de créer son entreprise.

Les emplois occupés peuvent être les suivants :

- Chargé de clientèle e-commerce - Attaché commercial – Assistanat commercial
- Responsable d'agence – Responsable de secteur/département-Manager commercial- responsable de la relation clientèle.
- Chef de produit – Chargé d'étude marketing- Assistant chef de produit- Chef de produit web-Business developer

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 310 €
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés · tension 2/5 (Faible) L3X80 — Secrétaires de direction · tension 5/5 (Très élevée) QCX01 — Employés et techniciens commerciaux de la banque · tension 5/5 (Très élevée) QCX02 — Cadres et indépendants commerciaux de la banque · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	71 332
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %

Familles professionnelles (FAP)

L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés
L3X80 — Secrétaires de direction
QCX01 — Employés et techniciens commerciaux de la banque
QCX02 — Cadres et indépendants commerciaux de la banque
R1X68 — Employés des services commerciaux
R2X80 — Attachés commerciaux
R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pour une entrée en première année du programme, le concours est ouvert aux :

- Etudiants en classe de terminale en France ou dans un lycée français à l'étranger (admission sous réserve de l'obtention du Baccalauréat au plus tard en septembre de l'année d'entrée)
- Bacheliers ou titulaires d'un titre, français ou étranger, reconnu comme équivalent

Pour une entrée en deuxième année du programme, sont recevables les candidatures d'étudiants ayant validé une première année d'études supérieures (60 Crédits ECTS ou équivalent).

Pour une entrée en troisième année du programme, sont recevables les candidatures d'étudiants ayant validé deux ans d'études supérieures (120 Crédits ECTS ou équivalent).

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le président, professeur des universités, ou son représentant

Le Recteur d'Académie ou son représentant au titre du Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche

Le directeur de Brest Business School ou son représentant

Le directeur du programme ou son représentant

Le directeur des études ou son représentant

Le doyen du corps professoral ou son représentant

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé de quatre membres dont deux professionnels en activité du domaine concerné

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	6 844 €
Selon la branche	5 514 € – 7 132 €
Prise en charge	Branches concernées
6 844 €	Valeur par défaut · 197 branches
7 132 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNEFP Mutualité, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
7 128 €	CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
6 300 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 750 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique
6 732 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)

6 571 €	CPNE des Télécoms
6 420 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 368 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
5 850 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
5 514 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2025
Date de dernière délivrance possible	31/08/2028

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP36763

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://brest-bs.com/programmes/bachelor-management-alternance/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39677/>