

Diplôme de Gestion et Management des entreprises

RNCP40712 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34566, 32142, 34016, 34056, 34052
Code(s) ROME	M1404, D1401, M1701, M1705, D1403
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2030

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

TROYES AUBE FORMATION · SIRET : 52917534100013

Y SCHOOLS TROYES · SIRET : 10705766300018

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
TROYES AUBE FORMATION	52917534100013	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'émergence du e-commerce, la montée en puissance des réseaux sociaux et l'exploitation des données ont profondément transformé les stratégies commerciales des entreprises. L'économie des plateformes façonne les interactions entre les entreprises et les consommateurs. Amazon, Alibaba, TikTok ou encore Instagram Shopping ont redéfini la manière dont les marques vendent, communiquent et fidélisent leurs clients. La capacité à interagir en temps réel avec des audiences ciblées, à analyser les comportements d'achat grâce à la data, ou encore à automatiser les parcours clients via l'intelligence artificielle tend à devenir une compétence essentielle.

Dans cet environnement en perpétuelle évolution, le besoin en professionnels maîtrisant les nouveaux leviers du commerce et du marketing digital est plus crucial que jamais. Le Diplôme de Management et Gestion des Entreprises (ou Bachelor en Management) a été conçu pour préparer les futurs managers à ces mutations en les dotant des compétences clés pour évoluer dans un marché concurrentiel et aux évolutions rapides.

Pour cela, le Programme s'inscrit dans une approche professionnalisante, visant la maîtrise des outils numériques, l'approche omnicanale, le développement de l'agilité commerciale, l'intégration des enjeux de soutenabilité et de responsabilité sociétale dans la gestion des activités commerciales.

ACTIVITÉS VISÉES

- Choix du/des outil(s) numérique(s) le(s) plus pertinent(s) en fonction du contexte et du besoin
- Prise en compte la dimension sociétale et environnementale dans cet usage numérique
- Communication claire pour expliquer une idée / un projet
- Approfondissement des connaissances des outils linguistiques oraux, écrits, en français et en anglais
- Interaction avec les clients et les fournisseurs de manière formelle

- Conception, gestion, production et évaluation des projets
- Déclinaison de sa responsabilité sociétale et environnementale dans son métier
- Travail en équipe pluridisciplinaire et en mode projet
- Identification de l'ensemble des parties prenantes d'une organisation
- Application des principes du management responsable
- Évaluation des propositions commerciales
- Enregistrement d'opérations commerciales
- Analyse de résultats comptables et financiers
- Développement ses connaissances juridiques liées à l'internet et à l'e- commerce
- Compréhension des enjeux économiques et gouvernementaux.
- Construction des indicateurs de performance adaptés pour le pilotage et la prise de décision.
- Calcul des coûts, établissement des tableaux de bord financiers et analyse des écarts budgétaires.
- Acquisition des compétences en négociation stratégique.
- Élaboration de plans d'action
- Établissement et atteinte des objectifs réalistes (taux de rentabilité/parts de marché).
- Élaboration de tableaux de suivi

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Exploiter le système d'information de l'entreprise en appliquant les règles de sécurité et d'éthique pour garantir l'intégrité et la fiabilité des informations.
- Utiliser les logiciels spécialisés en exploitant leurs fonctionnalités avancées pour rationaliser et automatiser les processus opérationnels, améliorer la gestion des ressources et optimiser la performance organisationnelle.
- Créer un site internet marchand en exploitant des outils de gestion de contenu et des technologies web pour proposer une interface intuitive, faciliter les transactions en ligne et répondre aux besoins commerciaux en marketing digital.
- Définir la stratégie commerciale en analysant le contexte (études de marché, tendances sectorielles, retours clients) via des outils d'analyse stratégique (SWOT, PESTEL, analyse concurrentielle) pour fournir des données pertinentes et contribuer à la formulation d'axes stratégiques.
- Établir un rétroplanning réaliste en utilisant des outils de gestion de projet pour déterminer les étapes clés des objectifs commerciaux, intégrer les contraintes internes et externes, et garantir une exécution optimale.
- Déployer le plan d'action commerciale conformément aux axes stratégiques arrêtés
- Mettre en œuvre des actions commerciales en optimisant les ressources, en respectant les stratégies marketing et en assurant un suivi efficace pour une gestion fluide, éthique et impactante.
- Gérer une équipe par un leadership participatif, une communication régulière et des décisions alignées sur l'éthique de l'entreprise, favorisant un environnement respectueux et performant.
- Développer une expertise des compétences clés du secteur en analysant les tendances du marché, les besoins des entreprises et les évolutions technologiques pour anticiper les attentes des employeurs et adapter son parcours.
- Assurer la projection professionnelle en analysant le marché, en recueillant des témoignages d'experts et en identifiant les compétences requises pour définir et orienter son parcours.
- Adapter sa pratique professionnelle aux enjeux sociétaux et environnementaux en intégrant les politiques publiques, les normes écologiques et les attentes sociétales pour un développement responsable et durable.
- Avoir une expertise en engagement climatique et sociétal en participant à des initiatives de justice sociale et en adoptant des stratégies innovantes pour réduire l'empreinte écologique et favoriser l'inclusion, alignées sur les objectifs du développement durable.
- Développer une expertise en marketing et en développement commercial en analysant les stratégies, outils et tendances du marché pour concevoir des plans d'action optimisés et renforcer visibilité et rentabilité.
- Réaliser une étude de marché en utilisant des méthodes de collecte de données qualitatives et quantitatives pour formuler des recommandations stratégiques pertinentes.
- Analyser les informations comptables et financières à l'aide de logiciels spécialisés pour produire des rapports fiables et guider les décisions stratégiques en optimisant la performance économique.
- S'appropriier l'environnement juridique de l'entreprise en analysant les structures juridiques et le droit des affaires pour choisir la forme la plus adaptée à ses besoins et objectifs.
- Positionner son activité en utilisant des outils d'analyse économique et concurrentielle pour prendre des décisions éclairées et assurer compétitivité et rentabilité.

- Conduire une mission en entreprise en planifiant, organisant et coordonnant les actions avec des méthodologies de gestion de projet pour apporter des solutions adaptées.
- Assurer le suivi de l'activité en analysant les données avec des outils de gestion et de reporting pour évaluer la performance, optimiser la productivité et ajuster les actions.
- Acquérir une expertise en innovation des produits et de l'organisation en assurant une veille stratégique, en analysant les tendances du marché et en favorisant la collaboration pour renforcer compétitivité et satisfaction client.
- Utiliser avec expertise les outils de management de projet en utilisant des logiciels de planification et des plateformes collaboratives pour coordonner efficacement les ressources, respecter délais et budgets, et assurer une gestion optimisée des risques et de la communication.
- Élaborer un plan d'action commerciale en utilisant des outils d'analyse de marché, la segmentation et des stratégies de communication pour atteindre les objectifs de vente et maximiser la rentabilité.
- Développer la relation commerciale en adaptant l'approche aux besoins du client grâce à la prospection, la négociation et l'écoute active pour renforcer la fidélisation et accroître les ventes.
- Piloter une équipe en combinant gestion, communication et leadership pour structurer l'organisation, fixer des objectifs clairs et favoriser un environnement collaboratif performant.

Blocs de compétences

RNCP40712BC01 — Utiliser avec efficacité l'environnement digital de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Exploiter le système d'information de l'entreprise en appliquant les règles de sécurité et d'éthique pour garantir l'intégrité et la fiabilité des informations.
- Utiliser les progiciels spécialisés en exploitant leurs fonctionnalités avancées pour rationaliser et automatiser les processus opérationnels, améliorer la gestion des ressources et optimiser la performance organisationnelle.
- Créer un site internet marchand en exploitant des outils de gestion de contenu et des technologies web pour proposer une interface intuitive, faciliter les transactions en ligne et répondre aux besoins commerciaux en marketing digital.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.
- Business Game : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.
- Cas pratique : simulation de situations par rapport desquelles l'étudiant doit prendre des décisions
- Devoir sur table : évaluation écrite individuelle
- Business journal/Journal Télévisé : La présentation des résultats d'une enquête thématique est demandée sous la forme d'un journal papier et/ou d'un journal télévisé.
- Certification par un organisme tiers

RNCP40712BC02 — Communiquer en situation professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir la stratégie commerciale en analysant le contexte (études de marché, tendances sectorielles, retours clients) via des outils d'analyse stratégique (SWOT, PESTEL, analyse concurrentielle) pour fournir des données pertinentes et contribuer à la formulation d'axes stratégiques.
- Établir un rétroplanning réaliste en utilisant des outils de gestion de projet pour déterminer les étapes clés des objectifs commerciaux, intégrer les contraintes internes et externes, et garantir une exécution optimale.
- Déployer le plan d'action commerciale conformément aux axes stratégiques arrêtés
- Mettre en œuvre des actions commerciales en optimisant les ressources, en respectant les stratégies marketing et en assurant un suivi efficace pour une gestion fluide, éthique et impactante.
- Gérer une équipe par un leadership participatif, une communication régulière et des décisions alignées sur l'éthique de l'entreprise, favorisant un environnement respectueux et performant.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Études de cas réels dont l'objectif est de définir des axes stratégiques et d'établir des indicateurs de performance
- Business Game : Jeu de simulation, les candidats gèrent une entreprise globale, prennent des décisions,

expliquent leurs décisions et stratégies et justifient leur choix stratégiques devant leurs actionnaires. Par équipe, les étudiants prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel.

Les objectifs sont :

- mesurer la capacité à modifier sa stratégie en fonction de l'environnement interne et externe de l'entreprise
- mesurer la capacité à expliquer les décisions stratégiques
- mesurer la capacité à expliquer une performance

RNCP40712BC03 — Evaluer ses postures et ses compétences dans le cadre professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Développer une expertise des compétences clés du secteur en analysant les tendances du marché, les besoins des entreprises et les évolutions technologiques pour anticiper les attentes des employeurs et adapter son parcours.
- Assurer la projection professionnelle en analysant le marché, en recueillant des témoignages d'experts et en identifiant les compétences requises pour définir et orienter son parcours.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.
- Business Game : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.
- Cas pratique : simulation de situations par rapport desquelles l'étudiant doit prendre des décisions
- Devoir sur table : évaluation écrite individuelle
- Business journal/Journal Télévisé : La présentation des résultats d'une enquête thématique est demandée sous la forme d'un journal papier et/ou d'un journal télévisé

RNCP40712BC04 — Ajuster sa pratique professionnelle aux enjeux sociétaux et environnementaux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Adapter sa pratique professionnelle aux enjeux sociétaux et environnementaux en intégrant les politiques publiques, les normes écologiques et les attentes sociétales pour un développement responsable et durable.
- Avoir une expertise en engagement climatique et sociétal en participant à des initiatives de justice sociale et en adoptant des stratégies innovantes pour réduire l'empreinte écologique et favoriser l'inclusion, alignées sur les objectifs du développement durable.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.
- Business Game : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.
- Cas pratique : simulation de situations par rapport desquelles l'étudiant doit prendre des décisions
- Devoir sur table : évaluation écrite individuelle
- Test Sulitest

RNCP40712BC05 — Analyser des informations commerciales, comptables et financières

LISTE DE COMPÉTENCES

- Développer une expertise en marketing et en développement commercial en analysant les stratégies, outils et tendances du marché pour concevoir des plans d'action optimisés et renforcer visibilité et rentabilité.
- Réaliser une étude de marché en utilisant des méthodes de collecte de données qualitatives et quantitatives pour formuler des recommandations stratégiques pertinentes.
- Analyser les informations comptables et financières à l'aide de logiciels spécialisés pour produire des rapports fiables et guider les décisions stratégiques en optimisant la performance économique.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Business Game : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.

- Cas pratique/Consultancy : étude exploratoire/diagnostic à l'issue de laquelle les étudiants travaillant en groupes doivent remettre un memorandum avec des recommandations
- Devoir sur table : évaluation écrite individuelle

RNCP40712BC06 — Appréhender les ressorts du monde des affaires

LISTE DE COMPÉTENCES

- S'approprier l'environnement juridique de l'entreprise en analysant les structures juridiques et le droit des affaires pour choisir la forme la plus adaptée à ses besoins et objectifs.
- Positionner son activité en utilisant des outils d'analyse économique et concurrentielle pour prendre des décisions éclairées et assurer compétitivité et rentabilité.
- Conduire une mission en entreprise en planifiant, organisant et coordonnant les actions avec des méthodologies de gestion de projet pour apporter des solutions adaptées.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.
- Business Game : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.
- Cas pratique : simulation de situations par rapport auxquelles l'étudiant doit prendre des décisions
- Devoir sur table : évaluation écrite individuelle
- Business journal/Journal Télévisé : La présentation des résultats d'une enquête thématique est demandée sous la forme d'un journal papier et/ou d'un journal télévisé.

RNCP40712BC07 — Utiliser à bon escient des techniques et des outils de gestion

LISTE DE COMPÉTENCES

- Assurer le suivi de l'activité en analysant les données avec des outils de gestion et de reporting pour évaluer la performance, optimiser la productivité et ajuster les actions.
- Acquérir une expertise en innovation des produits et de l'organisation en assurant une veille stratégique, en analysant les tendances du marché et en favorisant la collaboration pour renforcer compétitivité et satisfaction client.
- Utiliser avec expertise les outils de management de projet en utilisant des logiciels de planification et des plateformes collaboratives pour coordonner efficacement les ressources, respecter délais et budgets, et assurer une gestion optimisée des risques et de la communication.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Devoir sur table : évaluation écrite individuelle
- Cas pratique : simulation de situations par rapport auxquelles l'étudiant doit prendre des décisions
- Business Game : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.

RNCP40712BC08 — Prendre la responsabilité opérationnelle d'un projet marketing ou commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

- Élaborer un plan d'action commerciale en utilisant des outils d'analyse de marché, la segmentation et des stratégies de communication pour atteindre les objectifs de vente et maximiser la rentabilité.
- Développer la relation commerciale en adaptant l'approche aux besoins du client grâce à la prospection, la négociation et l'écoute active pour renforcer la fidélisation et accroître les ventes.
- Piloter une équipe en combinant gestion, communication et leadership pour structurer l'organisation, fixer des objectifs clairs et favoriser un environnement collaboratif performant.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.
- Business Game : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.
- Cas pratique/Consultancy : étude exploratoire/diagnostic à l'issue de laquelle les étudiants travaillant en groupes

doivent remettre un memorandum avec des recommandations

- Devoir sur table : évaluation écrite individuelle
- Business journal/Journal Télévisé : La présentation des résultats d'une enquête thématique est demandée sous la forme d'un journal papier et/ou d'un journal télévisé.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les diplômés peuvent être amenés à travailler dans tout secteur d'activité commercial qui peuvent être catégorisés ainsi :

- Entreprises commerciales
- Industrie
- Prestation de service
- Collectivités
- Associations
- ONG

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Assistant marketing
- Assistant commercial
- Assistant administration des ventes
- Responsable produit
- Responsable de service

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)	2 326 €
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés · tension 2/5 (Faible) L3X80 — Secrétaires de direction · tension 5/5 (Très élevée) L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R2X83 — Représentants auprès des particuliers · tension 5/5 (Très 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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	58 036
Jugés difficiles à recruter	33 %
Emplois saisonniers	7 %

Familles professionnelles (FAP)

L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés
L3X80 — Secrétaires de direction
L4X80 — Techniciens des services administratifs
R1X68 — Employés des services commerciaux
R2X83 — Représentants auprès des particuliers
R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique
R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

- Président et Vice-président appartenant à un corps d'enseignants-chercheurs désignés par le recteur d'académie
- Secrétaire de Jury désigné par le recteur d'académie
- Membres nommés par le recteur d'académie après consultation de l'École :
- Directeur général de l'École
- Directeurs pédagogiques concernés

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	7 604 €
Selon la branche	6 000 € – 7 720 €
Prise en charge	Branches concernées
7 604 €	Valeur par défaut · 199 branches
7 720 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP des jardinerie et graineteries
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEFP de la métallurgie
7 400 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé
7 025 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2030
Date de dernière délivrance possible	31/08/2033

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
-------	-----------	----------	------------------	--------------

2023	122	—	67 %	—
2022	165	—	79 %	100 %
2021	80	—	86 %	100 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36008

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40712/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	6
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	3
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2025 à 08/2029

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).