

Diplôme d'études supérieures en management

RNCP40727 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34085, 34554, 34052, 32054, 32154
Code(s) ROME	D1401, D1402, D1406, M1703, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2028

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 Diplôme d'Etudes Supérieures en Management vise des managers opérationnels responsables, capables de développer les nouvelles formes de commerce, de distribution et de gestion, de travailler dans un contexte multiculturel et de comprendre la logique de développement durable et les comportements éthiques dans les entreprises évoluant dans un environnement en mutation permanente.

Le diplôme visé permettra d'appréhender les connaissances liées aux métiers du management et de la gestion, de maîtriser les compétences nécessaires à l'exercice de ces métiers et de s'approprier les savoir-faire et comportements professionnels en vigueur.

Le titulaire du diplôme visé sera capable de piloter les actions commerciales, de gérer des fonctions d'encadrement d'une équipe commerciale. Il participe à l'analyse des marchés, et à définir les plans de développement des ventes, en intégrant les composantes spécifiques de l'entreprise. Il sait mettre en œuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale, dans un cadre réglementaire.

ACTIVITÉS VISÉES

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

1. Analyse de l'environnement d'une entreprise et de son positionnement
2. Participation à l'élaboration d'une stratégie opérationnelle et sa mise en œuvre
3. Utilisation des techniques et outils de gestion dans le respect de la réglementation, l'éthique et des aspects RSE
4. Animation des équipes dans un contexte multiculturel
5. Communication écrite et orale en français et dans une langue étrangère dans le cadre de restitution, d'animation d'équipes et de pilotage de projets
6. Construction et pilotage d'un projet
7. Utilisation des technologies de l'information dans la communication et dans la prise décision
8. Commercialisation d'une offre de service ou d'un produit
9. Négociation commerciale en français ou en anglais

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Appréhender l'environnement d'une organisation

- Faire un diagnostic, en identifiant les enjeux géopolitiques, économiques, réglementaires de l'environnement ainsi que les composantes de l'environnement macro et micro, pour les intégrer dans l'analyse

- Identifier les opportunités offertes par l'environnement de l'entreprise, en utilisant une méthode de veille active, afin d'élaborer une offre pertinente

Commercialiser l'offre produits/services de l'entreprise

- Utiliser les concepts et outils du marketing, en analysant les marchés et le comportement des consommateurs, pour élaborer une offre marketing (produit, marque, prix, distribution, communication) cohérentes avec le diagnostic de l'environnement et de l'entreprise et identifier les opportunités
- Définir le plan d'actions commerciales à mettre en place pour développer l'entreprise et réaliser les objectifs
- Optimiser la performance commerciale, en collectant des données et en suivant des indicateurs, pour faire les ajustements nécessaires
- Gérer une négociation commerciale complète, en la préparant en amont, en l'animant, en répondant aux objections et en assurant le suivi, de façon à augmenter les ventes
- Connaître les contraintes juridiques, en allant de leur compréhension d'un point de vue théorique à leur interprétation d'un point de vue pratique, pour mettre en œuvre les règles juridiques applicables à une situation de gestion et identifier les risques associés

Piloter des projets managériaux

- Comprendre les contours d'un projet en participant à des projets dans des équipes multiculturelles
- Créer et mettre en œuvre un plan de prospection et de développement de nouveaux marchés, par la mise en œuvre des éléments d'un marketing-mix

Analyser l'impact financier des décisions de gestion

- Identifier les éléments composant les états financiers, en assimilant l'organisation comptable et les caractéristiques des éléments des états financiers, pour accéder aux informations nécessaires
- Analyser et interpréter les données financières, en utilisant les techniques d'analyse financière, pour évaluer l'impact financier des décisions prises et assurer la pérennité et la performance de l'entreprise
- Déterminer et interpréter des coûts de revient et des marges pour la prise de décision
- Elaborer des budgets, en utilisant des données historiques et prévisionnelles, pour le suivi et l'ajustement
- Concevoir des tableaux de bord pour le suivi des indicateurs
- Analyser et interpréter des données issues de différentes sources et supports, en utilisant les techniques de gestion, pour une prise de décision éclairée

Travailler en équipe dans différents contextes en agissant en responsabilité

- Se positionner au sein d'une organisation en tant que manager opérationnel, en tenant compte de l'organisation et des différents acteurs internes afin d'accroître l'efficacité des collaborations
- Comprendre les caractéristiques de son équipe, en intégrant la diversité, pour adapter son management
- Positionner les pratiques de l'entreprise et ses pratiques au regard de la responsabilité éthique et sociétale de l'entreprise pour les améliorer

Utiliser les outils numériques comme aide à la décision

- Utiliser les technologies de l'information, en collectant et traitant les données, afin de développer l'activité commerciale et garantir le positionnement concurrentiel de l'entreprise
- Valoriser les données, en les communiquant d'une manière claire et pertinente, pour l'aide à la prise de décision
- Utiliser les outils digitaux, dans des actions marketing et commerciales, afin de toucher une cible pour développer l'activité de l'entreprise

Communiquer dans un environnement international

- Communiquer en langue française et au moins en une langue étrangère à l'écrit et à l'oral avec un vocabulaire technique et professionnel riche, afin de participer à des projets collectifs ou de promouvoir des offres commerciales
- Effectuer des prises de parole en public en langue française et au moins dans une langue étrangère, afin de communiquer aux parties prenantes
- Adapter sa communication écrite et sa conduite de réunions au management à distance, en utilisant les différents outils de communication, pour interagir et communiquer efficacement avec les différents interlocuteurs

Se positionner dans un contexte professionnel

- Intégrer la démarche compétence dans le cadre d'une réflexion personnelle sur le projet professionnel, et la rencontre avec des professionnels lors de conférences métiers, de stage pour développer son réseau et construire son parcours
- Prendre du recul sur ses qualités, ses compétences et les perspectives envisagées, en effectuant des bilans personnels réguliers, afin de mieux se connaître

Blocs de compétences

RNCP40727BC01 — Appréhender l'environnement d'une organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Faire un diagnostic, en identifiant les enjeux géopolitiques, économiques, réglementaires de l'environnement ainsi que les composantes de l'environnement macro et micro, pour les intégrer dans l'analyse
- Identifier les opportunités offertes par l'environnement de l'entreprise, en utilisant une méthode de veille active, afin d'élaborer une offre pertinente

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre d'études de cas, du module création d'entreprise et d'analyse d'articles, les apprenants sont amenés à établir un diagnostic d'un environnement en tenant comptes des enjeux géopolitiques, économiques et réglementaires.

Dans le cadre d'exercices d'applications, les apprenants élaborent une offre commerciale en réponse à une opportunité offerte par l'environnement.

RNCP40727BC02 — Commercialiser l'offre produits/services de l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

- Utiliser les concepts et outils du marketing, en analysant les marchés et le comportement des consommateurs, pour élaborer une offre marketing (produit, marque, prix, distribution, communication) cohérentes avec le diagnostic de l'environnement et de l'entreprise et identifier les opportunités
- Définir le plan d'actions commerciales à mettre en place pour développer l'entreprise et réaliser les objectifs
- Optimiser la performance commerciale, en collectant des données et en suivant des indicateurs, pour faire les ajustements nécessaires
- Gérer une négociation commerciale complète, en la préparant en amont, en l'animant, en répondant aux objections et en assurant le suivi, de façon à augmenter les ventes
- Connaître les contraintes juridiques, en allant de leur compréhension d'un point de vue théorique à leur interprétation d'un point de vue pratique, pour mettre en œuvre les règles juridiques applicables à une situation de gestion et identifier les risques associés

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.

Dans le cadre du module création d'entreprise, les apprenants identifient le mix approprié à leur entreprise.

Dans le cadre de mise en situation et de jeux de rôles, les apprenants préparent et conduisent une négociation, répondent aux objections, mesurent leurs résultats.

Dans le cadre d'un concours de vente, les apprenants définissent les éléments d'un mix marketing et mènent une négociation tenant compte du mix.

RNCP40727BC03 — Piloter des projets managériaux

LISTE DE COMPÉTENCES

- Comprendre les contours d'un projet en participant à des projets dans des équipes multiculturelles
- Créer et mettre en œuvre un plan de prospection et de développement de nouveaux marchés, par la mise en œuvre des éléments d'un marketing-mix

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre du module création d'entreprise, les apprenants travaillent sur un projet innovant de création d'entreprise de l'idée du projet jusqu'à la finalisation de la partie financière (analyse de l'environnement, identification des opportunités, idée du projet, études de marche, l'offre, la commercialisation, ...)

Dans le cadre de projets pédagogiques en groupe dans les différents modules.

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

RNCP40727BC04 — Analyser l'impact financier des décisions de gestion

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les éléments composants les états financiers, en assimilant l'organisation comptable et les caractéristiques des éléments des états financiers, pour accéder aux informations nécessaires
- Analyser et interpréter les données financières, en utilisant les techniques d'analyse financière, pour évaluer l'impact financier des décisions prises et assurer la pérennité et la performance de l'entreprise
- Déterminer et interpréter des coûts de revient et des marges pour la prise de décision
- Elaborer des budgets, en utilisant des données historiques et prévisionnelles, pour le suivi et l'ajustement
- Concevoir des tableaux de bord pour le suivi des indicateurs
- Analyser et interpréter des données issues de différentes sources et supports, en utilisant les techniques de gestion, pour une prise de décision éclairée

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 du module création d'entreprise, 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.

Dans le cadre des modules de méthodologie de recherche en gestion : Etudes qualitatives et quantitative et mémoire de recherche, les apprenants mènent des études terrain pour répondre à une problématique managériale et faciliter la prise de décision.

RNCP40727BC05 — Travailler en équipe dans différents contextes en agissant en responsabilité

LISTE DE COMPÉTENCES

- Se positionner au sein d'une organisation en tant que manager opérationnel, en tenant compte de l'organisation et des différents acteurs internes afin d'accroître l'efficacité des collaborations
- Comprendre les caractéristiques de son équipe, en intégrant la diversité, pour adapter son management
- Positionner les pratiques de l'entreprise et ses pratiques au regard de la responsabilité éthique et sociétale de l'entreprise pour les améliorer

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 d'équipes multiculturelles ou de manager au sein d'une équipe diverse. Ils analysent ensuite ces expériences.

Dans le cadre de projets pédagogiques en groupe dans les différents modules.

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

Dans le cadre du projet RSE, les apprenants répondent aux problématiques RSE des entreprises étudiées.

Dans le cadre du rapport de stage de 2ème année, les apprenants analysent la politique RSE de leur entreprise d'accueil.

RNCP40727BC06 — Utiliser les outils numériques comme aide à la décision

LISTE DE COMPÉTENCES

- Utiliser les technologies de l'information, en collectant et traitant les données, afin de développer l'activité commerciale et garantir le positionnement concurrentiel de l'entreprise
- Valoriser les données, en les communiquant d'une manière claire et pertinente, pour l'aide à la prise de décision
- Utiliser les outils digitaux, dans des actions marketing et commerciales, afin de toucher une cible pour développer l'activité de l'entreprise

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.

RNCP40727BC07 — Communiquer dans un environnement international

LISTE DE COMPÉTENCES

- Communiquer en langue française et au moins en une langue étrangère à l'écrit et à l'oral avec un vocabulaire technique et professionnel riche, afin de participer à des projets collectifs ou de promouvoir des offres commerciales
- Effectuer des prises de parole en public en langue française et au moins dans une langue étrangère, afin de communiquer aux parties prenantes
- Adapter sa communication écrite et sa conduite de réunions au management à distance, en utilisant les différents outils de communication, pour interagir et communiquer efficacement avec les différents interlocuteurs

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rendus écrits et présentations dans les différents modules.

Grilles d'évaluation entreprise pour les stages et/ou l'alternance

Mémoire de recherche et sa soutenance

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

RNCP40727BC08 — Se positionner dans un contexte professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Intégrer la démarche compétence dans le cadre d'une réflexion personnelle sur le projet professionnel, et la rencontre avec des professionnels lors de conférences métiers, de stage pour développer son réseau et construire son parcours
- Prendre du recul sur ses qualités, ses compétences et les perspectives envisagées, en effectuant des bilans personnels réguliers, afin de mieux se connaître

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les apprenants formulent leurs réflexions sur leurs compétences en lien avec leurs perspectives professionnelles dans leur dossier d'évaluation.

Dans le cadre des rapports de stage et du livret d'alternance les apprenants identifient les compétences acquises durant les expériences professionnelles

Dans le cadre de la soutenance finale de 3ème année les apprenants reviennent sur l'ensemble de leur parcours académique et professionnel dans le Bachelor

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les fonctions s'exercent dans des entreprises :

- de taille variable,
- nationales ou internationales,
- situées dans des secteurs d'activités variés : commerce, distribution, services, industrie, banque

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Ce professionnel peut prétendre aux emplois suivants :

- Chargé de relation clientèle ; Conseiller / conseillère clientèle ; Attaché(e) commercial(e)
- Chef de rayon junior
- Manager adjoint d'unité commerciale
- Assistant chef de produit
- Assistant de gestion commerciale
- Chargé d'études marketing
- Assistant de communication
- Assistant import-export

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)	2 302 €
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés · tension 2/5 (Faible) L3X80 — Secrétaires de direction · tension 5/5 (Très élevée) 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)	63 043
Jugés difficiles à recruter	33 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	L0X60 — Secrétaires bureautiques et assimilés L3X80 — Secrétaires de direction 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, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

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

- Étudiants 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, reconnus 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, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Le président, professeur des universités,

Le directeur de Brest Business School

Le directeur du programme

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

Le responsable de la scolarité

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2028
--	------------

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP36765

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/40727/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2026 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).