

Diplôme d'Etudes Supérieures en Commerce et Management Opérationnel

RNCP41009 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DipViGrL — Diplôme visé grade de licence
Code(s) NSF	310, 312
Formacode(s)	34026, 34076, 34052, 32654, 34561
Code(s) ROME	D1402, M1703, M1704, C1206, D1506
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

EXCELIA GROUP · SIRET : 34876850800015

<https://www.excelia-group.com>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les entreprises de type PME-PMI recherchent des profils polyvalents capables de piloter et gérer des projets opérationnelles tout en évoluant dans un contexte économique, politique et géopolitique marqué par la mondialisation, la digitalisation, les tensions économiques et les changements géopolitiques. Ces évolutions nécessitent une capacité d'adaptation, une compréhension des enjeux stratégiques et une maîtrise des outils digitaux pour assurer la compétitivité et la pérennité des organisations. Face à ces défis, les entreprises attendent de leurs collaborateurs une approche agile dans la gestion de projets, une prise de décision rapide et une vision transversale des activités. La gestion des risques, l'optimisation des ressources et l'anticipation des mutations du marché deviennent ainsi des compétences essentielles pour les managers opérationnels d'aujourd'hui et de demain.

Le Diplôme d'Études Supérieures en Commerce et Management Opérationnel a ainsi pour objectif de certifier des managers intermédiaires, opérationnels et responsables, dans les domaines du marketing et du commerce/vente, au sein de petites et moyennes structures ou dans de grandes entreprises. En associant, l'acquisition des fondamentaux de la gestion et du management, la diversité des expériences pédagogiques et la proximité avec les entreprises, la certification permet de développer également la connaissance de soi, l'autonomie et le sens des responsabilités nécessaire à leur développement professionnel.

ACTIVITÉS VISÉES

Déploiement d'une veille de l'écosystème des entreprises

Positionnement des décisions de gestion dans leur environnement géographique, culturel, sociétal et environnemental

Analyse des besoins du consommateur et de la concurrence

Utilisation des méthodes et techniques de la gestion courante des organisations

Gestion des obligations réglementaires et normatives

Contribution à l'élaboration de la politique commerciale et marketing

Mise en œuvre de la politique de distribution et de commercialisation

Conception du plan marketing

Développement des portefeuilles clients (B to B ou B to C)

- Production et diffusion de l'information en interne et en externe
- Utilisation des règles de sécurité numérique
- Construction d'une réflexion structurée afin de répondre à une problématique
- Construction d'un plan d'action opérationnel
- Exploitation de données
- Rédaction et communication orale en langue française adaptée aux interlocuteurs
- Communication par oral et par écrit, dans une langue étrangère
- Développement d'une vision managériale internationale et responsable
- Utilisation d'outils de gestion adaptés à l'entreprise
- Organisation d'un projet transversal
- Application des principes d'éthique et de responsabilité sociétale
- Positionnement de son rôle et de sa mission au sein d'une organisation
- Collaboration transverse dans le cadre d'un projet

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Assurer une veille géopolitique, économique, juridique en s'appuyant sur des bases de données entreprise afin de la situer dans son environnement
- Analyser les résultats de la veille en organisant les données afin de définir les menaces et les opportunités d'une entreprise
- Contextualiser les décisions d'une entreprise en analysant son contexte pour leur donner du sens
- Proposer des actions à mener en identifiant les leviers internes ou externes pour faire face aux enjeux climatiques
- Répertorier les principaux concurrents à partir d'une étude pour identifier les besoins du marché
- Construire des questionnaires en intégrant des questions ouvertes et fermées pour identifier les profils consommateurs
- Analyser les questionnaires à partir de statistiques pour identifier les facteurs influençant le comportement du consommateur
- Construire l'analyse financière de l'entreprise à l'aide d'outils pour élaborer un compte de résultat et un bilan simplifié
- Calculer les principaux ratios et indicateurs financiers à partir du bilan comptable pour évaluer l'activité, la performance et la structure financière de l'entreprise
- Analyser un compte de résultat et un bilan à partir des indicateurs financiers pour proposer des actions permettant d'améliorer la situation financière de l'entreprise
- Organiser la collecte d'informations réglementaires et normatives en s'informant sur les concepts fondamentaux du droit du travail pour les mettre en application
- Identifier les normes, règles et procédures B to B et B to C grâce au code du commerce afin de les mettre en application et respecter la réglementation
- Participer à l'élaboration de la stratégie marketing à partir du MIX marketing pour élargir la part de marché.
- Créer une offre marketing en appliquant les concepts de marketing pour proposer un produit ou un service attractif.
- Déployer l'offre marketing à partir d'un plan d'actions commerciales pour augmenter la visibilité de l'offre
- Définir les argumentaires de vente spécifiques aux marques et aux produits à partir leurs points forts et faibles pour adapter les supports de communication en fonction des produits et services
- Construire un plan d'actions commerciales à l'aide d'objectifs mesurables et atteignables en termes de chiffres d'affaires pour assurer le suivi commercial
- Analyser le marché et l'environnement externe d'une entreprise à partir d'outils type Pestel, Forces de Porter pour en déterminer les facteurs clés de succès
- Concevoir les actions et supports de communication à l'aide de newsletter, plaquette, site internet pour commercialiser un produit
- Mettre en place la stratégie marketing pour positionner un produit sur son marché en s'appuyant sur les objectifs de l'entreprise
- Établir un état des lieux du portefeuille clients en analysant les bases de données clients pour identifier toutes les opportunités de business
- Définir les facteurs qui influencent les décisions d'achat en étudiant le comportement client pour adapter sa stratégie marketing et commerciale
- Identifier les opportunités de développement du portefeuille en s'appuyant sur les données collectées pour élaborer un plan d'action
- Élaborer un tableau de bord à partir des d'indicateurs clés pour vérifier l'atteinte des objectifs commerciaux

Élaborer des supports en utilisant les outils liés aux nouvelles technologies pour diffuser de l'information autour d'une marque ou d'un produit en interne ou en externe

Communiquer l'offre produit à l'aide de supports e-commerce pour distribuer la marque ou le produit.

Traiter de l'information à l'aide d'outils numériques pour transformer les données en informations décisionnelles.

Identifier les principes fondamentaux de la protection des données et de la cybersécurité en s'appuyant sur la réglementation pour les mettre en application dans son activité

Sélectionner des articles et ouvrages de référence au travers d'une revue de littérature, afin de construire une base de travail et argumenter une prise de décision

Analyser diverses ressources dans son domaine de spécialité avec un esprit critique pour documenter un sujet

Construire un support de présentation en se basant sur des données synthétique pour les communiquer à sa hiérarchie

Construire l'ébauche d'un business-plan en tenant compte des enjeux environnementaux pour faciliter la réussite d'un projet de création d'entreprise

Identifier les enjeux et les risques liés au projet de création d'entreprise à l'aide d'une veille pour cibler les opportunités de croissance

Réaliser un audit de la situation d'une entreprise en se basant sur les données de l'entreprise pour identifier les axes d'améliorations

Présenter les résultats d'analyse à partir de tableaux de synthèse pour identifier les facteurs clés de succès

Utiliser les codes de communication écrite et orale en adaptant le style et en utilisant les règles de grammaires adéquates, pour communiquer de manière professionnelle

Rédiger des documents variés en adaptant le ton et le registre au public visé pour transmettre de manière efficiente les informations

Rédiger des supports de communication en langue anglaise, avec un vocabulaire professionnel à destination de collaborateurs internationaux.

Communiquer dans des situations liées à un contexte national et international en utilisant un vocabulaire professionnel pour échanger avec des collaborateurs ou des clients

Comprendre des documents écrits en lien avec le travail en entreprise en les traduisant pour identifier les informations clés et les restituer

Comprendre les grandes questions de la dimension interculturelle dans les entreprises en étudiant son environnement pour s'engager

Analyser avec un esprit critique les évolutions du monde qui nous entoure pour appréhender leurs conséquences sur l'entreprise, la société et l'environnement

Sélectionner les outils de gestion en fonction de leurs fonctionnalités pour produire et traiter les informations

Transformer les données en informations synthétisées à partir de base de données pour les analyser et orienter les prises de décisions

Produire des supports de communication en utilisant des outils numériques pour faciliter la diffusion de l'information

Utiliser l'ensemble des processus de gestion de projet afin d'anticiper les risques et les imprévus, en utilisant une méthode de pilotage type PMBOK

Définir le cycle et le contexte stratégique et organisationnel d'un projet en s'appuyant sur un plan d'actions pour s'assurer de sa réalisation

Appliquer les fondamentaux du développement durable, de la RSE en s'appuyant sur les normes en vigueur et de l'éthique des affaires pour agir en responsabilité

Communiquer sur la stratégie et les pratiques RSE de l'entreprise à l'aide de supports de communication pour les valoriser

Identifier les enjeux du développement durable en utilisant une approche globale pour orienter ses actions

Proposer des pistes d'amélioration

en s'appuyant sur les leviers d'actions de l'entreprise pour impacter positivement l'environnement

Identifier le périmètre, le rôle et les missions de chaque individu à partir de fiches de postes et d'audits pour répartir la charge de travail et déléguer les différentes activités

Animer une équipe en planifiant des réunions pour suivre l'avancement d'un projet

Déléguer les différentes activités en identifiant les missions de chacun pour répartir la charge de travail

S'adapter à l'interlocuteur par une écoute active et empathique pour collaborer

Gérer les conflits à partir des différents outils pour maintenir une cohésion d'équipe

Blocs de compétences

RNCP41009BC01 — Situer l'organisation d'une entreprise dans un monde complexe

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer une veille géopolitique, économique, juridique en s'appuyant sur des bases de données entreprise afin de la situer dans son environnement

Analyser les résultats de la veille en organisant les données afin de définir les menaces et les opportunités d'une entreprise

Contextualiser les décisions d'une entreprise en analysant son contexte pour leur donner du sens

Proposer des actions à mener en identifiant les leviers internes ou externes pour faire face aux enjeux climatiques

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas basée sur l'élaboration d'une cartographie du positionnement de l'entreprise et de ses activités (évaluation écrite)

RNCP41009BC02 — Gérer les activités opérationnelles d'une l'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Répertorier les principaux concurrents à partir d'une étude pour identifier les besoins du marché

Construire des questionnaires en intégrant des questions ouvertes et fermées pour identifier les profils consommateurs.

Analyser les questionnaires à partir de statistiques pour identifier les facteurs influençant le comportement du consommateur

Construire l'analyse financière de l'entreprise à l'aide d'outils pour élaborer un compte de résultat et un bilan simplifié

Calculer les principaux ratios et indicateurs financiers à partir du bilan comptable pour évaluer l'activité, la performance et la structure financière de l'entreprise

Analyser un compte de résultat et un bilan à partir des indicateurs financiers pour proposer des actions permettant d'améliorer la situation financière de l'entreprise

Organiser la collecte d'informations réglementaires et normatives en s'informant sur les concepts fondamentaux du droit du travail pour les mettre en application

Identifier les normes, règles et procédures B to B et B to C grâce au code du commerce afin de les mettre en application et respecter la réglementation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas

- étude de la concurrence et le comportement des consommateurs (évaluation écrite et orale),
- élaboration d'un prévisionnel d'activités (évaluation écrite et orale)
- résolution de problématiques liées au droit travail et au droit de la consommation (évaluation écrite)

RNCP41009BC03 — Mettre en œuvre les méthodes et outils marketing et commerciaux

LISTE DE COMPÉTENCES

Participer à l'élaboration de la stratégie marketing à partir du MIX marketing pour élargir la part de marché.

Créer une offre marketing en appliquant les concepts de marketing pour proposer un produit ou un service attractif.

Déployer l'offre marketing à partir d'un plan d'actions commerciales pour augmenter la visibilité de l'offre

Définir les argumentaires de vente spécifiques aux marques et aux produits à partir leurs points forts et faibles pour adapter les supports de communication en fonction des produits et services

Construire un plan d'actions commerciales à l'aide d'objectifs mesurables et atteignables en termes de chiffres d'affaires pour assurer le suivi commercial

Analyser le marché et l'environnement externe d'une entreprise à partir d'outils type Pestel, Forces de Porter pour en déterminer les facteurs clés de succès

Concevoir les actions et supports de communication à l'aide de newsletter, plaquette, site internet pour commercialiser un produit

Mettre en place la stratégie marketing pour positionner un produit sur son marché en s'appuyant sur les objectifs de l'entreprise

Établir un état des lieux du portefeuille clients en analysant les bases de données clients pour identifier toutes les opportunités de business

Définir les facteurs qui influencent les décisions d'achat en étudiant le comportement client pour adapter sa stratégie

marketing et commerciale

Identifier les opportunités de développement du portefeuille en s'appuyant sur les données collectées pour élaborer un plan d'action

Élaborer un tableau de bord à partir des d'indicateurs clés pour vérifier l'atteinte des objectifs commerciaux

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas

- conception d'une offre marketing pour un nouveau produit/service (évaluation écrite et orale)
- élaboration d'une stratégie marketing et de son plan d'action (évaluation écrite)
- construction d'un argumentaire de vente pour développer un portefeuille (évaluation écrite)

Mise en situation basée sur une étude commerciale (évaluation écrite)

RNCP41009BC04 — Utiliser les outils numériques

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer des supports en utilisant les outils liés aux nouvelles technologies pour diffuser de l'information autour d'une marque ou d'un produit en interne ou en externe

Communiquer l'offre produit à l'aide de supports e-commerce pour distribuer la marque ou le produit

Traiter de l'information à l'aide d'outils numériques pour transformer les données en informations décisionnelles

Identifier les principes fondamentaux de la protection des données et de la cybersécurité en s'appuyant sur la réglementation pour les mettre en application dans son activité

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas

- création d'un support digital de communication (évaluation écrite et orale)
- sécurisation des données numériques (évaluation écrite)

RNCP41009BC05 — Exploiter des données

LISTE DE COMPÉTENCES

Sélectionner des articles et ouvrages de référence au travers d'une revue de littérature, afin de construire une base de travail et argumenter une prise de décision

Analyser diverses ressources dans son domaine de spécialité avec un esprit critique pour documenter un sujet

Construire un support de présentation en se basant sur des données synthétique pour les communiquer à sa hiérarchie

Construire l'ébauche d'un business-plan en tenant compte des enjeux environnementaux pour faciliter la réussite d'un projet de création d'entreprise

Identifier les enjeux et les risques liés au projet de création d'entreprise à l'aide d'une veille pour cibler les opportunités de croissance

Réaliser un audit de la situation d'une entreprise en se basant sur les données de l'entreprise pour identifier les axes d'améliorations

Présenter les résultats d'analyse à partir de tableaux de synthèse pour identifier les facteurs clés de succès

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation

- analyse d'un sujet de gestion (évaluation écrite)
- projet de création d'entreprise (évaluation écrite et orale)

Étude de cas

- élaboration d'indicateurs clés (évaluation écrite)

RNCP41009BC06 — Développer et valoriser son socle de compétences opérationnelles

LISTE DE COMPÉTENCES

Utiliser les codes de communication écrite et orale en adaptant le style et en utilisant les règles de grammaires adéquates, pour communiquer de manière professionnelle

Rédiger des documents variés en adaptant le ton et le registre au public visé pour transmettre de manière efficiente les informations

Rédiger des supports de communication en langue anglaise, avec un vocabulaire professionnel à destination de collaborateurs internationaux

Communiquer dans des situations liées à un contexte national et international en utilisant un vocabulaire

professionnel pour échanger avec des collaborateurs ou des clients

Comprendre des documents écrits en lien avec le travail en entreprise en les traduisant pour identifier les informations clés et les restituer

Comprendre les grandes questions de la dimension interculturelle dans les entreprises, en étudiant son environnement pour s'engager

Analyser avec un esprit critique les évolutions du monde qui nous entoure pour appréhender leurs conséquences sur l'entreprise, la société et l'environnement.

Sélectionner les outils de gestion permettant de produire et traiter les informations

Transformer les données en informations synthétisées à partir de base de données pour les analyser et orienter les prises de décisions

Produire des supports de communication en utilisant des outils numériques pour faciliter la diffusion de l'information

Utiliser l'ensemble des processus de gestion de projet afin d'anticiper les risques et les imprévus, en utilisant une méthode de pilotage type PMBOK.

Définir le cycle et le contexte stratégique et organisationnel d'un projet en s'appuyant sur un plan d'actions pour s'assurer de sa réalisation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle

- restitution d'expérience en entreprise (évaluation écrite et orale)
- restitution de mission à l'international (évaluation écrite)

Études de cas

- restitution d'une question d'actualité ou de transition écologique en langue étrangère (évaluation écrite ou orale)
- analyse de données chiffrées (évaluation écrite)
- définition du cycle de vie d'un projet et recommandations (évaluation écrite)

RNCP41009BC07 — Agir en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

Appliquer les fondamentaux du développement durable, de la RSE en s'appuyant sur les normes en vigueur et de l'éthique des affaires pour agir en responsabilité

Communiquer sur la stratégie et les pratiques RSE de l'entreprise à l'aide de supports de communication pour les valoriser

Identifier les enjeux du développement durable en utilisant une approche globale pour orienter ses actions

Proposer des pistes d'amélioration en s'appuyant sur les leviers d'actions de l'entreprise pour impacter positivement l'environnement

Identifier le périmètre, le rôle et les missions de chaque individu à partir de fiches de postes et d'audits pour répartir la charge de travail

Animer une équipe en planifiant des réunions pour suivre l'avancement d'un projet

Déléguer les différentes activités en identifiant les missions de chacun pour répartir la charge de travail

S'adapter à l'interlocuteur par une écoute active et empathique pour collaborer

Gérer les conflits à partir des différents outils pour maintenir une cohésion d'équipe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas

- évaluation du positionnement RSE d'une entreprise et analyse des enjeux (évaluation écrite)

Mise en situation

- travail collaboratif autour d'une problématique d'entreprise (évaluation écrite et orale)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- Commerce, négoce, distribution ;
- Études et conseils ;
- Événementiel ;
- Transport/logistique ;
- Industrie ;
- Banque/assurance;

- Services aux entreprises.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de produits : chef de marché ; chef de produit ; chef de produit Internet ; chef de produit à l'international ;
Responsable service clients :
chargé de clientèle ; adjoint fidélisation client ; Community Manager junior ; responsable de service consommateur ;
assistant achats ; chargé administration des ventes ; chargé de recouvrement ;
Commercial /Vente : technico-commercial, responsable d'une équipe de vente, d'un point de vente, commercial ;
Business Developer
Assistanat Marketing : chef de projet ; assistant marketing digital ; assistant communication ;
Comptable/financier : chargé de clientèle Bancaire ; conseiller financier ; conseiller en patrimoine ; assistant contrôle de gestion
Chargé de logistique : chargé de gestion logistique ; chargé d'organisation logistique ; chef de projet logistique ;
assistant logistique
Assistanat Ressources Humaines : chargé de recrutement

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

N/A

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	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 644 €
Familles professionnelles (FAP)	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) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) 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)	45 739
Jugés difficiles à recruter	32 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	QCX01 — Employés et techniciens commerciaux de la banque QCX02 — Cadres et indépendants commerciaux de la banque R1X68 — Employés des services commerciaux R2X80 — Attachés commerciaux R3X80 — Maîtrise des magasins 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

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

- Un représentant du Ministère de l'Enseignement Supérieur (Président),
- Un représentant du Recteur,
- Directeur Général d'Excelia ou son représentant,
- Doyen de la Faculté ou son représentant,
- Directeur de programme

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

- Représentant du Ministère de l'Enseignement Supérieur (Président),
- Représentant du Recteur,
- Directeur Général d'Excelia ou son représentant,
- Doyen de la Faculté ou son représentant,
- Directeur de programme

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Directeur de programme ou suppléant
- Directeur formation continue
- 2 professionnels compétents dans le 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	9 092 €
Selon la branche	6 000 € – 9 525 €
Prise en charge	Branches concernées
9 092 €	Valeur par défaut · 166 branches
9 525 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé, CPNE du négoce et de l'industrie des produits du sol, engrais et produits connexes, CPNE industries alimentaires diverses, CPNEFP Import-Export, CPNEFP Mutualité
9 398 €	CPNE Casinos, CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, CPNEF inter-secteurs papier carton, CPNEFP Carrières et matériaux, CPNEFP de la métallurgie
7 604 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
6 500 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire
9 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
9 400 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
9 298 €	CPNEF de la Publicité
8 886 €	CPNEFP de la Mutualité Sociale Agricole
8 500 €	CPNE de l'immobilier
8 458 €	CPNE Travail Temporaire

8 400 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 264 €	CPNEFP de la branche professionnelle des Entreprises du courtage d'assurances et/ou réassurances
8 122 €	CNPEFP des sociétés d'assistance
8 100 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 980 €	CPNE des agents généraux d'assurance
7 927 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 905 €	CPNEF de l'audiovisuel
7 702 €	CPNEFP Commerce à distance
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 076 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc
6 800 €	CPNE Banque
6 353 €	CPNEFP des commerces de gros

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	485	1	96 %	—
2021	354	1	100 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36323

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Bachelor Business (Bac+3) | Excelia Business School (excelia-group.fr)

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41009/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	6 375 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	7
Parcours menés à terme	7
Taux d'achèvement	100 %
Période	03/2026 – 07/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	7
Montant total engagé	44 625 €
Coût moyen par dossier	6 375 €
Durée moyenne	70 h
Période	02/2026
France compétences	64 %
OPCO	31 %
Entreprise	4 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.