

Responsable du marketing et du développement commercial

RNCP41060 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	312, 312p
Formacode(s)	34056
Code(s) ROME	D1406, M1704, M1705, M1707
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

ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION · SIRET : 33037752400047

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION	33037752400344	Former et organiser l'évaluation
COMPETENCES COMMERCE ET INTERNATIONAL	42072056700304	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans un environnement économique en transformation, le projet pédagogique du diplôme Responsable du Marketing et du développement commercial vise à certifier des managers opérationnels ouverts sur le monde et conscients de la complexité des enjeux auxquels sont confrontés les organisations. Adaptée et inspirée des besoins des entreprises, l'articulation pédagogique vise à transmettre des compétences opérationnelles et des connaissances fondamentales tout en apportant aux étudiants des repères sociaux et éthiques indispensables pour évoluer dans des contextes variés. L'objectif de la certification consiste donc à développer des facultés d'adaptation pour faire face aux changements et mutations, d'acquérir une capacité d'analyse critique, de développer un esprit d'initiative à impact positif et de cultiver le sens de l'autonomie et des responsabilités.

Le titulaire de la certification peut exercer dans différents secteurs d'activité, et de manière plus opérationnelle dans le champ des approfondissements sectoriels, en intégrant dans ses actions, les dimensions écologiques, numériques et sociétales.

ACTIVITÉS VISÉES

Le responsable du marketing et de développement commercial assure principalement les activités suivantes :

- L'analyse de contexte visant à décrypter l'environnement et écosystème de l'entreprise
- L'élaboration de stratégies commerciales et marketing de l'entreprise
- La conception et la mise en œuvre de plans d'actions efficaces et innovants
- La conduite de projets et en mobilisant les outils de gestion,

- Le pilotage de données et des processus associés
- La communication dans des environnements professionnels internationaux.
- La mise en œuvre d'outils numériques et l'application des règles de sécurité informatique
- Le développement de son leadership, de ses compétences et de son identité professionnelle

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Analyser l'environnement de l'entreprise et son écosystème
- Elaborer les différentes stratégies de l'entreprise (commerciale, marketing et générales)
- Accompagner le changement
- Mobiliser les outils de gestion pour suivre les projets de manière efficace
- Auditer régulièrement les pratiques internes pour s'assurer qu'elles respectent les règles établies
- Collecter des données pertinentes pour une analyse approfondie
- Analyser les données collectées pour identifier les actions à mettre en œuvre
- Analyser les éléments clés d'un projet commercial pour élaborer des plans d'action et répondre aux problématiques de l'entreprise
- Concevoir et mettre en œuvre des plans d'actions innovants
- Maîtriser les outils numériques et les règles de sécurité informatique
- Maîtriser les registres d'expression en français, à l'oral comme à l'écrit
- Communiquer avec aisance dans une langue étrangère
- Identifier, reconnaître et localiser les opportunités professionnelles
- Valoriser son identité professionnelle
- Comprendre la production et la diffusion des savoirs
- Situer son rôle au sein d'une organisation dans une optique de collaboration efficace
- Prendre en compte la problématique du handicap tout en respectant les principes de la RSE
- Maîtriser les fondamentaux de la recherche et l'analyse critique de ressources
- Synthétiser et exploiter les données afin de développer une argumentation avec esprit critique

Compétences détaillées :

- Optimiser les flux d'informations en exploitant des outils numériques, en tenant compte des règles de sécurité informatique, en utilisant des logiciels spécialisés, solutions numériques et technologies d'intelligence artificielle pour traiter, produire et partager des informations, ainsi que faciliter la collaboration des parties prenantes en interne et en externe.
- Appliquer les principes de protection des données en identifiant les risques liés au stockage et au partage d'informations, en respectant les normes de cybersécurité et la réglementation en vigueur (notamment RGPD), afin de garantir la sécurité relative aux informations numériques.
- Communiquer les informations en rédigeant des contenus professionnels (tels que note, synthèse, messages écrits et/ou électroniques...), en appliquant les règles de la langue française ou anglaise, en veillant à la pertinence de l'objet et des propos, sur le fond et sur la forme, en adaptant le format et le contenu au profil et/ou à la situation du destinataire le cas échéant, afin d'en optimiser l'impact et l'exhaustivité ainsi que l'adhésion du destinataire.
- Animer des réunions professionnelles en français ou en anglais en mobilisant des techniques de prise de parole en public, en faisant preuve d'éloquence et en adaptant la teneur des propos, sur le fond et sur la forme, aux profils des différentes parties prenantes afin de rendre une présentation attractive et de communiquer sans ambiguïté sur les sujets relevant des activités de l'organisation.
- Assurer une tractation en français ou en anglais, en mobilisant les techniques de négociation, en adoptant une posture professionnelle, en s'appuyant sur un argumentaire structuré, en s'adaptant aux exigences interculturelles et au profil de son interlocuteur, en proposant un échange de concessions et de contreparties et en identifiant les résistances, afin de convaincre son interlocuteur.
- Identifier les opportunités professionnelles en réalisant une veille sectorielle, en situant les champs professionnels possibles ainsi que les parcours en relation avec les acquis de la mention, et en mobilisant des outils d'orientation pour y accéder, afin de définir un parcours de carrière adapté.
- Structurer les projets et les activités professionnelles en appliquant une démarche de création et en favorisant l'innovation et le développement professionnel afin de créer et de maintenir les conditions de travail et d'interactions stimulantes.
- Adopter une posture professionnelle éthique et responsable en respectant les principes de déontologie, d'accessibilité et de responsabilité sociétale afin de garantir un engagement durable dans son organisation.
- Construire une identité professionnelle cohérente en la caractérisant et en la valorisant via ses compétences et son

projet, et en optimisant sa présence numérique, afin d'améliorer son employabilité et son positionnement sur le marché du travail.

- Réaliser un diagnostic de l'environnement de l'entreprise, en analysant l'écosystème économique et commercial, en identifiant les risques et les opportunités du marché, en repérant les tendances géopolitiques, sociologiques et technologiques, afin d'anticiper les évolutions du marché et de proposer des recommandations adaptées au contexte de l'entreprise.
- Évaluer les impacts des politiques économiques et des réglementations sur les entreprises en mobilisant des outils d'analyse comparative et en intégrant les spécificités des marchés internationaux afin d'adapter les stratégies d'implantation et de développement de l'organisation.
- Participer à des actions de sensibilisation et d'engagement sociétal en mobilisant des ressources et des partenariats pour promouvoir une approche éthique et responsable des affaires.
- Traiter des données relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) en les collectant et en les synthétisant via des outils de business intelligence et des méthodes d'analyse statistique afin de disposer d'éléments quantitatifs et qualitatifs identifiés et exploitables.
- Interpréter des données relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) en mobilisant des techniques d'analyse avancées afin d'identifier les opportunités et risques pour l'entreprise et d'optimiser la prise de décision stratégique et opérationnelle.
- Construire une argumentation propre à l'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) fondée sur des données chiffrées, en mobilisant des techniques d'analyse critique et en structurant cet argumentaire afin de justifier des choix stratégiques et de convaincre ses interlocuteurs.
- Elaborer un processus d'optimisation ou d'amélioration continue dans le cadre d'un projet ou d'une mission métier, en identifiant les outils et méthodes de gestion pertinents, en tenant compte d'une problématique professionnelle, afin de faciliter le pilotage des actions contribuant au développement de l'organisation.
- Contrôler le fonctionnement du processus d'optimisation ou d'amélioration continue dans le cadre d'un projet ou d'une mission métier, en mobilisant les outils et les méthodes de gestion adaptés, en procédant à des relevés et analyse d'indicateurs, en vérifiant le respect des règles, pratiques et autres normes afin de superviser et d'optimiser la mise en oeuvre d'actions contribuant au développement de l'organisation.
- Analyser les données issues du recueil d'indicateurs de performance spécifiques à une fonction, en les mettant en relation et en les interprétant et en formulant des recommandations afin d'aider à la prise de décisions opérationnelles ou stratégiques.
- Présenter les résultats d'une étude ou d'une analyse de gestion, en produisant une analyse structurée, argumentée, inclusive et adaptée au profil des interlocuteurs visés afin de rendre accessibles et utilisables par les parties prenantes concernées et impliquées dans le processus d'amélioration continue.
- Analyser les pratiques professionnelles sectorielles en réalisant une veille opérationnelle ou une étude de marché, afin de recommander des leviers d'action ou d'innovation dans le périmètre de son domaine de spécialisation.
- Structurer un projet relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) mobilisant une équipe, en définissant ses attentes et ses objectifs, en définissant des plans d'actions opérationnels et les mettant en oeuvre, en favorisant les innovations managériales, en mobilisant les ressources nécessaires à sa réalisation, afin d'organiser le travail collaboratif dans le but d'atteindre des objectifs communs.
- Piloter des actions opérationnelles relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) en utilisant des techniques de management innovantes et agiles, inclusives et responsables, en impliquant les équipes et en les fédérant dans une démarche collaborative afin d'optimiser la performance organisationnelle autour d'un projet.
- Évaluer la performance collective de l'équipe projet relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain), en mettant en place des outils de contrôle et de suivi du projet, en interrogeant les parties prenantes et en analysant leurs retours, afin de définir les axes d'amélioration en cours et à l'issue du projet et de contribuer au développement des compétences des membres de l'équipe.

Blocs de compétences

RNCP41060BC01 — Utiliser les outils numériques de références

LISTE DE COMPÉTENCES

Optimiser les flux d'informations en exploitant des outils numériques, en tenant compte des règles de sécurité informatique, en utilisant des logiciels spécialisés, solutions numériques et technologies d'intelligence artificielle pour traiter, produire et partager des informations, ainsi que faciliter la collaboration des parties prenantes en interne et en externe.

Appliquer les principes de protection des données en identifiant les risques liés au stockage et au partage d'informations, en respectant les normes de cybersécurité et la réglementation en vigueur (notamment RGPD), afin de garantir la sécurité relative aux informations numériques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas :

Le candidat doit traiter des données marketing ou commerciales (données clients, pipeline, campagnes, etc.) via la création et l'exploitation d'outils d'automatisation et de collaboration d'un CRM.

Le traitement de la situation donne lieu à :

- Une production numérique démontrant :
- l'élaboration d'un tableau de bord à partir des données fournies (filtrage, visualisation, segmentation...)
- l'exploitation d'outils d'automatisation et de collaboration d'un CRM
- Un rapport d'analyse exposant les choix faits, les usages des outils, les flux d'information optimisés, et les mesures de protection des données intégrées.

Evaluation des compétences C1 et C2

RNCP41060BC02 — S'exprimer et communiquer de manière professionnelle à l'oral, à l'écrit, et dans au moins une langue étrangère

LISTE DE COMPÉTENCES

Communiquer les informations en rédigeant des contenus professionnels (tels que note, synthèse, messages écrits et/ou électroniques...), en appliquant les règles de la langue française ou anglaise, en veillant à la pertinence de l'objet et des propos, sur le fond et sur la forme, en adaptant le format et le contenu au profil et/ou à la situation du destinataire le cas échéant, afin d'en optimiser l'impact et l'exhaustivité ainsi que l'adhésion du destinataire.

Animer des réunions professionnelles en français ou en anglais en mobilisant des techniques de prise de parole en public, en faisant preuve d'éloquence et en adaptant la teneur des propos, sur le fond et sur la forme, aux profils des différentes parties prenantes afin de rendre une présentation attractive et de communiquer sans ambiguïté sur les sujets relevant des activités de l'organisation.

Assurer une tractation en français ou en anglais, en mobilisant les techniques de négociation, en adoptant une posture professionnelle, en s'appuyant sur un argumentaire structuré, en s'adaptant aux exigences interculturelles et au profil de son interlocuteur, en proposant un échange de concessions et de contreparties et en identifiant les résistances, afin de convaincre son interlocuteur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Le candidat doit :

- Rédiger un ou plusieurs document(s), en français et en anglais, ayant pour objectif de communiquer une ou plusieurs information(s) à des destinataires identifiés.
- Exposer ces informations, en français et en anglais, au cours d'une intervention orale en public simulant l'animation d'une réunion, dont la nature est déterminée par le sujet. La présentation est suivie d'une phase d'échange prenant la forme d'une simulation d'une négociation avec des interlocuteurs francophones et anglophones.

Evaluation des compétences C3, C4 et C5

RNCP41060BC03 — Se positionner vis-à-vis d'un champ professionnel et agir en responsabilité au sein d'une organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier les opportunités professionnelles en réalisant une veille sectorielle, en situant les champs professionnels possibles ainsi que les parcours en relation avec les acquis de la mention, et en mobilisant des outils d'orientation pour y accéder, afin de définir un parcours de carrière adapté.

Structurer les projets et les activités professionnelles en appliquant une démarche de création et en favorisant

l'innovation et le développement professionnel afin de créer et de maintenir les conditions de travail et d'interactions stimulantes.

Adopter une posture professionnelle éthique et responsable en respectant les principes de déontologie, d'accessibilité et de responsabilité sociétale afin de garantir un engagement durable dans son organisation.

Construire une identité professionnelle cohérente en la caractérisant et en la valorisant via ses compétences et son projet, et en optimisant sa présence numérique, afin d'améliorer son employabilité et son positionnement sur le marché du travail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité d'évaluation 1:

Dossier professionnel dans le cadre duquel le candidat doit exposer la démarche de création d'une organisation présentant a minima les éléments suivants :

- Analyse d'un besoin/opportunité professionnel(le)
- Proposition de solutions innovantes à un ou plusieurs enjeux et/ou besoins identifiés
- Définition d'un modèle économique simplifié
- Plan de mise en œuvre

Modalité d'évaluation 2:

Mémoire appuyé sur un projet :

A travers ce mémoire le candidat doit formaliser et traiter une problématique en lien avec un projet personnel ou professionnel

Modalité d'évaluation 3:

Étude de cas contextualisant une situation problématique d'organisation managériale à laquelle le candidat doit proposer une ou plusieurs solutions prenant en compte la diversité, l'accessibilité et la responsabilité éthique ou sociétale.

Évaluation des compétences C6, C7, C8 et C9

RNCP41060BC04 — Appréhender le monde des affaires dans un contexte de changements et de bifurcations

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser un diagnostic de l'environnement de l'entreprise, en analysant l'écosystème économique et commercial, en identifiant les risques et les opportunités du marché, en repérant les tendances géopolitiques, sociologiques et technologiques, afin d'anticiper les évolutions du marché et de proposer des recommandations adaptées au contexte de l'entreprise.

Évaluer les impacts des politiques économiques et des réglementations sur les entreprises en mobilisant des outils d'analyse comparative et en intégrant les spécificités des marchés internationaux afin d'adapter les stratégies d'implantation et de développement de l'organisation.

Participer à des actions de sensibilisation et d'engagement sociétal en mobilisant des ressources et des partenariats pour promouvoir une approche éthique et responsable des affaires.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité d'évaluation 1:

Étude de cas en deux phases contextualisant la situation d'une entreprise réelle ou simulée, à partir de laquelle le candidat doit :

- Réaliser un diagnostic stratégique et évaluer les impacts de politiques économiques et de réglementations sur les entreprises.

L'analyse doit faire état des forces, faiblesses, opportunités et menaces, ainsi que des tendances macro-économiques, géopolitiques et sectorielles pouvant impacter l'activité de l'organisation.

- Analyser le projet d'une entreprise ou d'une stratégie d'implantation et définir un business model (modèle économique)

Le modèle proposé intègre les contraintes réglementaires, les spécificités de marchés internationaux et les évolutions de l'environnement économique.

Modalité d'évaluation 2:

Présentation orale suivie d'un entretien ou cours desquels le candidat expose et justifie la conception d'une solution innovante, ayant pour visée d'aider à anticiper les évolutions du marché.

La solution a pour but de proposer des recommandations adaptées au contexte de l'entreprise et d'aider à adapter les stratégies d'implantation et de développement de l'organisation, tout en favorisant la sensibilisation et l'engagement sociétal, via

la prise en compte et la promotion des principes de responsabilité sociétale, d'éthique des affaires et/ou de développement durable.

Evaluation des compétences C10, C11 et C12.

RNCP41060BC05 — Exploiter des données à des fins d'analyse au service d'un des domaines métier du marketing et du développement commercial des organisations

LISTE DE COMPÉTENCES

Traiter des données relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) en les collectant et en les synthétisant via des outils de business intelligence et des méthodes d'analyse statistique afin de disposer d'éléments quantitatifs et qualitatifs identifiés et exploitables.

Interpréter des données relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) en mobilisant des techniques d'analyse avancées afin d'identifier les opportunités et risques pour l'entreprise et d'optimiser la prise de décision stratégique et opérationnelle.

Construire une argumentation propre à l'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) fondée sur des données chiffrées, en mobilisant des techniques d'analyse critique et en structurant cet argumentaire afin de justifier des choix stratégiques et de convaincre ses interlocuteurs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

présentant un jeu de données simulé ou réel issu des domaines de la finance, du marketing, des achats ou du commerce à partir de laquelle le candidat doit produire une analyse à des fins décisionnelles.

Le traitement du cas donne lieu à un rapport faisant état de la méthodologie de traitement et d'analyse des données à l'aide d'outils numériques, de l'interprétation des informations, de l'identification des leviers de performance et de recommandations stratégiques ou opérationnelles.

Evaluation des compétences C13 , C14 et C15.

RNCP41060BC06 — Utiliser des techniques et outils de gestion au service d'un des domaines métier du marketing et du développement commercial des organisations

LISTE DE COMPÉTENCES

Elaborer un processus d'optimisation ou d'amélioration continue dans le cadre d'un projet ou d'une mission métier, en identifiant les outils et méthodes de gestion pertinents, en tenant compte d'une problématique professionnelle, afin de faciliter le pilotage des actions contribuant au développement de l'organisation.

Contrôler le fonctionnement du processus d'optimisation ou d'amélioration continue dans le cadre d'un projet ou d'une mission métier, en mobilisant les outils et les méthodes de gestion adaptés, en procédant à des relevés et analyse d'indicateurs, en vérifiant le respect des règles, pratiques et autres normes afin de superviser et d'optimiser la mise en œuvre d'actions contribuant au développement de l'organisation.

Analyser les données issues du recueil d'indicateurs de performance spécifiques à une fonction, en les mettant en relation et en les interprétant et en formulant des recommandations afin d'aider à la prise de décisions opérationnelles ou stratégiques.

Présenter les résultats d'une étude ou d'une analyse de gestion, en produisant une analyse structurée, argumentée, inclusive et adaptée au profil des interlocuteurs visés afin de rendre accessibles et utilisables par les parties prenantes concernées et impliquées dans le processus d'amélioration continue.

Analyser les pratiques professionnelles sectorielles en réalisant une veille opérationnelle ou une étude de marché, afin de recommander des leviers d'action ou d'innovation dans le périmètre de son domaine de spécialisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité d'évaluation 1:

Etude d'un cas contextualisé selon le domaine métier, à partir de laquelle le candidat doit traiter un ensemble de questions ouvertes.

Modalité d'évaluation 2:

Dossier professionnel dans le cadre duquel le candidat doit structurer une démarche d'analyse, d'optimisation et/ou de pilotage d'un processus ou d'un outil de gestion dans le périmètre de la spécialité choisie.

Le dossier professionnel donne lieu à une présentation orale devant un jury de spécialité ou pluridisciplinaire, suivie d'une phase de questions/réponses avec ce dernier.

RNCP41060BC07 — Piloter la mise en œuvre d'actions de gestion en contexte professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

Structurer un projet relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) mobilisant une équipe, en définissant ses attentes et ses objectifs, en définissant des plans d'actions opérationnels et les mettant en œuvre, en favorisant les innovations managériales, en mobilisant les ressources nécessaires à sa réalisation, afin d'organiser le travail collaboratif dans le but d'atteindre des objectifs communs.

Piloter des actions opérationnelles relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain) en utilisant des techniques de management innovantes et agiles, inclusives et responsables, en impliquant les équipes et en les fédérant dans une démarche collaborative afin d'optimiser la performance organisationnelle autour d'un projet.

Evaluer la performance collective de l'équipe projet relevant d'un des domaines spécifiques du commerce et du marketing (Finance/Budgétisation Management commercial – Marketing sectoriel – Achats et supply chain), en mettant en place des outils de contrôle et de suivi du projet, en interrogeant les parties prenantes et en analysant leurs retours, afin de définir les axes d'amélioration en cours et à l'issue du projet et de contribuer au développement des compétences des membres de l'équipe.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Modalité d'évaluation 1:

Mémoire appuyé sur un projet :

A travers ce mémoire le candidat doit formaliser et traiter une problématique liée à la mise en œuvre d'actions de gestion, issue de l'analyse d'un contexte professionnel d'une organisation.

Modalité d'évaluation 2:

Etude d'un cas contextualisé selon le domaine métier, à partir de laquelle le candidat doit traiter un ensemble de questions ouvertes.

Evaluation des compétences C21, C22 et C23.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire de la certification/du diplôme exerce principalement ses fonctions dans tous secteurs d'activités au sein d'entreprises de toutes tailles en France et à l'international mais peut également exercer au sein de grands groupes ou de start-ups.

Il évolue généralement dans les secteurs d'activités du commerce, de l'industrie et des services.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le titulaire de la certification/du diplôme occupe une fonction de management intermédiaire en début de carrière lui conférant une autonomie et un niveau de responsabilité situé entre le management stratégique et le management purement opérationnel. Les principaux intitulés de postes des titulaires sont:

- Responsable marketing et commercial
- Responsables des ventes
- Chargé d'études marketing
- Chargé de développement commercial et marketing
- Chargé d'affaires
- Chef de produit,
- Chef de secteur

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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 113 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) 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)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services 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

L'entrée en formation est soumise à un concours propre via Pacoursup pour la 1ère année du diplôme Responsable du marketing et du développement commercial

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

Jury nommé par le Recteur d'académie et dont la composition est la suivante : Président et vice-président (enseignants chercheurs désignés par le Directeur académique de l'école), représentant du Recteur, directeur de l'école, directeur du programme, 2 représentants du monde professionnel, 2 enseignants permanents, 2 anciens élèves

COMPOSITION DU JURY — VAE

Président du Jury national (représentant AIPF), 2 professionnels du métier visé (partie employeurs salariés), 3 membres du corps professoral

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	7 290 €
Selon la branche	6 000 € – 8 000 €
Prise en charge	Branches concernées
7 290 €	Valeur par défaut · 167 branches
7 200 €	CPNE Entreprises des activités du déchet et de la propreté urbaine, CPNE Travail Temporaire, CPNE de l'exploitation des équipements thermiques et de genie climatique, CPNE désinfection, désinsectisation et dératisation, CPNEF de la Branche des organismes de formation

8 000 €	CNPEFP des sociétés d'assistance, CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie, CPNE chimie, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de la branche de l'hospitalisation privée à statut commercial et du thermalisme
6 000 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites, 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 Négoc de l'ameublement
7 000 €	CPNE Branche Caoutchouc, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
7 927 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
7 704 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire
7 702 €	CPNEFP des jardinerie et graineteries
7 700 €	CPNEF de l'audiovisuel
7 668 €	CPNEFP Sports Loisirs
7 600 €	CPNEFP du négoce des matériaux de construction
7 500 €	CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire
7 416 €	CPNEFP Import-Export
7 210 €	CPNEFP Commerce à distance
7 100 €	CPNEF de la Publicité
6 800 €	CPNE Banque
6 700 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
6 400 €	CPNE du commerce de détail alimentaire non spécialisé
6 300 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)

Base légale

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

Date de dernière délivrance possible 31/08/2033

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35025

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35025

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://info.ecoles-idrac.com/bachelor-marketing-business/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41060/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage

8

Organismes gestionnaires (CFA)	5
Organismes formateurs	8
Régions couvertes	5
Départements couverts	6
Organismes certifiés Qualiopi	8
Sessions	de 09/2024 à 09/2029

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