

Diplôme supérieur en Management

RNCP41188 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	312, 314, 315
Formacode(s)	34052, 32663, 33054, 32623, 32652
Code(s) ROME	M1705, E1103, M1200, M1500, C1300
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/07/2028

Certificateur(s)

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

INSTITUT SUPERIEUR D'INFORMATIQUE ET DE MANAGEMENT DE L'INFORMATION · SIRET : 33017866600088

Partenaires habilités

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

Organisme	SIRET	Habilitation
INSTITUT SUPERIEUR D'INFORMATIQUE ET DE MANAGEMENT DE L'INFORMATION	33017866600088	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT SUPERIEUR D'INFORMATIQUE ET DE MANAGEMENT DE L'INFORMATION	33017866600096	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Dans un environnement économique en constante évolution, marqué par la transformation numérique, l'internationalisation des marchés et l'émergence de nouveaux défis sociétaux, les entreprises recherchent des professionnels capables d'accompagner ces mutations. Le Diplôme Supérieur en Management de PPA Business School s'inscrit dans cette dynamique en certifiant des experts aptes à anticiper et répondre aux besoins du marché du travail.

Cette certification vise des compétences à la fois spécialisées et transversales, permettant aux titulaires de s'adapter aux exigences des organisations et d'évoluer dans des environnements complexes et internationaux. Les parcours proposés — Marketing, Communication, Finance et Ressources Humaines — offrent une approche approfondie de chaque domaine, tout en favorisant le développement d'une vision stratégique et opérationnelle.

ACTIVITÉS VISÉES

Activité commune à tous les certifiés :

Coordonner l'activité professionnelle d'une équipe pluridisciplinaire Gestion responsable et inclusive d'une équipe pluridisciplinaire

- Gestion responsable et inclusive d'une équipe pluridisciplinaire
- Coordination et suivi des activités et projets en cours

Activités visées selon les options suivies :

Option Marketing et Communication : Participer à la définition de la stratégie marketing et communication responsable d'une organisation

- Identification des tendances et des innovations en matière de consommation
- Positionnement marketing et communication de la marque et de ses produits/services
- Participation à la prise de décision marketing et communication stratégique

Option

Finance et Ressources humaines : Gérer les obligations comptables, administratives et fiscales d'une organisation

- Etablissement des états financiers et des déclarations fiscales et sociales
- Participation au contrôle de gestion économique et social de l'organisation

Option Marketing : Réaliser une étude de marché pour le compte d'une organisation

- Cadrage du projet d'étude de marché (objectifs, problématique, cible)
- Conduite des études qualitative et quantitative
- Traitement des données collectées et diffusion des conclusions de l'étude

Option Communication : Déployer des actions de communication institutionnelle et commerciale responsables

- Déploiement d'une politique de communication institutionnelle et commerciale
- Mise en oeuvre de la stratégie de contenu on et off-line d'une marque
- Gestion de l'image d'une marque et de ses produits/services

Option Finance : Améliorer la performance financière et extra-financière d'une organisation

- Définition et mise en oeuvre du contrôle interne
- Diagnostic financier

Option Ressources humaines : Coordonner la gestion opérationnelle et administrative des ressources humaines

- Gestion opérationnelle des ressources humaines
- Participation à la gestion des emplois et des parcours professionnels
- Administration du personnel

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Tous parcours : Coordonner l'activité professionnelle d'une équipe pluridisciplinaire

- Produire et diffuser une information claire et pertinente auprès des collaborateurs en faisant preuve d'esprit critique et en développant une argumentation synthétique, structurée et accessible de tous afin de garantir une communication fluide et efficace à destination des membres de l'organisation et/ou des prestataires extérieurs.?
- Intégrer et accompagner la montée en compétences des collaborateurs, en veillant au respect des valeurs d'inclusion, de diversité, de mixité et d'égalité professionnelle et en les guidant dans la mise en oeuvre des techniques opérationnelles pour faciliter leur prise de poste et développer leur efficacité professionnelle.?
- Assimiler l'environnement professionnel d'exercice en analysant ses caractéristiques sectorielles, réglementaires et environnementales et en tenant compte de ses modalités fonctionnelles pour structurer son activité, en intégrer les contraintes et garantir le respect des échéances.
- Planifier l'activité d'une équipe de collaborateurs dans une démarche inclusive et responsable en procédant à une répartition équitable et adaptée des tâches entre les collaborateurs et en organisant les interactions au sein de l'équipe et avec les services opérationnels connexes pour garantir l'avancée des projets en cours dans le respect des échéances fixées.
- Développer et maintenir les relations avec les organisations extérieures (cabinets d'études, agences, banques, administrations sociales et fiscales, ...) en répondant à leurs sollicitations et en tenant à leur disposition les justificatifs adéquats pour permettre à chaque entité de mener à bien ses missions.

Parcours Marketing et Communication : Participer à la définition d'une stratégie marketing et communication responsable

- Déployer une veille sectorielle et concurrentielle en collectant des informations sur l'évolution du marché (attentes, besoins des consommateurs) et des pratiques professionnelles pour identifier les nouvelles tendances en matière de consommation et maintenir une dynamique d'innovation.
- Analyser le comportement des consommateurs dans un environnement multicanal en exploitant les données collectées via le référentiel client unique, dans le respect des règles du RGPD, pour affiner sa connaissance des attentes consommateurs et améliorer l'expérience client.
- Réaliser un audit de la stratégie de la marque en traitant un ensemble d'informations internes (performance de la stratégie et des actions mises en oeuvre) et externes (informations technologiques, concurrentielles et environnementales) pour positionner la marque dans son environnement concurrentiel.
- Mesurer la performance des actions marketing et communication mises en oeuvre en suivant les indicateurs de

résultat définis, en volume et en valeur, en estimant leur impact social et environnemental pour évaluer leur contribution au développement commercial de la marque.

- Elaborer des recommandations stratégiques et opérationnelles en mettant en perspective les résultats des diagnostics réalisés et les opportunités de développement identifiées, en tenant compte de l'impact social et environnemental des actions préconisées pour accompagner le processus de décision marketing et communication.

Parcours Marketing : Réaliser une étude de marché

- Définir la problématique de l'étude à partir des objectifs de développement poursuivis (lancement d'un nouveau produit/service) et/ou des difficultés rencontrées (baisse de chiffre d'affaires, manque d'attractivité des produits/services...) pour délimiter le champ d'investigation de l'étude.
- Conduire des entretiens qualitatifs auprès d'un panel de consommateurs en s'appuyant sur un guide d'entretien et en mettant en pratique les techniques d'écoute active et de reformulation pour accompagner la phase d'exploration du marché.
- Soumettre des questionnaires quantitatifs auprès d'un public cible, en tenant compte des caractéristiques des produits/services de la marque pour collecter des données statistiques sur l'importance des ventes, la structure et l'évolution des ventes de l'entreprise.
- Analyser les résultats des études réalisées en organisant le dépouillement des réponses reçues aux questionnaires qualitatifs et quantitatifs soumis (sondages, tests produits/prix, interviews...) dans le respect du RGPD, pour connaître les motivations d'achat des clients.
- Rédiger le rapport final de l'étude de marché en apportant des réponses à la problématique initiale et en élaborant des recommandations pour guider la prise de décisions stratégiques par la direction marketing et communication.

Parcours Communication : Déployer des actions de communication institutionnelle et commerciale responsables

- Elaborer le plan de communication d'une marque en définissant l'audience cible, le contenu des messages à diffuser, en sélectionnant des supports à faible empreinte écologique, en planifiant et en budgétant les actions à mettre en œuvre pour maximiser les retombées des actions de communication déployées.
- Mettre en œuvre la stratégie éditoriale d'une marque en cohérence avec son identité, en rédigeant et en actualisant des contenus éditoriaux (articles, newsletters, posts...) accessibles de tous et tenant compte de l'empreinte numérique pour accroître la visibilité de la marque.
- Gérer la conception et la production de contenus visuels et vidéos (photos, bannières, infographie...) dans un environnement multicanal dans le respect de la charte graphique en recherchant à minimiser leur impact environnemental afin de renforcer l'identité de la marque et d'appuyer la stratégie de contenu.
- Animer une communauté sur les réseaux sociaux autour d'une marque et de ses produits/services en favorisant et en modérant les interactions pour fédérer clients et prospects autour des produits/services de la marque et de ses valeurs et entretenir une relation personnalisée et continue avec les profils cibles.
- Veiller à la réputation et à la e-réputation de la marque et de ses produits/services en réalisant une veille permanente sur différents canaux de communication et en identifiant les retours négatifs pour anticiper et prévenir les situations de crise éventuelles.

Parcours Finance et Ressources humaines : Gérer les obligations comptables, administratives et fiscales

- Prendre en charge la gestion et la comptabilisation des opérations courantes et d'inventaire dans le respect de la législation en vigueur en contrôlant l'imputation des frais engagés et des produits recensés pour répercuter l'impact de l'activité de l'entreprise dans ses états financiers.
- Renseigner les déclarations sociales et fiscales périodiques à partir des données issues du système d'information et de gestion pour déterminer les assiettes de cotisations et calculer les impôts dus dans le respect des échéances légales et réglementaires.
- Elaborer les états financiers (bilan, compte de résultat, annexe) à partir des données issues de la comptabilité générale et des travaux réalisés pendant la période d'arrêté comptable pour mettre à jour la situation financière et patrimoniale de l'entreprise à la date de clôture de l'exercice.
- Organiser la collecte des données économiques et budgétaires en définissant des procédures de reporting périodique, en exploitant le système de gestion informatisée et sécurisée, pour produire et diffuser une information fiable.
- Elaborer des tableaux de bord de pilotage et de contrôle budgétaire en exploitant les données issues du système d'information pour calculer les ratios et les indicateurs de performance définis par la direction financière et les comparer aux objectifs fixés.
- Formuler des recommandations opérationnelles et stratégiques à partir de l'analyse des données collectées et en les comparant aux objectifs budgétaires fixés ainsi qu'aux résultats de la période précédente pour améliorer les performances de l'organisation.

Parcours Finance : Améliorer la performance financière et extra-financière

- Modéliser les procédures de gestion comptable, sociale et fiscale en schématisant le processus d'enregistrement des opérations impliquant l'entreprise pour contribuer à évaluer le risque de contrôle inhérent au fonctionnement de l'organisation.
- Améliorer le dispositif de contrôle interne en analysant les procédures appliquées pour mettre en œuvre des opérations de révision et de contrôle adaptées et garantir l'exhaustivité, l'existence et la correcte valorisation des opérations enregistrées dans les états financiers.
- Analyser la rentabilité économique de l'organisation en réalisant un diagnostic dynamique, interne et externe, pour assurer la continuité d'exploitation.
- Veiller au respect des équilibres financiers en suivant l'évolution du besoin en fonds de roulement et des ressources disponibles afin de garantir la couverture des besoins en trésorerie de l'organisation.
- Evaluer l'impact financier et extra-financier d'un projet d'investissement en application des directives reçues de la direction financière et des managers RSE, pour mesurer le risque d'exploitation et accompagner la prise de décision stratégique de la direction.

Parcours Ressources humaines : Coordonner la gestion opérationnelle et administrative des ressources humaines

- Piloter le processus de recrutement en identifiant avec les managers opérationnels les besoins en compétences et en structurant la stratégie de recherche et de traitement des candidatures dans une démarche inclusive et responsable pour organiser la sélection des candidats.
- Concevoir et mettre en œuvre un dispositif d'accueil des nouveaux collaborateurs, en élaborant une procédure adaptée aux postes occupés et en veillant à l'accessibilité des équipements et des postes de travail pour assurer une intégration réussie et limiter les ruptures de période d'essai.
- Mettre en œuvre le plan de formation défini par la direction des ressources humaines en tenant compte des besoins exprimés par les collaborateurs et les différents managers, afin de développer les connaissances et les compétences des salariés.
- Réaliser une veille légale et réglementaire en lien avec la législation individuelle et sociale du travail en s'appuyant sur des sources fiables et diversifiées pour assurer la diffusion d'une information fiable auprès des collaborateurs.
- Constituer et tenir à jour les dossiers individuels des salariés, en respectant les procédures de collecte, de sécurisation et de conservation des données des collaborateurs et en réalisant les déclarations obligatoires dans le respect des obligations légales et réglementaires, afin d'administrer la gestion des ressources humaines.

Blocs de compétences

RNCP41188BC01 — Coordonner l'activité professionnelle d'une équipe pluridisciplinaire

LISTE DE COMPÉTENCES

- Produire et diffuser une information claire et pertinente auprès des collaborateurs en faisant preuve d'esprit critique et en développant une argumentation synthétique, structurée et accessible de tous afin de garantir une communication fluide et efficace à destination des membres de l'organisation et/ou des prestataires extérieurs.?
- Intégrer et accompagner la montée en compétences des collaborateurs, en veillant au respect des valeurs d'inclusion, de diversité, de mixité et d'égalité professionnelle et en les guidant dans la mise en œuvre des techniques opérationnelles pour faciliter leur prise de poste et développer leur efficacité professionnelle.?
- Assimiler l'environnement professionnel d'exercice en analysant ses caractéristiques sectorielles, réglementaires et environnementales et en tenant compte de ses modalités fonctionnelles pour structurer son activité, en intégrer les contraintes et garantir le respect des échéances.
- Planifier l'activité d'une équipe de collaborateurs dans une démarche inclusive et responsable en procédant à une répartition équitable et adaptée des tâches entre les collaborateurs et en organisant les interactions au sein de l'équipe et avec les services opérationnels connexes pour garantir l'avancée des projets en cours dans le respect des échéances fixées.
- Développer et maintenir les relations avec les organisations extérieures (cabinets d'études, agences, banques, administrations sociales et fiscales, ...) en répondant à leurs sollicitations et en tenant à leur disposition les justificatifs adéquats pour permettre à chaque entité de mener à bien ses missions.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

RNCP41188BC02 — Participer à la définition d'une stratégie marketing et communication responsable (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déployer une veille sectorielle et concurrentielle en collectant des informations sur l'évolution du marché (attentes, besoins des consommateurs) et des pratiques professionnelles pour identifier les nouvelles tendances en matière de consommation et maintenir une dynamique d'innovation.
- Analyser le comportement des consommateurs dans un environnement multicanal en exploitant les données collectées via le référentiel client unique, dans le respect des règles du RGPD, pour affiner sa connaissance des attentes consommateurs et améliorer l'expérience client.
- Réaliser un audit de la stratégie de la marque en traitant un ensemble d'informations internes (performance de la stratégie et des actions mises en œuvre) et externes (informations technologiques, concurrentielles et environnementales) pour positionner la marque dans son environnement concurrentiel.
- Mesurer la performance des actions marketing et communication mises en œuvre en suivant les indicateurs de résultat définis, en volume et en valeur, en estimant leur impact social et environnemental pour évaluer leur contribution au développement commercial de la marque.
- Elaborer des recommandations stratégiques et opérationnelles en mettant en perspective les résultats des diagnostics réalisés et les opportunités de développement identifiées, en tenant compte de l'impact social et environnemental des actions préconisées pour accompagner le processus de décision marketing et communication.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

RNCP41188BC03 — Gérer les obligations comptables, administratives et fiscales (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

- Prendre en charge la gestion et la comptabilisation des opérations courantes et d'inventaire dans le respect de la législation en vigueur en contrôlant l'imputation des frais engagés et des produits recensés pour répercuter l'impact de l'activité de l'entreprise dans ses états financiers.
- Renseigner les déclarations sociales et fiscales périodiques à partir des données issues du système d'information et de gestion pour déterminer les assiettes de cotisations et calculer les impôts dus dans le respect des échéances légales et réglementaires.
- Elaborer les états financiers (bilan, compte de résultat, annexe) à partir des données issues de la comptabilité générale et des travaux réalisés pendant la période d'arrêté comptable pour mettre à jour la situation financière et patrimoniale de l'entreprise à la date de clôture de l'exercice.
- Organiser la collecte des données économiques et budgétaires en définissant des procédures de reporting périodique, en exploitant le système de gestion informatisée et sécurisée, pour produire et diffuser une information fiable.
- Elaborer des tableaux de bord de pilotage et de contrôle budgétaire en exploitant les données issues du système d'information pour calculer les ratios et les indicateurs de performance définis par la direction financière et les comparer aux objectifs fixés.
- Formuler des recommandations opérationnelles et stratégiques à partir de l'analyse des données collectées et en les comparant aux objectifs budgétaires fixés ainsi qu'aux résultats de la période précédente pour améliorer les performances de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas

RNCP41188BC04 — Réaliser une étude de marché (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

- Définir la problématique de l'étude à partir des objectifs de développement poursuivis (lancement d'un nouveau produit/service) et/ou des difficultés rencontrées (baisse de chiffre d'affaires, manque d'attractivité des produits/services...) pour délimiter le champ d'investigation de l'étude.
- Conduire des entretiens qualitatifs auprès d'un panel de consommateurs en s'appuyant sur un guide d'entretien et en mettant en pratique les techniques d'écoute active et de reformulation pour accompagner la phase d'exploration du marché.
- Soumettre des questionnaires quantitatifs auprès d'un public cible, en tenant compte des caractéristiques des produits/services de la marque pour collecter des données statistiques sur l'importance des ventes, la structure et

l'évolution des ventes de l'entreprise.

- Analyser les résultats des études réalisées en organisant le dépouillement des réponses reçues aux questionnaires qualitatifs et quantitatifs soumis (sondages, tests produits/prix, interviews...) dans le respect du RGPD, pour connaître les motivations d'achat des clients.
- Rédiger le rapport final de l'étude de marché en apportant des réponses à la problématique initiale et en élaborant des recommandations pour guider la prise de décisions stratégiques par la direction marketing et communication.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

RNCP41188BC05 — Déployer des actions de communication institutionnelle et commerciale responsables (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

- Elaborer le plan de communication d'une marque en définissant l'audience cible, le contenu des messages à diffuser, en sélectionnant des supports à faible empreinte écologique, en planifiant et en budgétant les actions à mettre en œuvre pour maximiser les retombées des actions de communication déployées.?
- Mettre en œuvre la stratégie éditoriale d'une marque en cohérence avec son identité, en rédigeant et en actualisant des contenus éditoriaux (articles, newsletters, posts...) accessibles de tous et tenant compte de l'empreinte numérique pour accroître la visibilité de la marque.
- Gérer la conception et la production de contenus visuels et vidéos (photos, bannières, infographie...) dans un environnement multicanal dans le respect de la charte graphique en recherchant à minimiser leur impact environnemental afin de renforcer l'identité de la marque et d'appuyer la stratégie de contenu.
- Animer une communauté sur les réseaux sociaux autour d'une marque et de ses produits/services en favorisant et en modérant les interactions pour fédérer clients et prospects autour des produits/services de la marque et de ses valeurs et entretenir une relation personnalisée et continue avec les profils cibles.
- Veiller à la réputation et à la e-réputation de la marque et de ses produits/services en réalisant une veille permanente sur différents canaux de communication et en identifiant les retours négatifs pour anticiper et prévenir les situations de crise éventuelles.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle : Création d'une agence de communication

RNCP41188BC06 — Améliorer la performance financière et extra-financière (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

- Modéliser les procédures de gestion comptable, sociale et fiscale en schématisant le processus d'enregistrement des opérations impliquant l'entreprise pour contribuer à évaluer le risque de contrôle inhérent au fonctionnement de l'organisation.
- Améliorer le dispositif de contrôle interne en analysant les procédures appliquées pour mettre en œuvre des opérations de révision et de contrôle adaptées et garantir l'exhaustivité, l'existence et la correcte valorisation des opérations enregistrées dans les états financiers.
- Analyser la rentabilité économique de l'organisation en réalisant un diagnostic dynamique, interne et externe, pour assurer la continuité d'exploitation.
- Veiller au respect des équilibres financiers en suivant l'évolution du besoin en fonds de roulement et des ressources disponibles afin de garantir la couverture des besoins en trésorerie de l'organisation.
- Evaluer l'impact financier et extra-financier d'un projet d'investissement en application des directives reçues de la direction financière et des managers RSE, pour mesurer le risque d'exploitation et accompagner la prise de décision stratégique de la direction.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelle

RNCP41188BC07 — Coordonner la gestion opérationnelle et administrative des ressources humaines (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

- Piloter le processus de recrutement en identifiant avec les managers opérationnels les besoins en compétences et en structurant la stratégie de recherche et de traitement des candidatures dans une démarche inclusive et responsable pour organiser la sélection des candidats.
- Concevoir et mettre en œuvre un dispositif d'accueil des nouveaux collaborateurs, en élaborant une procédure

adaptée aux postes occupés et en veillant à l'accessibilité des équipements et des postes de travail pour assurer une intégration réussie et limiter les ruptures de période d'essai.

- Mettre en œuvre le plan de formation défini par la direction des ressources humaines en tenant compte des besoins exprimés par les collaborateurs et les différents managers, afin de développer les connaissances et les compétences des salariés.
- Réaliser une veille légale et réglementaire en lien avec la législation individuelle et sociale du travail en s'appuyant sur des sources fiables et diversifiées pour assurer la diffusion d'une information fiable auprès des collaborateurs.
- Constituer et tenir à jour les dossiers individuels des salariés, en respectant les procédures de collecte, de sécurisation et de conservation des données des collaborateurs et en réalisant les déclarations obligatoires dans le respect des obligations légales et réglementaires, afin d'administrer la gestion des ressources humaines.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous secteurs d'activités et tous types de structure (entreprises privées, publiques, associations...).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Parcours Marketing :

- Chef de projet marketing?
- Chargé d'études
- Chargé de marketing digital
- Assistant chef de produit

Parcours Communication :

- Community manager
- Chargé de communication
- Assistant communication
- Chef de projet événementiel

Parcours Finance :

- Auditeur Assistant
- Comptable / Responsable comptable
- Chargé de clientèle bancaire
- Opérateur middle/back office

Parcours Ressources humaines :

- Chargé des ressources humaines
- Chargé de recrutement
- Chargé de formation
- Gestionnaire paie

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 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 001 €

Familles professionnelles (FAP)	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) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- Pour une admission en 1re année : être titulaire du baccalauréat ou d'une certification de niveau 4
- Pour une admission en 2e année : avoir validé une première année d'enseignement supérieur dans le domaine des sciences de gestion.
- Pour une admission en 3e année : avoir obtenu une certification de niveau 5 et/ou avoir validé deux premières années d'enseignement dans le domaine des sciences de gestion.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

- Avoir réalisé une période d'activité en entreprise (stage, apprentissage ou période de professionnalisation) d'une durée de 90 jours au cours de l'année précédant l'obtention de la certification.

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

Jury nommé par le Recteur d'académie, dont la composition est la suivante :

- Président et vice-président (enseignants chercheurs désignés par le Recteur d'académie)
- Recteur d'académie ou son représentant
- Directeur de l'école
- Directeur du programme
- 2 enseignants permanents

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/07/2028

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.ppa.fr/diplome-superieur-en-management.html>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41188/>

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 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).