

Diplôme en gestion et développement des entreprises

RNCP42090 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	312, 312n
Formacode(s)	34093, 34554, 34085
Code(s) ROME	M1703, M1704, M1707, E1101, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2029

Certificateur(s)

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

EUROPEAN BUSINESS SCHOOL · SIRET : 81115576100067

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La transformation numérique et l'évolution des comportements d'achat entraînent un rapprochement marqué entre les fonctions marketing et commerciales. Les organisations, en particulier les PME, ETI et start-ups, recherchent des profils capables de développer leurs affaires en intégrant pleinement les outils et stratégies du marketing digital, dans un environnement concurrentiel et technologique en constante mutation. Les métiers liés au développement commercial et au digital figurent parmi les fonctions les plus dynamiques et à fort potentiel d'évolution, portées par la transition numérique, avec notamment l'intégration de plus en plus prépondérante de l'IA et les nouveaux modèles économiques.

Dans ce contexte, la certification Diplôme en gestion et développement des entreprises (Bachelor Business Development) certifie les compétences de professionnels aptes à concevoir et mettre en œuvre des plan d'action commerciales performants alignées avec les stratégies de marketing digital en s'appuyant sur les leviers procurés par les techniques digitales et l'IA et à piloter la performance commerciale des organisations dans des environnements agiles et innovants dans le respect des pratiques de responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

ACTIVITÉS VISÉES

- Identifications des tendances, analyse du marché et diagnostic de l'environnement concurrentiel
- Élaboration d'un plan de marketing digital
- Conception et mise en œuvre d'un plan de communication digitale
- Gestion des médias sociaux
- Définition du plan d'action commercial
- Prospection commerciale
- Gestion et fidélisation d'un portefeuille clients
- Négociation commerciale
- Gestion de plateformes internet
- Calcul de la viabilité d'une activité ou d'un projet
- Élaboration d'un budget
- Construction et analyse de tableaux de bord et des indicateurs de performance
- Identification des écarts
- Pilotage de projet

- Animation collective
- Animer une équipe

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Réaliser une veille stratégique, en collectant des données issues de sources nationales et internationales, afin d'identifier les signaux faibles, les tendances émergentes et les évolutions de marché utiles à la décision marketing
- Produire une analyse de l'environnement concurrentiel, en mobilisant les méthodes et outils du marketing, afin de segmenter le marché, évaluer l'attractivité des segments et définir un positionnement différenciant pour chaque cible prioritaire
- A partir d'une stratégie définie par l'entreprise, élaborer un plan de marketing digital, en s'appuyant sur un diagnostic de l'entreprise et de sa présence en ligne, afin de le traduire en actions mobilisant de manière cohérente et responsable les leviers numériques dans une logique responsable et orientée client
- Planifier et encadrer la mise en œuvre d'un plan de marketing digital, en définissant les étapes clés, les ressources à mobiliser, les postes de dépenses, les indicateurs et les outils de suivi, afin d'en assurer une exécution et un pilotage structurés et efficaces
- Définir une plateforme de marque cohérente, en mobilisant ses éléments constitutifs (nom, valeurs, mission, univers visuel, tonalité), afin de structurer un plan de communication adapté aux objectifs, aux cibles et aux canaux de l'entreprise
- Construire et mettre en œuvre un plan de communication digitale, en sélectionnant les canaux et les supports pertinents et en intégrant l'IA, afin d'assurer la visibilité de l'offre auprès des cibles visées, en cohérence avec la plateforme de marque et les objectifs marketing
- Définir et piloter une ligne éditoriale sur les réseaux sociaux, en s'appuyant sur l'analyse des communautés cibles, les données d'audience, et en participant à produire avec l'IA des contenus visuels adaptés aux environnements digitaux, afin d'augmenter la notoriété, la fidélisation et l'impact des messages et des campagnes sponsorisées
- Construire et planifier un plan d'action commercial, en définissant les objectifs de vente, en priorisant les actions et les moyens, et en identifiant les indicateurs de performance adaptés, afin de décliner une stratégie arrêtée par l'entreprise en actions cohérentes avec les objectifs fixés et d'en mesurer les résultats
- Créer et piloter des actions de prospection commerciale, en mobilisant les outils digitaux de ciblage, de tracking et d'automatisation assistés par l'IA, afin d'identifier et d'alimenter le tunnel de conversion avec des leads qualifiés et engagés
- Piloter la performance et la relation d'un portefeuille clients, en exploitant les données issues du management des ressources clients (CRM) et des outils analytiques pour construire des tableaux de bord, en concevant des dispositifs de fidélisation multicanal intégrant l'IA et en adaptant les interactions aux profils, enjeux et objectifs, afin d'optimiser la rentabilité et de maintenir un engagement client durable.
- Préparer et structurer une négociation commerciale, en analysant les informations sur le client, le marché et les besoins exprimés, afin de construire une proposition adaptée, soutenue par un argumentaire professionnel et conforme aux orientations de l'entreprise
- Conduire et conclure une négociation commerciale, en adaptant son approche à la situation et aux interlocuteurs, en français ou en contexte international, afin d'aboutir à un accord sur les termes de la proposition et formaliser les documents commerciaux en lien avec les services concernés
- Concevoir et administrer une interface web professionnelle ou de e-commerce, en sélectionnant des solutions techniques adaptées, en garantissant la conformité aux standards d'accessibilité numérique, en optimisant le référencement du site grâce aux techniques de SEO/SEA, et en analysant les retombées grâce aux indicateurs de trafic et d'audience, afin d'augmenter sa performance commerciale.
- Déterminer le coût réel d'une activité ou d'un projet marketing et commercial, en identifiant l'ensemble des charges directes et indirectes de l'entreprise, en collaboration avec les services financiers, afin d'évaluer sa faisabilité
- Élaborer le budget d'une activité ou d'un projet marketing digital et commercial, en collaboration avec les services financiers, en intégrant l'ensemble des coûts et des produits prévisionnels ainsi que toutes les charges de l'entreprise, afin de s'assurer de sa viabilité économique et de sa rentabilité
- Construire, suivre et exploiter des tableaux de bord budgétaires marketing et commerciaux, en intégrant les indicateurs de performance (KPI), afin de piloter l'activité ou le projet et de mesurer sa performance
- Analyser les données relatives à l'activité ou au projet marketing et commercial, en s'appuyant sur les indicateurs des tableaux de bord, afin d'en évaluer la performance et de suivre l'efficacité des actions mises en œuvre
- Évaluer les résultats des actions marketing et commerciales mises en œuvre, en identifiant les écarts avec les objectifs fixés, pour en déterminer raisons et préconiser des actions d'amélioration si nécessaire

- Suivre la conformité légale, sociale et environnementale de l'activité ou du projet marketing et commercial, en produisant des indicateurs intégrés dans des tableaux de bord, afin d'alerter en cas d'écart et de contribuer aux engagements responsables de l'entreprise
- Piloter un projet, en planifiant les étapes, en définissant les objectifs attendus et les livrables attendus, et en assurant la répartition et le suivi des tâches, afin de garantir l'atteinte des résultats attendus dans les délais impartis et d'optimiser la performance collective
- Transmettre des consignes et des informations professionnelles à une équipe, en mobilisant les outils de communication adaptés, en assurant la compréhension dans au moins une langue étrangère, afin de renforcer l'engagement collectif et l'atteinte des objectifs
- Conduire une réunion ou un groupe de travail, en appliquant des techniques de communication interpersonnelle, afin de faciliter l'expression des idées, la participation active et la prise de décision collective
- Animer une équipe en organisant les rôles, en communiquant avec clarté, en tenant compte des diversités des culturelles et situationnelles, et dans le respect des obligations légales en vigueur, afin de favoriser la réussite de chacun et d'adapter les moyens d'accompagnement si nécessaire dans une optique de développement de l'engagement individuel, de la collaboration, et de la performance collective
- Identifier les ressources humaines nécessaires à une activité, en définissant les besoins en compétences, afin de contribuer à la constitution d'une équipe adaptée aux objectifs fixés
- Ajuster les objectifs individuels en prenant en compte les parcours professionnels, les profils et les situations de handicap des collaborateurs, afin de favoriser la réussite de chacun et d'adapter les moyens d'accompagnement si nécessaire

Blocs de compétences

RNCP42090BC01 — Définir et mettre en œuvre un plan de marketing digital

LISTE DE COMPÉTENCES

- Réaliser une veille stratégique, en collectant des données issues de sources nationales et internationales, afin d'identifier les signaux faibles, les tendances émergentes et les évolutions de marché utiles à la décision marketing
- Produire une analyse de l'environnement concurrentiel, en mobilisant les méthodes et outils du marketing, afin de segmenter le marché, évaluer l'attractivité des segments et définir un positionnement différenciant pour chaque cible prioritaire
- A partir d'une stratégie définie par l'entreprise, élaborer un plan de marketing digital, en s'appuyant sur un diagnostic de l'entreprise et de sa présence en ligne, afin de le traduire en actions mobilisant de manière cohérente et responsable les leviers numériques dans une logique responsable et orientée client
- Planifier et encadrer la mise en œuvre d'un plan de marketing digital, en définissant les étapes clés, les ressources à mobiliser, les postes de dépenses, les indicateurs et les outils de suivi, afin d'en assurer une exécution et un pilotage structurés et efficaces
- Définir une plateforme de marque cohérente, en mobilisant ses éléments constitutifs (nom, valeurs, mission, univers visuel, tonalité), afin de structurer un plan de communication adapté aux objectifs, aux cibles et aux canaux de l'entreprise
- Construire et mettre en œuvre un plan de communication digitale, en sélectionnant les canaux et les supports pertinents et en intégrant l'IA, afin d'assurer la visibilité de l'offre auprès des cibles visées, en cohérence avec la plateforme de marque et les objectifs marketing
- Définir et piloter une ligne éditoriale sur les réseaux sociaux, en s'appuyant sur l'analyse des communautés cibles, les données d'audience, et en participant à produire avec l'IA des contenus visuels adaptés aux environnements digitaux, afin d'augmenter la notoriété, la fidélisation et l'impact des messages et des campagnes sponsorisées

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- A partir d'une étude de cas sectorielle, l'apprenant produit un rapport écrit de veille stratégique détaillant les tendances actuelles et futures d'un secteur d'activité, avec une analyse des implications pour les organisations, incluant des scénarios.
- A partir d'une étude de cas ou d'une mise en situation professionnelle simulée, l'apprenant produit un dossier écrit contenant un diagnostic stratégique sur la stratégie de marketing digital d'une entreprise, en intégrant une analyse de l'environnement concurrentiel, de la segmentation stratégique du marché, du comportement des consommateurs, et du positionnement de l'entreprise.
- A partir d'une étude de cas ou d'une mise en situation professionnelle, l'apprenant réalise un dossier d'audit écrit

de la présence en ligne d'une entreprise et propose un plan de marketing digital comprenant : les objectifs du plan, les étapes de sa mise en œuvre, les ressources nécessaires, et la détermination des indicateurs clés de sa performance.

- A partir d'une étude de cas ou d'un projet entrepreneurial, l'apprenant produit un portfolio écrit comprenant la définition d'une plateforme de marque et la production de contenus visuels élaborés à partir de plateformes de création graphique assistée par l'IA
- A partir d'une étude de cas ou d'une mise en situation professionnelle, l'apprenant conçoit et présente à l'oral un plan de communication intégrant une ligne éditoriale, différents canaux et supports, et propose une réalisation concrète ou une simulation de campagnes digitales sur les réseaux intégrant l'IA

RNCP42090BC02 — Construire et mettre en œuvre un plan d'action commercial

LISTE DE COMPÉTENCES

- Construire et planifier un plan d'action commercial, en définissant les objectifs de vente, en priorisant les actions et les moyens, et en identifiant les indicateurs de performance adaptés, afin de décliner une stratégie arrêtée par l'entreprise en actions cohérentes avec les objectifs fixés et d'en mesurer les résultats
- Créer et piloter des actions de prospection commerciale, en mobilisant les outils digitaux de ciblage, de tracking et d'automatisation assistés par l'IA, afin d'identifier et d'alimenter le tunnel de conversion avec des leads qualifiés et engagés
- Piloter la performance et la relation d'un portefeuille clients, en exploitant les données issues du CRM et des outils analytiques pour construire des tableaux de bord, en concevant des dispositifs de fidélisation multicanal intégrant l'IA et en adaptant les interactions aux profils, enjeux et objectifs, afin d'optimiser la rentabilité et de maintenir un engagement client durable.
- Préparer et structurer une négociation commerciale, en analysant les informations sur le client, le marché et les besoins exprimés, afin de construire une proposition adaptée, soutenue par un argumentaire professionnel et conforme aux orientations de l'entreprise
- Conduire et conclure une négociation commerciale, en adaptant son approche à la situation et aux interlocuteurs, en français ou en contexte international, afin d'aboutir à un accord sur les termes de la proposition et formaliser les documents commerciaux en lien avec les services concernés
- Concevoir et administrer une interface web professionnelle ou de e-commerce, en sélectionnant des solutions techniques adaptées, en garantissant la conformité aux standards d'accessibilité numérique, en optimisant le référencement du site grâce aux techniques de SEO/SEA, et en analysant les retombées grâce aux indicateurs de trafic et d'audience, afin d'augmenter sa performance commerciale.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- A partir d'une étude de cas ou d'une mise en situation professionnelle, l'apprenant produit un plan d'action commercial écrit d'une entreprise présentant les objectifs, la priorisation et la planification des actions, et les indicateurs clés de la performance des actions du plan
- A partir d'une étude de cas ou d'un projet entrepreneurial, l'apprenant produit un plan de prospection et de fidélisation multicanal simulé ou réel adapté à un segment de clientèle préalablement identifié mobilisant les outils digitaux et l'IA.
- A partir d'une base de données client d'une entreprise fictive ou réelle, l'apprenant doit produire une analyse du portefeuille client et fournir des préconisations d'actions de prospection et de fidélisation pour enrichir le portefeuille et en améliorer le taux de rétention.
- Dans le cadre d'un jeu de rôle, l'apprenant doit présenter à l'oral un argumentaire professionnel et structuré de proposition commerciale issu de la production d'un dossier écrit d'analyse d'une situation client et du marché.
- A partir d'une mise en situation de négociation reconstituée, en français et en anglais, l'apprenant doit négocier une proposition commerciale avec un client international et formaliser dans une note de synthèse écrite la nature des accords conclus.
- Dans le cadre d'une évaluation sur poste informatique, l'apprenant doit créer un site web marchand référencé naturellement respectant les normes d'accessibilité et présenter à l'oral les métriques des indicateurs de retombées en termes d'audience et de ventes nécessaires pour atteindre le seuil de rentabilité du site associées à des préconisations sur l'optimisation du référencement du site.

RNCP42090BC03 — Gérer, mesurer et contrôler la performance marketing et commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déterminer le coût réel d'une activité ou d'un projet marketing et commercial, en identifiant l'ensemble des charges directes et indirectes de l'entreprise, en collaboration avec les services financiers, afin d'évaluer sa faisabilité
- Élaborer le budget d'une activité ou d'un projet marketing digital et commercial, en collaboration avec les services financiers, en intégrant l'ensemble des coûts et des produits prévisionnels ainsi que toutes les charges de l'entreprise, afin de s'assurer de sa viabilité économique et de sa rentabilité
- Construire, suivre et exploiter des tableaux de bord budgétaires marketing et commerciaux, en intégrant les indicateurs de performance (KPI), afin de piloter l'activité ou le projet et de mesurer sa performance
- Analyser les données relatives à l'activité ou au projet marketing et commercial, en s'appuyant sur les indicateurs des tableaux de bord, afin d'en évaluer la performance et de suivre l'efficacité des actions mises en œuvre
- Évaluer les résultats des actions marketing et commerciales mises en œuvre, en identifiant les écarts avec les objectifs fixés, pour en déterminer raisons et préconiser des actions d'amélioration si nécessaire
- Suivre la conformité légale, sociale et environnementale de l'activité ou du projet marketing et commercial, en produisant des indicateurs intégrés dans des tableaux de bord, afin d'alerter en cas d'écart et de contribuer aux engagements responsables de l'entreprise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- A partir d'une étude de cas financière, l'apprenant doit calculer les coûts et les charges liés à un projet, construire un budget prévisionnel en fonction d'hypothèses financières liées à au niveau de réalisation des objectifs de vente et déterminer le seul de rentabilité du projet.
- A partir d'une étude de cas ou d'une mise en situation professionnelle reconstituée, l'apprenant doit construire un tableau de bord intégrant des KPI identifiés et démontrer comment il pilotera la performance marketing et commerciale en s'appuyant sur ces tableaux de bord en fonction des objectifs définis.
- A partir d'une étude de cas, l'apprenant doit analyser les différents indicateurs d'un tableau de bord en identifiant les écarts entre les objectifs attendus et réalisés de la performance commerciale d'une entreprise. A partir de l'explication des écarts, il doit proposer des ajustements ou des actions correctives pour chaque écart constaté.
- A partir d'une étude de cas ou d'une mise en situation professionnelle reconstituée, l'apprenant doit définir des indicateurs de conformité au niveau légal, social, et environnemental, identifier et mesurer les écarts de conformité, et proposer des actions de mise en conformité en tenant compte de la politique RSE d'une entreprise.

RNCP42090BC04 — Piloter un projet, une activité, et animer une équipe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Piloter un projet, en planifiant les étapes, en définissant les objectifs attendus et les livrables attendus, et en assurant la répartition et le suivi des tâches, afin de garantir l'atteinte des résultats attendus dans les délais impartis et d'optimiser la performance collective
- Transmettre des consignes et des informations professionnelles à une équipe, en mobilisant les outils de communication adaptés, en assurant la compréhension dans au moins une langue étrangère, afin de renforcer l'engagement collectif et l'atteinte des objectifs
- Conduire une réunion ou un groupe de travail, en appliquant des techniques de communication interpersonnelle, afin de faciliter l'expression des idées, la participation active et la prise de décision collective
- Animer une équipe en organisant les rôles, en communiquant avec clarté, en tenant compte des diversités des culturelles et situationnelles, et dans le respect des obligations légales en vigueur, afin de favoriser la réussite de chacun et d'adapter les moyens d'accompagnement si nécessaire dans une optique de développement de l'engagement individuel, de la collaboration, et de la performance collective
- Identifier les ressources humaines nécessaires à une activité, en définissant les besoins en compétences, afin de contribuer à la constitution d'une équipe adaptée aux objectifs fixés
- Ajuster les objectifs individuels en prenant en compte les parcours professionnels, les profils et les situations de handicap des collaborateurs, afin de favoriser la réussite de chacun et d'adapter les moyens d'accompagnement si nécessaire

MODALITÉS D'ÉVALUATION

A partir d'un projet réel ou fictif, l'apprenant doit constituer à l'écrit et défendre à l'oral un dossier comprenant :

- Une analyse d'un cahier des charges projet et la formalisation les objectifs et les livrables attendus.
- Un plan de projet détaillé (diagramme de Gantt, rétroplanning, jalons clés)
- Une évaluation des ressources affectées et la répartition des différentes tâches dans l'équipe projet

- Un modèle de reporting interne et externe comprenant les indicateurs clés de performance

A partir d'une réunion en contexte professionnel reconstitué, l'apprenant doit animer une réunion avec remise préalable d'un ordre du jour, produire des supports de présentation pour la réunion et diffuser un compte-rendu synthétique écrit en français et en anglais validant les décisions prises et les actions engagées, en précisant les responsabilités et les délais, et choisir un canal de diffusion pertinent en s'assurant de la compréhension des destinataires.

A partir d'une étude de cas, l'apprenant doit produire une fiche de besoins en compétences pour un projet en justifiant ses choix par une analyse des écarts entre compétences disponibles et objectifs fixés et en détaillant le processus de sélection des profils.

A partir d'une étude de cas ou d'une mise en situation professionnelle, l'apprenant doit produire à l'écrit un appariement d'objectifs individuels avec des ressources humaines présentant des profils, des parcours, et des situations spécifiques, et effectuer une synthèse à l'oral de sa démarche et de ses choix en précisant les moyens d'accompagnement envisagés

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activités (industrie, commerce, services), dans des TPE/PME/ETI qui mettent en œuvre des stratégies marketing et/ou commerciales.

Tous les secteurs d'activités (industrie, commerce, services), dans les départements ou directions marketing et/ou commerciales dans de grandes entreprises ou de grands groupes.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé de marketing digital
- Chargé de développement commercial et marketing
- Chef de projet marketing digital
- Attaché / conseiller commercial
- Responsable marketing et commercial
- Responsable e-commerce
- Chargé de communication digitale
- Community manager
- Social media manager
- Chargé de développement commercial Web
- Content manager

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)	2 950 €
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) 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)	16 808

Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
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 U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Le candidat devra valider chacun des blocs de compétences afin d'obtenir le Diplôme en gestion et développement des entreprises (Bachelor Business Development).

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le Président du Jury désigné par le Recteur d'Académie, le Vice-président désigné par le recteur, le Directeur général de l'école et le Directeur de la formation.

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

Le Président du Jury désigné par le Recteur d'Académie, le Vice-Président désigné par le recteur, le Directeur Général de l'Ecole et le Directeur de la formation.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2029
-------------------------------------	------------

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42090/>