

Programme grande école

RNCP42298 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	310, 312, 313
Formacode(s)	34566, 34573, 34057, 41054
Code(s) ROME	M1705, M1704, M1707, M1703, E1103
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

INSTITUT DE GESTION SOCIALE (IGS) · SIRET : 31249509600157

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le titulaire du diplôme visé "Programme grande école"

peut exercer des fonctions d'encadrement et/ou d'expertise dans les domaines du management, du développement commercial, du marketing stratégique

ou opérationnel, de la communication, des achats.

Le diplôme atteste l'acquisition d'un socle de connaissances et de compétences dans les champs disciplinaires évoqués ci-dessus, rendus opérationnels pour leur forte contextualisation professionnelle.

ACTIVITÉS VISÉES

La chaîne de valeur de la fonction commerciale est au cœur des finalités d'apprentissage du programme : du marketing de l'offre jusqu'au management de la relation client, en passant par le management des comptes clés, le management des réseaux de distribution et le marketing opérationnel. Ainsi, les activités visées sont-elles :

- Participation au développement d'actions stratégiques relatives au marketing
- Gestion d'une offre de produits ou services
- Contrôle de l'évolution des marchés et veille concurrentielle
- Étude et analyse du comportement du consommateur
- Gestion de la communication des marques et de l'entreprise
- Management des équipes marketing et commerciales de l'entreprise
- Compréhension des nouveaux outils utilisés en marketing
- Intégration du digital dans l'ensemble des activités et développement de solutions innovantes en digital marketing
- Développement d'approches commerciales innovantes

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences transversales :

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines

- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en oeuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de Responsabilité environnementale

Compétences spécifiques :

- Déployer dans l'organisation un système de veille pour élaborer et mettre en oeuvre la stratégie commerciale et marketing :

Être dans une posture de recherche continue d'informations sur son environnement pour repérer notamment les signaux faibles

Développer un réseau afin de se tenir informé sur son environnement

Suivre les évolutions de l'éco-système impliquant les acteurs directs et indirects en relation avec l'organisation

Construire une démarche prospective relative à ses domaines d'intervention

Identifier les menaces, les opportunités, les tendances

- Décliner la vision stratégique de l'entreprise en plans d'actions opérationnels pour piloter l'activité :

Comprendre la vision stratégique de l'entreprise pour préciser ses orientations et objectifs et les traduire en un business-plan

Évaluer les attentes des cibles via des études de marché, des analyses de positionnement, de la veille concurrentielle

Superviser et gérer les moyens (organisationnels, techniques, humains, financiers, logistiques, etc.) pour réaliser les objectifs fixés et évaluer les résultats individuels et collectifs

Animer au quotidien et organiser le travail de l'équipe, conduire des réunions et susciter l'adhésion et la motivation de son équipe

- Mesurer les performances attendues en mobilisant les systèmes d'information de l'organisation

Calculer les indicateurs de performance quantitatifs et qualitatifs relatifs à la politique commerciale, marketing, fournisseurs :

Collecter, organiser et analyser les données marketing et commerciales pour élaborer des plans d'action

Définir la démarche qualité pour fidéliser le portefeuille-client

Garantir le respect des réglementations liées aux systèmes d'information, au numérique et aux données.

- Promouvoir un produit, un service ou une marque en suscitant l'adhésion durable des clients, partenaires, fournisseurs, et en interne :

Élaborer la stratégie de marketing en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise, en s'appuyant sur les études et analyses menées ainsi que sur les données collectées

En interne, développer des actions destinées à fédérer les employés autour de l'identité, des valeurs et de l'actualité de l'entreprise ainsi qu'à accompagner les changements

Élaborer et mettre en oeuvre les plans de marketing et de communication online et offline

Surveiller la réputation et l'e-réputation de l'entreprise

Conseiller et accompagner la gestion des situations de crise

- Innover pour développer des solutions nouvelles au sein de démarches de projet collaboratives

Organiser les grandes étapes du projet et établir un phasage

Identifier les opportunités de croissance et de développement avec une posture d'innovation

Savoir accompagner les transformations

Mobiliser des ressources financières et humaines pour développer et accompagner l'innovation

- Concevoir et déployer les outils et organiser les process "Centrés-clients"

Mener une veille permanente sur l'évolution des outils numériques au service du marketing, de la relation-client, de la relation-fournisseur

Identifier et fédérer les attentes des acteurs externes : clients, usagers, fournisseurs

Identifier les canaux pour collecter l'information relative au comportement des clients ou des fournisseurs

Concevoir des outils de mesure d'audience et/ou statistiques pour améliorer la relation client ou relation-fournisseur et développer de nouvelles offres

Blocs de compétences

RNCP42298BC01 — Déployer dans l'organisation un système de veille pour élaborer et mettre en oeuvre la stratégie commerciale et marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

- Concevoir un dispositif de veille informationnel sur son environnement pour repérer notamment les signaux faibles
- Développer un réseau afin de se tenir informé sur son environnement
- Mesurer et analyser les évolutions de l' éco-système impliquant les acteurs directs et indirects en relation avec l'organisation
- Construire une démarche prospective relative à ses domaines d'intervention
- Identifier et analyser les menaces, les opportunités, les tendances du marché

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP42298BC02 — Décliner la vision stratégique de l'entreprise en plans d'actions opérationnels pour piloter l'activité

LISTE DE COMPÉTENCES

- Décliner la vision stratégique de l'entreprise en orientations et objectifs opérationnels pour les traduire en un business-plan
- Evaluer les attentes des cibles via des études de marché, des analyses de positionnement, de la veille concurrentielle
- Superviser et gérer les moyens (organisationnels, techniques, humains, financiers, logistiques, etc.) pour réaliser les objectifs fixés et évaluer les résultats individuels et collectifs
- Animer au quotidien et organiser le travail de l'équipe, conduire des réunions et susciter l'adhésion et la motivation de son équipe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP42298BC03 — Mesurer les performances attendues en mobilisant les systèmes d'information de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

- Calculer les indicateurs de performance quantitatifs et qualitatifs relatifs à la politique commerciale, marketing, fournisseurs
- Collecter, organiser et analyser les données marketing et commerciales pour élaborer des plans d'action
- Définir la démarche qualité pour fidéliser le portefeuille-client
- Concevoir et déployer le dispositif garantissant le respect des réglementations liées aux systèmes d'information, au numérique et aux données.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP42298BC04 — Promouvoir un produit, un service ou une marque en suscitant l'adhésion durable des clients, partenaires, fournisseurs, et en interne

LISTE DE COMPÉTENCES

- Elaborer la stratégie de marketing en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise, en s'appuyant sur les études et analyses menées ainsi que sur les données collectées
- En interne, développer des actions destinées à fédérer les employés autour de l'identité, des valeurs et de l'actualité de l'entreprise ainsi qu'à accompagner les changements
- Elaborer et mettre en oeuvre les plans de marketing et de communication online et offline
- Concevoir et mettre en oeuvre une veille relative à la réputation et l'e-réputation de l'entreprise
- Conseiller et accompagner la gestion des situations de crise

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP42298BC05 — Développer des solutions innovantes au sein de démarches de projet collaboratives

LISTE DE COMPÉTENCES

- Organiser les grandes étapes du projet et établir un phasage
- Identifier les opportunités de croissance et de développement dans une démarche d'innovation.
- Concevoir et mettre en oeuvre un dispositif d'accompagnement des transformations
- Evaluer les ressources financières, technologiques, et humaines pour développer et accompagner l'innovation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP42298BC06 — Concevoir et déployer les outils et organiser les process "Centrés-clients"

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mener une veille permanente sur l'évolution des outils numériques au service du marketing, de la relation-client, de la relation-fournisseur
- Créer un écosystème fédérant les attentes des parties prenantes (clients, usagers, fournisseurs).
- Identifier les canaux pour collecter l'information relative au comportement des clients ou des fournisseurs
- Concevoir des outils de mesure d'audience et/ou statistiques pour améliorer la relation client ou relation-fournisseur et développer de nouvelles offres

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP42298BC07 — Usages avancés et spécialisés des outils numériques

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le marketing et la relation-client
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

RNCP42298BC08 — Développement et intégration de savoirs hautement spécialisés

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans une langue étrangère

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le mémoire de recherche fait l'objet d'une remise d'un écrit et d'une soutenance orale. La validation de chacun des deux exercices conditionne la réussite à l'épreuve et la délivrance du diplôme.

Pour les autres modules au sein de cette compétence : épreuve orale individuelle,

RNCP42298BC09 — Appui à la transformation en contexte professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en oeuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales.

Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.

La compétence est acquise quand tous les modules la composant sont validés et leurs crédits acquis.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire du diplôme peut exercer son activité dans tous les secteurs d'activité

(services, industrie, luxe, banque et assurances, consulting ..) et au sein de structures de toutes tailles , de la start up à l'entreprise d'envergure internationale .

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de projet e-business,

Responsables marketing on line,

Consultant marketing web et e-commerce,

Community manager,

Responsable de zone export

Acheteur international
 Ingénieur d'affaires internationales
 Responsable du développement international
 Chef de produit international
 Directeur exécutif de filiale ou de bureau de représentation international
 Responsable grands comptes,
 Responsable de grands clients au niveau national ou international,
 Négociateur de haut niveau, Chef de secteur,
 Directeur de filiales,
 Directeur commercial, ingénieur d'affaires
 Chefs de projet culturel et artistique,
 Cadre d'institution culturelle et/ou artistique,
 Conseiller artistique en entreprise,
 Chef de projet événementiel,
 Responsable du développement de la politique culturelle d'une Fondation,
 Expertise artistique et financière,
 Acheteur d'Art,
 Agent d'artiste et de collectif,
 Consultant GRC,
 Responsable base de données,
 Responsable centre d'appels,
 Responsable service clients/consommateurs,
 Responsable marketing direct / marketing relationnel,
 Chef de projet GRC,
 Responsable fidélisation,
 Responsable Marketing,
 Chef de produit,
 Responsable de communication,
 Responsable marketing commercial
 Directeur de magasin, d'agence,
 Responsable du développement d'enseigne,
 animateur de réseau,

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, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

La formation est ouverte aux titulaires d'un diplôme ou titre de niveau 6, qui accèdent au diplôme après un parcours de 2 ans ,

ou aux titulaires ayant validé 60 ECTS d'une première année de formation (bac + 4) conduisant à un diplôme de niveau 7 reconnu par L'État (parcours Master, ou visa bac + 5 , certification professionnelle niveau 7 inscrite au RNCP) .

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

Jury national, dont les membres sont nommés par le Recteur, composé d'un représentant du Recteur de l'Académie de Paris, du Président et du Vice - Président, des membres de la Direction, d'enseignants-chercheurs, de membres de l'équipe enseignante (professionnels) et de représentants du monde professionnel extérieurs.

Pour cette dernière catégorie, les enseignants-chercheurs comptent pour 50%

Base légale

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

Date de dernière délivrance possible	31/08/2034
--------------------------------------	------------

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP37714

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42298/>