

Programme grande école

RNCP42676 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DipViGrM — Diplôme visé grade de master
Code(s) NSF	310, 312, 313
Formacode(s)	32025, 34052, 34254, 32145, 32654
Code(s) ROME	M1402, M1705, M1707, M1704, M1202
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

GROUPE SUP DE CO AMIENS PICARDIE · SIRET : 41801924600010

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le diplôme atteste de l'acquisition de compétences des managers responsables, capables d'analyser des situations complexes, de concevoir des stratégies adaptées et de piloter des projets dans des écosystèmes économiques, sociétaux, environnementaux et technologiques en perpétuelle transformation. Il vise à développer un socle managérial stratégique solide.

Les diplômés sont capables d'accompagner les dirigeants dans l'élaboration et le déploiement de stratégie, de piloter des projets de transformation et d'analyser la performance globale de l'organisation. Ce diplôme mobilise des outils d'analyse, de veille et de pilotage pour fiabiliser les décisions.

La certification garantit ainsi une adéquation forte avec les besoins actuels et futurs des entreprises, en France et à l'international.

ACTIVITÉS VISÉES

Pilotage des transformations organisationnelles et des projets structurants
Management responsable des équipes et des ressources dans un contexte international
Réalisation du diagnostic stratégique et élaboration des orientations de développement de l'organisation
Conduite des transformations et développement de nouvelles activités
Sécurisation de la gouvernance et de la décision stratégique
Études de marché et construction de l'offre de valeur
Développement de la performance commerciale et marketing
Analyse de la performance économique et financière de l'organisation
Appui à la décision financière et à la gouvernance de l'organisation
Production de connaissances et d'analyses au service de la décision
Communication des résultats et développement d'une posture professionnelle
Management des systèmes d'information au service de la stratégie
Développement stratégique des marchés et des réseaux de distribution
Gestion de la visibilité et des interactions de l'organisation dans les environnements numériques
Gestion de la performance financière et des risques de l'organisation
Structuration du développement international de l'organisation

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Diagnostiquer les dysfonctionnements en analysant les dynamiques d'interaction, d'influence et de pouvoir au travail, en utilisant des outils de diagnostic des situations humaines (individu ou groupe) complexes, en comprenant la résistance au changement et en adoptant une posture réflexive pour accompagner la transformation organisationnelle éthique et responsable.

Piloter un projet en définissant les étapes nécessaires, en utilisant les outils de gestion de projet adéquats de contrôle, d'analyse de coût et de performance, et en coordonnant les parties prenantes afin d'optimiser les processus internes dans une démarche innovante structurante et reproductible.

Mener un diagnostic sur le rôle, l'éthique et la posture du manager dans une organisation en articulant les pratiques de management et de ressources humaines autour des enjeux éthiques et RSE, alimentant les pratiques managériales internes pour faire évoluer les pratiques professionnelles de l'organisation, notamment en matière de management d'équipe.

Adapter ses pratiques managériales en communiquant de manière claire, synthétique et structurée dans des langues étrangères à l'oral et à l'écrit dans un environnement international multiculturel en adaptant ses pratiques de management selon le contexte de l'organisation et des acteurs humains, pour manager des équipes diverses dans un contexte globalisé complexe.

Créer puis déployer une vision stratégique globale innovante pour l'organisation, en menant un diagnostic stratégique complet, c'est à dire en analysant finement l'environnement complexe, en prenant des initiatives, en travaillant en équipe et en développant la communication stratégique transversale, pour piloter des stratégies intégrant l'innovation et la transformation digitale à tous les niveaux.

Conduire un diagnostic stratégique en croisant les données internes (représentations économiques de l'organisation) et externes (mécanismes de marché) en tenant compte de la RSE et des critères ESG pour mettre en œuvre une stratégie pertinente dans l'environnement organisationnel en mutation (technologique, économique, environnemental).

Intégrer les outils numériques de la transformation digitale dans les projets stratégiques en préconisant des outils numériques adéquats, en développant des stratégies agiles et en intégrant une réflexion éthique, pour concevoir des projets business ad hoc innovants et percutants.

Déployer des projets entrepreneuriaux en choisissant les outils adaptés pour transformer une idée en un projet entrepreneurial, en développant une structure comprenant les composantes d'un business model, en analysant son environnement concurrentiel pour créer une structure ou reprendre une structure existante.

Accompagner la gouvernance en formulant des recommandations organisationnelles conformes aux lois en matière de contrats et de structuration juridique en identifiant leurs avantages respectifs pour sécuriser la prise de décision stratégique dans un cadre légal et réglementaire.

Analyser un marché et son environnement concurrentiel en mobilisant les méthodes et outils d'études de marché (quantitatives, qualitatives, panels, ressources digitales) afin d'identifier les opportunités et les leviers de développement pour l'organisation.

Définir le positionnement stratégique et opérationnel d'un produit ou service en mobilisant les outils de gestion de produit (mix marketing, stratégie de marque), en évaluant la valeur perçue par les clients, la performance du produit et la promesse de marque, afin de formuler des recommandations cohérentes avec l'identité de marque et les attentes des marchés ciblés, en contexte national ou international.

Définir et piloter une stratégie marketing alignée avec la stratégie globale de l'organisation, en évaluant les stratégies commerciales et marketing existantes à travers un audit interne et une analyse concurrentielle, et en intégrant des dimensions d'innovation, de responsabilité, d'éthique et de transformation numérique, afin d'assurer la cohérence entre les objectifs commerciaux et les orientations stratégiques globales.

Élaborer un plan d'action marketing et commercial responsable à partir des données d'analyse internes et externes, pour définir des actions cohérentes avec la stratégie globale et adaptées à l'environnement de l'organisation.

Mener une stratégie de négociation complexe nationale et internationale en mobilisant des techniques avancées de vente et de communication, sur la base d'une analyse approfondie du comportement des consommateurs, dans des environnements multiculturels, afin de soutenir le développement national ou international de l'organisation.

Analyser les états financiers d'une organisation dans un référentiel donné en identifiant les principes de la finance d'entreprise, par les outils traditionnels, par des pratiques innovantes et par la dimension extra financière (ESG, finance durable, transition énergétique), pour piloter la performance financière organisationnelle.

Élaborer un tableau de bord du contrôle de gestion en analysant les indicateurs de performance clés pour les relier aux objectifs stratégiques, afin d'accompagner et d'alimenter la prise de décision financière.

Évaluer la faisabilité financière d'un projet et sa budgétisation dans un contexte national et international en mobilisant les fondamentaux de la théorie financière et des outils de calcul de coûts, pour mesurer les impacts du projet sur

l'institution évaluer les risques institutionnels.

Déterminer l'influence de la gouvernance et des valeurs éthiques, RSE et du leadership de l'organisation sur la prise de décision managériale stratégique (notamment financière) en examinant l'engagement des différentes parties prenantes, afin d'émettre des recommandations stratégiques liées mesurant les impacts de ces aspects.

Recueillir les informations pertinentes et les traiter efficacement selon une méthodologie précise dans un contexte national et international, en réponse à une problématique organisationnelle identifiée, dans l'objectif de produire un livrable factuel, qualitatif et fiable d'analyse d'une situation complexe au service de la stratégie.

Concevoir une démarche de recherche qualitative et/ou quantitative logique et rigoureuse, en réponse à un problème organisationnel nouveau, pour formuler des recommandations innovantes qui en résultent en convaincant la gouvernance.

Présenter des résultats (à l'écrit et à l'oral) émanant d'un processus d'analyse de données d'une situation complexe en français et en anglais, à partir de données qualifiées fiables, en menant un raisonnement logique et rigoureux, dans un environnement incertain et en émettant des recommandations constructives, pour guider l'action et la prise de décision responsable et éthique.

Développer son leadership personnel en démontrant les compétences métier techniques (hard skills) et les compétences comportementales (soft skills) en adoptant une posture réflexive constante propre (esprit critique) pour créer un environnement de travail intégrateur et stimulant pour les équipes.

Intégrer les systèmes d'information en tant qu'enjeu managérial en maîtrisant les quatre dimensions du SI (technologie, homme, processus, structure) et en utilisant les outils pour la business intelligence, pour optimiser le processus de développement de l'organisation et créer un avantage concurrentiel.

Concevoir un système de pilotage stratégique complet permettant de développer des stratégies de croissance durables, en intégrant les enjeux d'innovation, de digitalisation et d'agilité organisationnelle au sein d'un environnement compétitif, en élaborant des indicateurs suivis par des tableaux de bord, pour garantir le développement de l'organisation.

Prendre des décisions stratégiques en matière de distribution omnicanale, en évaluant les différentes options adaptées à un contexte de concurrence nationale et internationale accrue, dans un environnement incertain, en maîtrisant les enjeux logistiques du commerce online et offline, pour développer la performance de développement organisationnelle.

Optimiser la performance du marketing digital par un pilotage structurel et évolutif, en interprétant, analysant et anticipant les comportements des acteurs (consommateurs, organisations, marchés), en tenant compte des modèles prédictifs, pour mener la transformation digitale organisationnelle.

Piloter la performance de la stratégie des médias sociaux, en automatisant les processus, en analysant les données, en améliorant

la prise de décision, en utilisant des outils (SEO/SEA, Google Ads, Brevo, SendEthic, IA...), pour positionner l'organisation sur son marché, créer une identité propre cohérente, et créer de la valeur ajoutée.

Conduire un audit financier complet consolidé, en analysant les besoins financiers de l'organisation à court terme et à long terme, en utilisant les techniques de finance d'entreprise avancées telles que la décision financière stratégique, l'évaluation d'investissement, la gestion du risque, les solutions de financement, les placements, en identifiant les besoins ou excédents de trésorerie et en intégrant les facteurs ESG pour piloter la performance de l'organisation.

Piloter la performance financière en respectant les enjeux de stabilité financière, de transparence et de protection des investisseurs, en évaluant l'impact des innovations technologiques, réglementaires et environnementales sur la gestion des risques, en utilisant les principaux outils de mesure et d'analyse de risque (VaR, stress test, scoring...) et de régulation financière, pour défendre une position argumentée sur les décisions stratégiques futures.

Évaluer et transformer les opportunités d'entrée sur des marchés internationaux en tenant compte des dynamiques concurrentielles et des risques liés à l'environnement global, en mettant en œuvre des stratégies de pénétration locales ou internationales pertinentes, pour développer la croissance contrôlée de l'organisation.

Déployer des stratégies internationales performantes dans un contexte multiculturel complexe, en tenant compte de l'analyse des marchés mondiaux, de la gestion des enjeux interculturels, de la négociation internationale, en communiquant dans la langue appropriée, pour mener avec succès l'expansion internationale de l'organisation.

Blocs de compétences

RNCP42676BC01 — Management des hommes et des projets de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Diagnostiquer les dysfonctionnements en analysant les dynamiques d'interaction, d'influence et de pouvoir au travail, en utilisant des outils de diagnostic des situations humaines (individu ou groupe) complexes, en comprenant la résistance au changement et en adoptant une posture réflexive pour accompagner la transformation organisationnelle éthique et responsable.

Piloter un projet en définissant les étapes nécessaires, en utilisant les outils de gestion de projet adéquats de contrôle, d'analyse de coût et de performance, et en coordonnant les parties prenantes afin d'optimiser les processus internes dans une démarche innovante structurante et reproductible.

Mener un diagnostic sur le rôle, l'éthique et la posture du manager dans une organisation en articulant les pratiques de management et de ressources humaines autour des enjeux éthiques et RSE, alimentant les pratiques managériales internes pour faire évoluer les pratiques professionnelles de l'organisation, notamment en matière de management d'équipe.

Adapter ses pratiques managériales en communiquant de manière claire, synthétique et structurée dans des langues étrangères à l'oral et à l'écrit dans un environnement international multiculturel en adaptant ses pratiques de management selon le contexte de l'organisation et des acteurs humains, pour manager des équipes diverses dans un contexte globalisé complexe.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas réels ou fictifs

Rapport écrit individuel

Soutenance orale.

Test de langue normalisé

Mission en entreprise

RNCP42676BC02 — Participation à l'élaboration de la stratégie générale de l'organisation dans un contexte national et international

LISTE DE COMPÉTENCES

Créer puis déployer une vision stratégique globale innovante pour l'organisation, en menant un diagnostic stratégique complet, c'est à dire en analysant finement l'environnement complexe, en prenant des initiatives, en travaillant en équipe et en développant la communication stratégique transversale, pour piloter des stratégies intégrant l'innovation et la transformation digitale à tous les niveaux.

Conduire un diagnostic stratégique en croisant les données internes (représentations économiques de l'organisation) et externes (mécanismes de marché) en tenant compte de la RSE et des critères ESG pour mettre en œuvre une stratégie pertinente dans l'environnement organisationnel en mutation (technologique, économique, environnemental).

Intégrer les outils numériques de la transformation digitale dans les projets stratégiques en préconisant des outils numériques adéquats, en développant des stratégies agiles et en intégrant une réflexion éthique, pour concevoir des projets business ad hoc innovants et percutants.

Déployer des projets entrepreneuriaux en choisissant les outils adaptés pour transformer une idée en un projet entrepreneurial, en développant une structure comprenant les composantes d'un business model, en analysant son environnement concurrentiel pour créer une structure ou reprendre une structure existante.

Accompagner la gouvernance en formulant des recommandations organisationnelles conformes aux lois en matière de contrats et de structuration juridique en identifiant leurs avantages respectifs pour sécuriser la prise de décision stratégique dans un cadre légal et réglementaire.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas réels ou fictifs

Simulation sous forme de jeu d'entreprise

Rapport écrit individuel

Soutenance orale

RNCP42676BC03 — Elaboration et mise en oeuvre de la stratégie commerciale et marketing de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser un marché et son environnement concurrentiel en mobilisant les méthodes et outils d'études de marché

(quantitatives, qualitatives, panels, ressources digitales) afin d'identifier les opportunités et les leviers de développement pour l'organisation.

Définir le positionnement stratégique et opérationnel d'un produit ou service en mobilisant les outils de gestion de produit (mix marketing, stratégie de marque), en évaluant la valeur perçue par les clients, la performance du produit et la promesse de marque, afin de formuler des recommandations cohérentes avec l'identité de marque et les attentes des marchés ciblés, en contexte national ou international.

Définir et piloter une stratégie marketing alignée avec la stratégie globale de l'organisation, en évaluant les stratégies commerciales et marketing existantes à travers un audit interne et une analyse concurrentielle, et en intégrant des dimensions d'innovation, de responsabilité, d'éthique et de transformation numérique, afin d'assurer la cohérence entre les objectifs commerciaux et les orientations stratégiques globales.

Élaborer un plan d'action marketing et commercial responsable à partir des données d'analyse internes et externes, pour définir des actions cohérentes avec la stratégie globale et adaptées à l'environnement de l'organisation.

Mener une stratégie de négociation complexe nationale et internationale en mobilisant des techniques avancées de vente et de communication, sur la base d'une analyse approfondie du comportement des consommateurs, dans des environnements multiculturels, afin de soutenir le développement national ou international de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas réels ou fictifs

Simulation sous forme de jeu d'entreprise

Rapport écrit individuel

Soutenance orale

RNCP42676BC04 — Mise en oeuvre de la politique financière de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les états financiers d'une organisation dans un référentiel donné en identifiant les principes de la finance d'entreprise, par les outils traditionnels, par des pratiques innovantes et par la dimension extra-financière (ESG, finance durable, transition énergétique), pour piloter la performance financière organisationnelle.

Élaborer un tableau de bord du contrôle de gestion en analysant les indicateurs de performance clés pour les relier aux objectifs stratégiques, afin d'accompagner et d'alimenter la prise de décision financière.

Évaluer la faisabilité financière d'un projet et sa budgétisation dans un contexte national et international en mobilisant les fondamentaux de la théorie financière et des outils de calcul de coûts, pour mesurer les impacts du projet sur l'institution évaluer les risques institutionnels.

Déterminer l'influence de la gouvernance et des valeurs éthiques, RSE et du leadership de l'organisation sur la prise de décision managériale stratégique (notamment financière) en examinant l'engagement des différentes parties prenantes, afin d'émettre des recommandations stratégiques liées mesurant les impacts de ces aspects.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas réels ou fictifs

Rapport écrit individuel

Soutenance orale

RNCP42676BC05 — Analyse des situations organisationnelles ou environnementales complexes

LISTE DE COMPÉTENCES

Recueillir les informations pertinentes et les traiter efficacement selon une méthodologie précise dans un contexte national et international, en réponse à une problématique organisationnelle identifiée, dans l'objectif de produire un livrable factuel, qualitatif et fiable d'analyse d'une situation complexe au service de la stratégie.

Concevoir une démarche de recherche qualitative et/ou quantitative logique et rigoureuse, en réponse à un problème organisationnel nouveau, pour formuler des recommandations innovantes qui en résultent en convaincant la gouvernance.

Présenter des résultats (à l'écrit et à l'oral) émanant d'un processus d'analyse de données d'une situation complexe en français et en anglais, à partir de données qualifiées fiables, en menant un raisonnement logique et rigoureux, dans un environnement incertain et en émettant des recommandations constructives, pour guider l'action et la prise de décision responsable et éthique.

Développer son leadership personnel en démontrant les compétences métier techniques (hard skills) et les compétences comportementales (soft skills) en adoptant une posture réflexive constante propre (esprit critique) pour créer un environnement de travail intégrateur et stimulant pour les équipes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire de recherche

Étude de cas

Mission en entreprise

Note de synthèse

RNCP42676BC06 — Exploitation des outils d'aide à la décision, des systèmes d'information et des données dans le cadre d'une prise de décision organisationnelle

LISTE DE COMPÉTENCES

Choisir les outils d'analyse numériques adéquats à une problématique identifiée transversale en intégrant des tableaux de bord et des indicateurs clés pour accompagner la transformation digitale globale.

Construire une visualisation des données lisible, utile et convaincante en prenant en compte les sources des données et les systèmes d'information internes, pour alimenter la prise de décision organisationnelle

Intégrer les systèmes d'informations en tant qu'enjeu managérial en maîtrisant les quatre dimensions du SI (technologie, homme, processus, structure) et en utilisant les outils pour la business intelligence, pour optimiser le processus de développement de l'organisation et créer un avantage concurrentiel

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas réels ou fictifs

Rapport écrit individuel

Soutenance orale

Mission en entreprise

RNCP42676BC07 — Pilotage de la performance commerciale de l'organisation (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir un système de pilotage stratégique complet permettant de développer des stratégies de croissance durables, en intégrant les enjeux d'innovation, de digitalisation et d'agilité organisationnelle au sein d'un environnement compétitif, en élaborant des indicateurs suivis par des tableaux de bord, pour garantir le développement de l'organisation.

Prendre des décisions stratégiques en matière de distribution omnicanale, en évaluant les différentes options adaptées à un contexte de concurrence nationale et internationale accrue, dans un environnement incertain, en maîtrisant les enjeux logistiques du commerce online et offline, pour développer la performance de développement organisationnelle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas réels ou fictifs

Rapport écrit individuel

Soutenance orale

Mission en entreprise

RNCP42676BC08 — Développement de la performance de la présence numérique et de la valeur de marque (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Optimiser la performance du marketing digital par un pilotage structurel et évolutif, en interprétant, analysant et anticipant les comportements des acteurs (consommateurs, organisations, marchés), en tenant compte des modèles prédictifs, pour mener la transformation digitale organisationnelle.

Piloter la performance de la stratégie des médias sociaux, en automatisant les processus, en analysant les données, en améliorant

la prise de décision, en utilisant des outils, pour positionner l'organisation sur son marché, créer une identité propre cohérente, et créer de la valeur ajoutée.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas réels ou fictifs

Rapport écrit individuel

Soutenance orale

Mission en entreprise

RNCP42676BC09 — Pilotage de la performance financière de l'organisation (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Conduire un audit financier complet consolidé, en analysant les besoins financiers de l'organisation à court terme et à long terme, en utilisant les techniques de finance d'entreprise avancées telles que la décision financière stratégique, l'évaluation d'investissement, la gestion du risque, les solutions de financement, les placements, en identifiant les besoins ou excédents de trésorerie et en intégrant les facteurs ESG pour piloter la performance de l'organisation.

Piloter la performance financière en respectant les enjeux de stabilité financière, de transparence et de protection des investisseurs, en évaluant l'impact des innovations technologiques, réglementaires et environnementales sur la gestion des risques, en utilisant les principaux outils de mesure et d'analyse de risque (VaR, stress test, scoring...) et de régulation financière, pour défendre une position argumentée sur les décisions stratégiques futures.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas réels ou fictifs

Rapport écrit individuel

Soutenance orale

Mission en entreprise

RNCP42676BC10 — Développement des activités de l'organisation à l'international ou internationalisation de l'organisation (bloc optionnel)

LISTE DE COMPÉTENCES

Évaluer et transformer les opportunités d'entrée sur des marchés internationaux en tenant compte des dynamiques concurrentielles et des risques liés à l'environnement global, en mettant en œuvre des stratégies de pénétration locales ou internationales pertinentes, pour développer la croissance contrôlée de l'organisation.

Déployer des stratégies internationales performantes dans un contexte multiculturel complexe, en tenant compte de l'analyse des marchés mondiaux, de la gestion des enjeux interculturels, de la négociation internationale, en communiquant dans la langue appropriée, pour mener avec succès l'expansion internationale de l'organisation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas réels ou fictifs

Rapport écrit individuel

Soutenance orale

Mission en entreprise

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le titulaire du diplôme Programme Grande Ecole de l'ESC Amiens peut exercer dans des secteurs très diversifiés et dans des organisation de toutes tailles et de toutes natures (TPE, PME, grande entreprises ou groupes, collectivités associations). Il est également en capacité de créer sa propre entreprise.

- Audit et contrôle
- Bâtiment
- Communication
- Finance/Banque/Assurance
- Assurance et gestion des risques
- Commerce/Distribution/E-commerce
- Conseil en management et stratégie
- Technologie de l'information et de la communication
- Énergie / Éco-industrie / Environnement
- Systèmes d'informations
- Transport / Logistique / Achats / Export
- Marketing
- Commerce international et exportation

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le titulaire du Programme Grande Ecole de l'ESC Amiens exerce des fonctions d'encadrement telles que:

- Responsable développement international

- Responsable relation client
- Responsable management et gestion de produit
- Analyste et gestion financière
- Risk manager
- Gestionnaire Banque et assurance
- Consultant en accompagnement et transformation des organisations
- Consultant marketing digital
- Digital brand manager
- Responsable commercial international
- Corporate analyst
- Responsable import-export
- Coordinateur des relations internationales
- Responsable supply chain
- Responsable planification
- Responsable achat
- Chef de projet
- Chef de projet Data
- Consultant business intelligence
- Chef de projet CRM
- Trafic manager
- Responsable marketing digital
- Responsable innovation et stratégie web
- Responsable des relations sociales
- Responsable ressources humaines

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)	Élevée (4/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 899 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables · tension 5/5 (Très élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) 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)	28 787
Jugés difficiles à recruter	32 %
Emplois saisonniers	5 %

Familles professionnelles (FAP)

L4X80 — Techniciens des services administratifs
L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables
L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes)
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

Eligibilité et admissibilité en première année du programme

Le concours est ouvert aux candidats français et étrangers, des deux sexes, titulaires ou susceptibles d'être titulaires avant le 1er novembre d'un diplôme ou titre français ou étranger sanctionnant trois années post-baccalauréat minimum.

Le concours est ouvert au profil de candidat suivant :

- Les candidats français ou étrangers, titulaires d'un diplôme sanctionnant un cycle d'études supérieures d'au moins 3 ans post-baccalauréat homologué ou titre certifié RNCP de niveau 6
- Les candidats français ou étrangers, titulaires d'un diplôme Bac+3 (ou Bac+4 ou Bac+5) français visé par l'Etat français
- Les candidats français ou étrangers, titulaires d'une attestation de réussite validant 180 ECTS, ou attestation de diplôme à présenter au service Admissions pour en vérifier l'éligibilité.

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

La composition des jurys fait l'objet d'un arrêté portant sur l'organisation des jurys d'admission et de sortie du programme par le Recteur de région académique, représentant le Ministre chargé de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Quels que soient les membres cités sur cet arrêté, les personnes ayant une voix délibérative lors des jurys sont :

- Le Directeur Général de l'ESC Amiens (ou son représentant);
- Le Directeur des Programmes et des Etudes de l'ESC Amiens (ou son représentant) ;
- Le Directeur Scientifique de l'ESC Amiens (ou son représentant) ;
- Le Président du jury, nommé par un arrêté du recteur académique de région (ou son représentant) ;
- La personne représentant le recteur d'académie.

En cas d'indisponibilité, les membres ayant une voix délibérative peuvent nommer un représentant de leur choix pour participer au jury concerné. Une participation en distanciel par visio-conférence peut être mise en place.

En cas de désaccord sur une décision, un vote est proposé aux membres du jury. Les membres ayant une voix délibérative se prononcent, l'avis majoritaire sera alors la décision adoptée.

Les personnes ayant une voix consultative lors des jurys sont :

- Les autres membres participant au jury.

Le jury de diplôme soumet au Recteur d'académie la liste définitive des étudiants proposés au diplôme.

Les diplômes sont signés par le recteur de l'académie qui appose le visa de l'Etat, le président du jury de diplôme et le directeur général. Le jury d'attribution du diplôme se réunit deux fois par an de manière régulière : une fois en automne et une fois au printemps. Un jury exceptionnel peut être demandé en complément. Dans le cadre d'un double diplôme, le jury d'attribution du diplôme se réunit une à deux fois selon un calendrier établi en accord avec les parties prenantes.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

La composition des jurys fait l'objet d'un arrêté portant sur l'organisation des jurys d'admission et de sortie du programme par le Recteur de région académique, représentant le Ministre chargé de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Quels que soient les membres cités sur cet arrêté, les personnes ayant une voix délibérative lors des jurys sont :

- Le Directeur Général de l'ESC Amiens (ou son représentant);

- Le Directeur des Programmes et des Etudes de l'ESC Amiens (ou son représentant) ;
- Le Directeur Scientifique de l'ESC Amiens (ou son représentant) ;
- Le Président du jury, nommé par un arrêté du recteur académique de région (ou son représentant) ;
- La personne représentant le recteur d'académie.

En cas d'indisponibilité, les membres ayant une voix délibérative peuvent nommer un représentant de leur choix pour participer au jury concerné. Une participation en distanciel par visio-conférence peut être mise en place.

En cas de désaccord sur une décision, un vote est proposé aux membres du jury. Les membres ayant une voix délibérative se prononcent, l'avis majoritaire sera alors la décision adoptée.

Les personnes ayant une voix consultative lors des jurys sont :

- Les autres membres participant au jury.

Le jury de diplôme soumet au Recteur d'académie la liste définitive des étudiants proposés au diplôme.

Les diplômes sont signés par le recteur de l'académie qui appose le visa de l'Etat, le président du jury de diplôme et le directeur général. Le jury d'attribution du diplôme se réunit deux fois par an de manière régulière : une fois en automne et une fois au printemps. Un jury exceptionnel peut être demandé en complément. Dans le cadre d'un double-diplôme, le jury d'attribution du diplôme se réunit une à deux fois selon un calendrier établi en accord avec les parties prenantes.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2029
Date de dernière délivrance possible	30/08/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2026	69	2	71 %	—
2024	60	4	65 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP36549

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42676/>

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 08/2028

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