

Chef de produit

RNCP6575 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 6
Code(s) NSF	310p
Code(s) ROME	M1707, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	07/02/2014

Certificateur(s)

Institut supérieur d'enseignement au management d'entreprises (ISEE)

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

La fonction marketing est, une des fonctions à l'initiative des projets de création ou de développement de produits, qu'il s'agisse de biens ou de services, à forte valeur ajoutée dans un environnement concurrentiel. Le directeur de projets marketing élabore une stratégie marketing en tant que membre du comité de direction, qu'il opérationnalise dans un plan à court terme .

Il s'appuie sur des outils méthodologiques (études, enquêtes), et sur sa connaissance du contexte général (macro-environnement). Il assure une fonction de veille et capitalise les informations recueillies auprès de réseaux formels et informels, via les clients, les distributeurs et les commerciaux

Il pilote la mise en œuvre du plan marketing et l'évaluation des résultats en lien étroit, selon l'organisation de l'entreprise et sa taille, avec la direction générale et les principales directions. Les activités principales de ce chef de produit sont centrés sur :

- le positionnement de l'entreprise ou du produit
- l'élaboration de la stratégie marketing
- la conception du plan marketing
- le pilotage du plan marketing
- le management d'équipes
- l'animation de réseaux formels et informels
- la veille stratégique
- l'élaboration et suivi du budget marketing

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences ou capacités évaluées

À partir des études réalisées diagnostiquer le positionnement de l'entreprise par rapport à son environnement et définir les axes permettant à l'entreprise de se développer durablement.

À partir de l'analyse des différentes études réalisées et en tenant compte des orientations de l'entreprise, élaborer la stratégie marketing à court et moyen terme et la faire valider par la direction générale.

A partir de la stratégie marketing validée par la Direction Générale et dans la limite du budget défini, concevoir le plan marketing à court et moyen terme, en s'appuyant sur les moyens financiers, techniques, commerciaux de l'entreprise et en s'inscrivant dans des perspectives de développement durable.

En s'appuyant sur la stratégie marketing définie, piloter et coordonner l'ensembles des actions du plan marketing, en gérant les imprévus, en le réajustant en fonction des résultats obtenus et des évolutions du marché et en étant le

garant de la qualité du produit fini.

Afin de réaliser les objectifs définis dans le plan marketing, encadrer des équipes, en particulier des forces de vente, en gérant les difficultés et en leur donnant les moyens de dynamiser leurs performances.

En tant que responsable du projet marketing, construire et faire vivre des réseaux de collaboration participant au renforcement du positionnement de l'entreprise.

Dans un contexte fortement concurrentiel et aux évolutions rapides, assurer une veille stratégique favorisant l'anticipation, la pertinence de l'analyse et de la stratégie marketing et son adaptation aux évolutions conjoncturelles.

Dans les limites de l'enveloppe financière définie, élaborer le budget du marketing en négociant, avec la direction générale, des augmentations éventuelles afin de mieux répondre aux objectifs stratégiques de l'entreprise.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le directeur de projets marketing peut travailler dans des entreprises de taille importante, dans les PME, au niveau national ou international, dans des agences ou en free-lance pour des fonctions de conseil en management stratégique et opérationnel. Tous les secteurs d'activité sont concernés au niveau national, européen ou international

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur Marketing / Directeur de projets Marketing / Responsable de projets marketing / Consultant Marketing / Consultant stratégie marketing / Chef de produits en grande entreprise / Trafic manager Marketing / Chef de projets marketing.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 189 €
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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	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, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

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

50% de membres dépendant de l'organisme et 50% de membres extérieurs à l'organisme, représentants du secteur professionnel, dont 1/2 employeurs et 1/2 salariés

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 07/02/2014

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP17997

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
www.isee.fr
<http://www.isee.fr>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/6575/>