

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 7423**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible

Assistant(e) marketing

Nouvel intitulé : Assistant(e) marketing

| AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION | QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION |
|--|--|
| GROUPE SCIENCES-U FRANCE | Secrétaire Général |

Niveau et/ou domaine d'activité

III (Nomenclature de 1969)

5 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312p Gestion des échanges commerciaux

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Les activités de l'Assistant(e) marketing s'articulent principalement autour des cinq activités suivantes : 1. diagnostic et analyse des environnements de l'entreprise

2. élaboration de la stratégie marketing et commerciale
3. mise en place du plan marketing
4. soutien de la force de vente interne ou externe
5. contrôle des actions et analyse des résultats

Le/La titulaire de la certification est capable de : - établir des diagnostics internes et externes

- utiliser des matrices d'analyses de marché : cycle de vie du produit, forces concurrentielles ...
- concevoir des études de marché dans un but de recherche d'informations
- rechercher et proposer des choix marketing et commerciaux conformes à la problématique de l'entreprise
- réaliser des mappings de positionnement de l'entreprise
- réaliser le plan marketing opérationnel selon les éléments du mix marketing (4P de Mc Carthy et 7P de Boom et Bitner)
- calculer des seuils de rentabilité des produits et fixation des prix en fonction des objectifs de l'entreprise et du marché
- calculer l'efficacité des plans de communication par l'analyse des campagnes précédentes
- rechercher de nouveaux modes de communication adaptés à l'entreprise
- construire des argumentaires destinés à la force de vente
- formaliser des outils d'aide à la vente : book de références, plaquettes commerciales
- élaborer des tableaux de bord commerciaux
- analyser et synthétiser les flux d'informations (SIC et SIM) de l'entreprise sur ses marchés
- utiliser des outils de gestion de la relation client (GRC) et de gestion comptable (rentabilité des actions) permettant le suivi des différents comptes clients et la programmation d'actions correctives pour corriger les écarts aux plans

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

L'Assistant(e) marketing exerce ses fonctions dans les secteurs relevant des activités financières et immobilières, du commerce (gros et détail), de l'industrie, des services aux particuliers et des services aux entreprises.

Les emplois occupés peuvent être : - attaché commercial,

- assistant Marketing,
- chargé de clientèle,
- chargé de communication.

Codes des fiches ROME les plus proches :

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

- La certification comprend cinq composantes principales : 1. diagnostic et analyse des environnements de l'entreprise
2. élaboration de la stratégie marketing et commerciale
 3. mise en place du plan marketing
 4. soutien de la force de vente interne ou externe
 5. contrôle des actions et analyse des résultats

Les modalités d'évaluation sont les suivantes :

1. après un parcours de formation, la certification est délivrée à la suite de différentes évaluations.

Les composantes d'évaluation se divisent en 2 groupes :

- les évaluations formatives (contrôle continu)
- les évaluations sommatives (épreuves finales)

Le bénéfice des composantes acquises peut être gardé 5 ans.

2. après un parcours de validation des acquis de l'expérience (VAE) :

La validation partielle ou totale s'appuie sur les unités correspondantes aux activités du référentiel d'emploi.
Le candidat élabore un dossier relatant ses expériences professionnelles qui sert de base à un entretien avec le jury.

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

| CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION | OUI | NON | COMPOSITION DES JURYS |
|--|-----|-----|---|
| Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant | X | | 50% de représentants de l'organisme 50% de professionnels |
| En contrat d'apprentissage | | X | |
| Après un parcours de formation continue | X | | idem |
| En contrat de professionnalisation | X | | idem |
| Par candidature individuelle | X | | idem |
| Par expérience dispositif VAE prévu en 2007 | X | | idem |

| | OUI | NON |
|-----------------------------------|-----|-----|
| Accessible en Nouvelle Calédonie | | X |
| Accessible en Polynésie Française | | X |

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 8 juillet 2009 publié au Journal Officiel du 21 juillet 2009 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau III, sous l'intitulé Assistant(e) marketing avec effet au 21 juillet 2009, jusqu'au 21 juillet 2014

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

10 par an en moyenne

Autres sources d'information :

www.sciences-u.fr

Lieu(x) de certification :

Sciences-U Lyon , Sciences-U Lille

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

Sciences-U Lyon

Sciences-U Lille (EFFICOM)

Sciences-U Paris (Lyautey)

Historique de la certification :

Certification suivante : Assistant(e) marketing