Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 29182**

Intitulé

DIPLOVIS : Diplôme visé Diplôme de l'Ecole de Gestion et de Commerce Drôme Ardèche

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Ecole de gestion et de commerce de Valence (EGC Valence)	Recteur de l'académie de Grenoble, Directeur de l'EGC

Niveau et/ou domaine d'activité

II (Nomenclature de 1969)

6 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

310m Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le diplômé de par son orientation généraliste et son positionnement au sein du middle management (encadrement intermédiaire) :

- Contribue à la définition de la stratégie marketing de l'entreprise, et en assure sa mise en œuvre dans toutes ses composantes (digital, e-business, GRC...);
- Participe à la politique commerciale de l'entreprise et commercialise l'offre en France et à l'étranger ;
- Maîtrise les fondamentaux de la gestion budgétaire et de l'analyse financière ;
- Assure le management d'une équipe ou d'un projet sous la responsabilité de la direction.

Le diplômé est muni de larges compétences. Si les aspects marketing et commercial forment le cœur de métier, des compétences de management, économiques, de gestion et de communication sont nécessaires. Opérationnel, il doit répondre aux besoins actuels des entreprises et aussi s'adapter aux mutations des activités, que ce soit au sein d'une filiale de grande entreprise, d'une ETI, d'une PME ou de sa propre entreprise.

Sa polyvalence lui permettra à la fois de changer de poste ou de secteur d'activité, d'évoluer vers des postes d'encadrement, en France ou dans un contexte international.

Le/la titulaire est capable de:

- En utilisant les méthodes et outils du marketing, mener une analyse de l'environnement concurrentiel, pour un positionnement optimal sur son marché
- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, élaborer un plan marketing qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits.
- Afin d'atteindre les résultats fixés dans le plan marketing, préciser le calendrier et les moyens nécessaires pour le déploiement de la stratégie à mettre en oeuvre.
- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communication qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits
- En relation avec les services financiers, élaborer le budget prévisionnel pour l'opération en relation avec le service financier et les indicateurs du suivi.
- En tenant compte du plan marketing ainsi que des enseignements des précédents plans commerciaux et du potentiel de son portefeuille, repérer les orientations à privilégier pour l'élaboration d'un nouveau PAC, en relation avec les différentes directions de l'entreprise
- A partir des orientations retenues, planifier un plan d'actions commerciales en priorisant les actions, les moyens, et en définissant les outils de son suivi
- Afin de développer un portefeuille, mettre en oeuvre un programme de prospection dans le respect du plan d'actions
- Afin de défendre un portefeuille, mettre en oeuvre un programme de fidélisation dans le respect du plan d'actions
- A partir des informations recueillies sur le client et sur le marché, et dans le respect des consignes commerciales fixées par l'entreprise, préparer la négociation commerciale en identifiant l'adéquation possible entre les besoins du client et les capacités de réponses de l'entreprise
- Après avoir vérifié l'intérêt à agir, structurer une proposition commerciale et préparer les documents supports de l'argumentaire afin de défendre l'offre devant le client.
- En adaptant sa stratégie au déroulement de l'entretien conduire un entretien, en français ou dans un contexte international, pour aboutir à un résultat satisfaisant
- Seul ou avec l'appui de son supérieur, conclure une négociation en vérifiant l'accord du client sur les différents termes de la proposition commerciale
- En collaboration avec les autres services de l'entreprise, déterminer le coût réel d'un produit en identifiant toutes les charges de l'entreprise.
- Dans le respect de la politique de l'entreprise, estimer la viabilité économique d'un projet ou d'un produit à partir du calcul de ratios-clés et d'un état prévisionnel.
- En intégrant les obligations légales et les engagements en termes de responsabilité sociale et sociétale, établir des indicateurs et tableaux de bord sur la performance générale attendue.

- Au regard des charges et recettes constatés et en lien avec les autres services de l'entreprise, analyser le fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, unités, afin d'en améliorer la performance
- Afin de mesurer la performance d'une activité ou d'une entreprise, contribuer à l'élaboration de rapports d'audit permettant de déterminer des actions correctives pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.
- En fonction des objectifs fixés et des besoins en compétences identifiés, participer à la constitution de son équipe en déterminant les ressources humaines nécessaires à son activité
- Dans le respect des résultats attendus, et afin d'obtenir une validation de la direction, établir le phasage d'un projet et une analyse de faisabilité en identifiant les risques, le business plan et le chemin critique.
- Afin d'optimiser l'organisation de l'équipe, définir l'activité en répartissant les tâches et en précisant les résultats individuels attendus
- Afin d'optimiser les résultats de son équipe et d'atteindre les résultats attendus, identifier les critères d'évaluation de la performance applicable à l'équipe et à chaque individu, en fonction des objectifs fixés collectivement et individuellement
- Afin de valoriser son activité et présenter ses résultats, développer son réseau professionnel dans le respect de l'entreprise

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

Le diplôme oriente son titulaire vers des fonctions commerciales et marketing, essentiellement dans des PME en demande régulière d'encadrement intermédiaire.

De ce fait, le diplômé exerce dans tous les secteurs d'activité. Les 4 secteurs d'activité dominants sont le commerce de gros et la grande distribution ; l'industrie et le transport ; les services aux entreprises ; la banque et l'assurance.

70% des diplômés sont employés dans des TPE ou PME (moins de 250 salariés), où leur polyvalence constitue pour l'entreprise un atout précieux, et pour le diplômé un facteur d'évolution rapide de carrière.

Types d'emplois accessibles

- Attaché ou conseiller commercial/ Responsable commercial, responsable des ventes
- Chargé de clientèle/ Responsable de la relation clientèle
- Chargé de marketing/ Responsable marketing
- Assistant au contrôle de gestion/ Contrôleur de gestion

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

D1407 : Relation technico-commerciale

M1402 : Conseil en organisation et management d'entreprise

M1204 : Contrôle de gestion

Réglementation d'activités :

Néant

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Pour obtenir la certification compétente, le candidat doit valider les 4 blocs de compétences ainsi qu'une langue étrangère au niveau B1 du cadre européen, ainsi qu'une dimension professionnelle.

En terme d'immersion professionnelle, le diplômé est amené à effectuer 12 mois de stage en entreprise sur 3 ans:

- 2 mois en 1ère année
- 4 mois en 2ème année (à l'étranger)
- 6 mois en 3ème année

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 29182 - BLOC A : CONTRIBUTUER A DEFINIR LA STRATEGIE MARKETING ET ASSURER LA MISE EN ŒUVRE</p>	<p>Descriptif :</p> <p>Capacité à élaborer un diagnostic marketing et en déduire des préconisations en termes de cible : Identifier les sources d'information nationale comme internationale et les données stratégiques (marché, secteur d'activité) pour élaborer un diagnostic ; Réaliser une analyse de segment de clientèle et de gamme de produits pour analyser le positionnement de l'offre de l'entreprise ; Identifier les cibles marketing et proposer une stratégie marketing adaptée aux cibles.</p> <p>En vue de la distribution de l'offre produits / services, capacité à définir les critères de sélection des partenaires potentiels ; définir, négocier et mettre en place les modalités de partenariats ; Concevoir des actions et outils d'animation.</p> <p>Capacité à mobiliser les méthodes et outils utilisés dans le domaine du marketing pour mettre en œuvre un plan de communication : utiliser les méthodes et outils de communication et de promotion par cibles et par canaux ; évaluer les investissements et les objectifs à atteindre ; effectuer un tableau de bord de suivi analytique et qualitatif.</p> <p>Capacité à mixer les différents leviers du web marketing : Mesurer l'apport du digital dans une stratégie marketing ; Activer les leviers web marketing, réseaux sociaux, Mobiles / tactiles... ; Elaborer des préconisations pour optimiser les contenus.</p> <p>Capacité à présenter une stratégie marketing définie et à participer à une communication pour promouvoir l'entreprise en France et à l'international : Présenter la cohérence globale de l'offre de l'entreprise; Identifier les événements, les réseaux susceptibles d'être actionnés et la capacité de prise de décision de ses interlocuteurs ; Utiliser les outils et les supports de communication adaptés au contexte (cible, objectif...).</p> <p>Evaluation :</p> <p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes : Réaliser un diagnostic marketing : positionnement de l'offre, identification des cibles, grands axes du marketing mix; Justifier les canaux de distribution à retenir pour un service ou un produit donné, en France et/ou à l'étranger; Présenter, évaluer et participer à la mise en œuvre d'un plan d'actions de communication.</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 29182 - BLOC B : PARTICIPER A LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE ET COMMERCIALISER L'OFFRE</p>	<p>Descriptif : Capacité à élaborer un plan d'actions commerciales et les outils de son suivi : Définir et quantifier les objectifs opérationnels d'un plan d'actions commerciales ; Elaborer un mix d'actions commerciales à mettre en œuvre ; Organiser les opérations à mener, les prioriser, les planifier ; Budgétiser le plan d'actions ; Elaborer et mettre en place les tableaux de bord permettant de rendre compte des résultats d'activité ; Analyser les résultats, identifier les écarts et en déduire des axes de progrès ; Communiquer le plan d'actions en interne/externe.</p> <p>Capacité à préparer et à mener une négociation commerciale, et à conclure une vente : Identifier et analyser les besoins du client ; Elaborer une proposition commerciale dans le respect des attentes du client (cahier des charges...) ; Maîtriser les techniques de vente et les utiliser en cohérence avec la politique de l'entreprise ; Mener un entretien de vente adapté à l'acheteur ; Etablir un contrat comportant un volet juridique et intégrant la couverture des risques ; Appliquer la politique tarifaire de l'entreprise ; Etablir des factures/bons de commande conformes à la négociation ; Renseigner les outils d'aide à la vente (catalogues...) et faire de la vente additionnelle.</p> <p>Capacité à participer au développement de l'activité à l'international : Effectuer une recherche sur les marchés étrangers ; Mesurer les risques inhérents à l'import-export ; Prendre en compte les contraintes logistiques, d'approvisionnement, l'organisation des douanes ; Négocier dans un contexte pluriculturel.</p> <p>Capacité à gérer un portefeuille clients: Identifier les sources d'information et les données stratégiques de la veille concurrentielle ; Expertiser un portefeuille clients, repérer les grands comptes et identifier les prospects ; Concevoir un programme mix de fidélisation et de prospection, ainsi que les modalités de son suivi ; Evaluer la pertinence des programmes mis en œuvre.</p> <p>Capacité à effectuer le suivi commercial de son secteur : Effectuer la veille de son secteur ; Assurer la mesure de satisfaction client et la relation après-vente ; Utiliser les outils de fidélisation et de prospection ; Optimiser son temps de travail, en organisant son activité et en planifiant ses déplacements ; Rendre compte de ses activités.</p> <p>Evaluation :</p> <p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes : Elaborer un plan d'actions commerciales et les outils de son suivi; A partir d'une proposition commerciale, négocier / vendre un produit ou un service; Présenter une analyse de portefeuille et faire des préconisations; Mettre en œuvre une action de prospection ou de fidélisation.</p>

INTITULÉ

DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 29182 - BLOC C : MAITRISER LES FONDEMENTS DE LA GESTION BUDGETAIRE ET DE L'ANALYSE FINANCIERE

Descriptif :

Capacité à analyser les documents comptables et financiers : S'approprier les tableaux permettant l'analyse financière de l'entreprise et synthétiser les résultats ; Calculer les ratios-clés de mesure de la performance et mesurer les écarts ; Etablir des états prévisionnels ; Valider la faisabilité des projets et des anticipations au moyen de techniques et modes de calcul adaptés.

Capacité à utiliser des outils analytiques de gestion : Repérer et analyser les indicateurs potentiels en prenant en compte les contraintes juridiques, économiques et règlementaires résultant du marché ; Exploiter les données de la comptabilité générale; Analyser les charges de l'entreprise, entité, unité... ; Proposer/développer/adapter le système de calculs des coûts le plus pertinent pour l'entreprise ; Mener une étude sur les coûts constatés, intégrant l'analyse du fonctionnement de l'entreprise ; Elaborer des rapports et rédiger des préconisations pour la mise en œuvre d'actions correctives.

Capacité à déployer des procédures de collecte de données : Intégrer les contraintes fiscales, juridiques et comptables applicables à l'entreprise ; S'approprier les procédures et modes opératoires et les expliciter ; Collecter et analyser les informations nécessaires à la mise en place d'indicateurs de contrôle de la performance ; Accompagner et contrôler l'application des procédures et modes opératoires auprès des parties prenantes internes et externes.

Capacité à participer à l'établissement d'un budget et à assurer le suivi de son entité : Etablir un budget, suivre son application et analyser les écarts ; Etablir un budget prévisionnel ; Assurer le suivi notamment budgétaire de son entité au moyen de tableaux de bord ; Sur la base du suivi réalisé, contrôler les résultats ; Réaliser le Reporting ascendant et descendant.

Evaluation :

Les candidats doivent présenter les productions suivantes : Présenter une analyse des documents comptables et financiers, et établir une note de synthèse avec des préconisations ; Etablir un tableau de bord comportant des indicateurs de gestion et formuler des préconisations ;

Effectuer un reporting d'activité comportant notamment une analyse budgétaire.

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 29182 - BLOC D : MANAGER UN PROJET, UNE ACTIVITE, UNE EQUIPE</p>	<p>Descriptif :</p> <p>Capacité à piloter un projet : Organiser les grandes étapes du projet ; Constituer son équipe et manager hors hiérarchie ; Etablir un phasage ;</p> <p>Bâtir un business plan ; Contrôler l'avancement et gérer les risques ; Communiquer dans le cadre et autour du projet.</p> <p>Capacité à participer à la constitution de son équipe : Identifier les besoins en compétences ; Elaborer les outils d'aide au recrutement ; Participer au processus de recrutement ; Prendre en compte l'environnement juridique du travail dans l'opération de recrutement.</p> <p>Capacité à évaluer les résultats individuels et collectifs : Consolider, analyser les tableaux de bord d'activité et en interpréter les résultats ; Effectuer le suivi et le contrôle des activités de chacun des collaborateurs en identifiant les points forts et les faiblesses ; Déterminer les critères d'évaluation de la performance applicable à une équipe.</p> <p>Capacité à animer au quotidien : Organiser le travail de l'équipe ; Faire circuler l'information et utiliser des outils de travail collaboratifs adaptés au présentiel et au distanciel ; Conduire des réunions et susciter l'adhésion et la motivation de son équipe ; Développer son réseau professionnel</p> <p>Evaluation :</p> <p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter une conduite de projet ; - Mener une opération de recrutement ; - Présenter un rapport d'activité d'équipe, quantitatif et qualitatif ; - Conduire une réunion, un entretien, un compte rendu d'équipe.

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Composition du Jury d'attribution du diplôme : - Le Président du jury sont des enseignants-chercheurs désignés par le Recteur de l'Académie de Grenoble - Le Directeur de l'EGC Drôme Ardèche - Le Responsable chargé des relations entreprises - Le Responsable pédagogique - Un représentant du jury de stage de fin d'études
En contrat d'apprentissage	X	Idem
Après un parcours de formation continue	X	Idem
En contrat de professionnalisation	X	Idem
Par candidature individuelle		X
Par expérience dispositif VAE prévu en 2006	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 :

Références du diplôme VISE :

- Arrêté du 31 août 2016: renouvellement du VISA de l'EGC Drôme Ardèche pour une durée de 4 ans.
Début : 01 09 2016 - fin : 01 09 2020

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

Arrêté du 27 février 2004 autorisant l'Ecole de Gestion et de Commerce Drôme Ardèche à délivrer un diplôme visé par le ministre chargé de l'enseignement supérieur

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

30 titulaires par an environ

Autres sources d'information :

www.egc2607.fr

Site internet de l'autorité délivrant la certification:

Lieu(x) de certification :

EGC Drôme Ardèche

Ecole de Commerce CCI Drôme

52-74 Bathélemy de Laffemas, 26010 Valence

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

EGC Drôme Ardèche

Historique de la certification :

- Arrêté du 01 septembre 2012 publié au BO du 23/08/2012, renouvellement du VISA de l'EGC Drôme Ardèche pour une durée de 4 ans.

Début : 01 09 2012 - fin : 01 09 2016

- Arrêté du 01 septembre 2010 publié au BO du 07/04/2010 renouvellement du VISA de l'EGC Drôme Ardèche pour une durée de 2 ans.

Début : 01 09 2010 - fin : 01 09 2012

- Arrêté du 01 janvier 2007 publié au JO du 13/10/2007 renouvellement du VISA de l'EGC Drôme Ardèche pour une durée de 2 ans.

Début : 2007 - fin : 2010

- Arrêté du 27 février 2004 publié au JO du 11/03/2004 validation du VISA de l'EGC Drôme Ardèche pour une durée de 3 ans.

Début : 2004 - fin : 2007