

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 14536**

Intitulé

Directeur marketing et commercial

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Institut français de gestion (IFG CNOF)	Président

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312n Etudes de marchés et projets commerciaux

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le Directeur Marketing et Commercial assure l'élaboration des politiques marketing et commerciale de l'entreprise dans le respect de la stratégie poursuivie par la direction générale et des budgets fixés. Il formalise les décisions prises dans le cadre de plans (plans marketing et plan d'action commerciale) et il suit et contrôle les mises en œuvre sur le terrain.

Ce professionnel développe la présence de l'entreprise sur ses marchés par l'application de plans d'action à plus ou moins long terme. Il est responsable du plan marketing (ou marketing mix), il élabore les outils et les instruments de la politique commerciale en relation avec les services techniques (bureau d'études) et les commerciaux. Il supervise l'ensemble des activités marketing, communication et publicité de l'entreprise. L'aspect conception domine dans cette fonction : études produit, études de marché, conception des opérations de lancement et de promotion. Si on la situe traditionnellement en amont des activités opérationnelles de ventes, elle joue en réalité un rôle tout au long de la chaîne de commercialisation : développement des produits et des services, analyse des marchés, communication, support à la vente...

Les évolutions permanentes liées à la diffusion de l'information exigent du Directeur Marketing de se tenir informé de ces innovations, afin de faire évoluer les outils marketing utilisés par l'entreprise. Il a ainsi pour responsabilité de positionner l'entreprise au sein de réseaux sociaux, blogs et autres outils nouveaux.

Le titulaire de la certification est capable de :

- Concevoir les instruments de veille concurrentielle et piloter les études de marché afin de permettre à l'entreprise d'identifier et de hiérarchiser les évolutions de la demande, les compétences distinctives des concurrents, et les évolutions des facteurs d'influence (technologiques, économiques, politiques et sociologiques)
- Analyser les différentes informations collectées pour établir le diagnostic externe de l'environnement de l'entreprise (demande, offre, facteurs d'influence, rôle des différentes parties prenantes)
- Piloter la mise en place et les évolutions d'un système d'information marketing performant afin de favoriser l'efficacité des décisions marketing et de mesurer la performance des actions marketing et commerciales engagées
- Elaborer, en coordination avec les autres membres du comité de direction de l'entreprise, le(s) plan(s) stratégique(s) (à long terme) en fonction des différentes options stratégiques retenues afin de présenter un plan de développement de l'entreprise compatible avec l'environnement et les moyens de celle-ci.
- Articuler ce(s) plan(s) stratégique(s) avec le plan marketing et le plan d'action commerciale afin d'assurer la mise en œuvre opérationnelle du plan de développement de l'entreprise
- Identifier les segmentations marketing pertinentes afin de gérer pour chaque cible retenue l'offre Produits/Services/Prix de l'entreprise et de valoriser les éléments de mise sur le marché : distribution / Forces de vente / Communication
- Budgéter le plan marketing afin de s'assurer de sa compatibilité avec les moyens confiés par l'entreprise
- Elaborer les outils de pilotage financiers afin de suivre l'implémentation de la stratégie marketing et commerciale et d'engager des actions correctives
- Mobiliser ses capacités de leadership et ses compétences managériales afin d'animer les équipes autour des objectifs marketing et commerciaux de l'entreprise

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

Tous secteurs.

Les emplois occupés peuvent être :

- directeur ou responsable de la stratégie commerciale
- directeur ou responsable marketing
- directeur ou responsable du développement

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1707 : Stratégie commerciale

M1705 : Marketing

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La certification comporte trois composantes majeures :

1. Une composante générale : centrée autour d'études de cas, d'exercices, et de synthèses accomplis à la fin d'une des 14 sessions constitutives du déroulé pédagogique.

2. Une composante d'application relative à l'étude ciblée d'une entreprise : dans le cadre d'un sous groupe (réunissant 4 à 7 personnes), rédaction et soutenance d'un rapport consécutif à une mission d'étude, d'environ 18 mois, diligentée au sein d'une entreprise en activité. Au terme de rencontres régulières avec la Direction générale, il s'agit d'une part, d'établir un diagnostic marketing interne de l'entreprise et externe de son environnement ; et d'autre part, de formuler des recommandations stratégiques.

3. Une composante de synthèse relative à un secteur d'activité : à titre individuel, rédaction d'un rapport circonscrit au diagnostic du secteur d'activité sur lequel évolue l'entreprise à laquelle appartient chaque participant.

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OU	NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant		X	
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue	X		30% de représentants de l'organisme 70% de professionnels extérieurs
En contrat de professionnalisation	X		Idem
Par candidature individuelle		X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2005	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 16 février 2006 publié au Journal Officiel du 5 mars 2006 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, avec effet au 5 mars 2006, jusqu'au 5 mars 2011.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 5 avril 2012 publié au Journal Officiel du 14 avril 2012 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé "Directeur marketing et commercial" avec effet au 05 mars 2011 jusqu'au 14 avril 2017.

Décret n° 2004-171 du 19 février 2004 modifiant le décret n° 2002-616 du 26 avril 2002 relatif au répertoire national des certifications professionnelles (publié au Journal Officiel du 22 février 2004). La validité du titre est prorogée jusqu'au 31 décembre 2005.

Arrêté du 3 octobre 2002 publié au Journal Officiel du 12 octobre 2002 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique. Observations : L'homologation prend effet à compter du 1er janvier 1970 et jusqu'au 31 décembre 2003.

Arrêté du 28 septembre 1995 publié au Journal Officiel du 18 octobre 1995 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique sous l'intitulé 'Certificat de mercatique stratégique' (niveau I), modifié par l'arrêté du 9 janvier 1996 publié au Journal Officiel du 21 janvier 1996 et par l'arrêté du 28 juillet 1999 publié au Journal Officiel du 6 août 1999 (précision des sites de formation).

Arrêté du 17 juin 1980 publié au Journal Officiel du 21 août 1980 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique sous l'intitulé 'Certificat de l'institut national de marketing' (niveau I-II). Observations : Homologation à compter du 13 septembre 1973.

Pour plus d'informations

Statistiques :

60 titulaires de la certification par an en moyenne

Autres sources d'information :

<http://www.ifg-france.com>

Lieu(x) de certification :

INSTITUT FRANCAIS DE GESTION (IFG) 37 quai de Grenelle
75738 PARIS

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

Historique de la certification :

Anciens libellés de la certification : - Certificat de l'institut national de marketing (arrêté du 17 juin 1980 publié au Journal Officiel du 21 août 1980), niveau I-II.

- Certificat de mercatique stratégique (arrêté du 28 septembre 1995 publié au Journal Officiel du 18 octobre 1995), niveau I

Certification précédente : Directeur marketing et commercial