

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 27951**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible

Directeur(trice) marketing et commercial (MS)

Nouvel intitulé : Directeur(trice) marketing et commercial (MS)

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France (CCI Paris Ile-de-France) - Groupe HEC	Directeur Général

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente, 320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

La certification Directeur Marketing et Commerciale d'HEC Paris s'adresse aux cadres d'entreprise qui souhaitent se préparer ou renforcer leur expertise dans l'une ou plusieurs des fonctions suivantes: Directeur marketing, Directeur commercial et Directeur de la communication.

Chacun de ces postes a pour mission de définir, mettre en œuvre et faire appliquer la politique de l'entreprise en cohérence avec la stratégie générale de celle-ci. Les personnes occupent bien souvent des places en tant que membre du Comité de Direction (CODIR) ou Comité Exécutif (COMEX) et, dans ce cadre, est partie prenante des décisions majeures de l'entreprise, de la filiale ou de l'entité économique considérée

Liste des activités visées par le diplôme, le titre ou le certificat:

- A1. Définir la stratégie marketing et piloter la mise en œuvre du plan marketing
- A.2 Définir la stratégie commerciale et fixer les objectifs de vente, piloter l'exécution du plan d'action commerciale
- A3. Définir la stratégie de communication, concevoir et mettre en œuvre le plan de communication de l'entreprise
- A.4. Manager les équipes et l'environnement

Les capacités attestées :

Nota : l'ensemble de compétences qui suivent sont évaluées en français et en anglais

- A1. Définir la stratégie marketing et piloter la mise en œuvre du plan marketing
 - Aligner un plan stratégique et un plan marketing opérationnel
 - Maîtriser les techniques et méthodes d'analyse de l'environnement
 - Maîtriser les outils et techniques de marketing opérationnel pour définir un mix produits, une segmentation client, une politique de distribution et un plan média.
 - Maîtriser les outils de planification de ressources (financières, humaines, ...) et de budgétisation
 - Concevoir des indicateurs de suivi d'exécution d'un plan marketing
- A.2 Définir la stratégie commerciale et fixer les objectifs de vente, piloter l'exécution du plan d'action commerciale
 - Aligner le plan marketing et le plan d'action commerciale
 - Concevoir une politique tarifaire par segment de marché voire par client en prenant en compte les contraintes de rentabilité
 - Maîtriser les principaux outils de mesure et de management de la performance (Budget, Retour sur Investissement, Indices de performance clés (KPI), ...)
 - Maîtriser les principales techniques de ventes, de distribution, et de promotions sur les marchés principaux de l'entreprise
 - Communiquer positivement et transmettre l'enthousiasme aux équipes de vente
- A.3 Définir la stratégie de communication, concevoir et mettre en œuvre le plan de communication de l'entreprise
 - Evaluer les différents supports médiatiques : affichages, brochures, sites internet, réseaux sociaux, évènement, etc... selon leur mérite pour construire le plan média
 - Assurer la cohérence entre l'image de l'entreprise, sa culture et le plan de communication
 - Favoriser le développement et l'utilisation de supports de communication innovants
 - Défendre un budget en tenant comptes des contraintes de retour sur investissement (ROI)
- A.4 Manager les équipes et l'environnement
 - Encadrer et diriger des équipes comportant des cadres et des experts
 - Maîtriser la prise de parole en public
 - Mobiliser ses qualités de leadership pour motiver les équipes

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

Les postes accessibles aux titulaires de la certification existent dans la grande majorité des grands groupes, des grandes entreprises et des ETI/PME/PMI, de la plupart des secteurs d'activité.

Directeur Marketing, Directeur Commercial, Directeur de la Communication, Marketing and Commercial Director

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

D1406 : Management en force de vente

E1103 : Communication

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Les composantes de la certification dans le cas du suivi de la formation sont :

Composante n°1 : « Définir la stratégie marketing et piloter la mise en œuvre du plan marketing »

- Réalisation d'un plan marketing en entreprise avec mentor professionnel
- Travail individuel sur des cas réels d'entreprises thématiques
- 1 QCM individuel

Composante n°2 : « Définir la stratégie commerciale et fixer les objectifs de vente, piloter l'exécution du plan d'action commerciale »

- Réalisation d'un plan d'action commerciale en entreprise avec mentor professionnel
- Travail collectif sur des cas réels d'entreprises thématiques
- 1 QCM individuel

Composante n°3 : « Définir la stratégie de communication, concevoir et mettre en œuvre le plan de communication de l'entreprise »

- Réalisation d'un plan de communication en entreprise avec mentor professionnel

Composante n°4 : « Manager les équipes et l'environnement »

- Travail collectif sur des cas réels d'entreprises thématiques

Pour les 3 premières composantes, réalisation d'un mémoire professionnel.

Pour toutes les composantes :

- les rendus écrits ou oraux (cas, plans, ...) seront produits pour partie en anglais,
- la maîtrise de l'anglais professionnel est requise, niveau TOEIC à 850 points

Les composantes de la certification dans le cas d'une VAE sont les mêmes que dans le cas de la formation mais dans le cas de la VAE le candidat devra apporter les preuves concrètes que son activité professionnelle lui a permis d'acquérir les compétences du référentiel de la certification Directeur Marketing et Commercial.

En cumulant les blocs A1, A2 et A4 on obtient le badge Direction Commerciale qui est une composante du Mastère Spécialisé® Directeur Marketing et Commercial. La validation de tous les blocs donne l'obtention du titre Mastère Spécialisé® Directeur Marketing et Commercial.

En cumulant les blocs A1, A3 et A4 on obtient le badge Direction Marketing qui est une composante du Mastère Spécialisé® Directeur Marketing et Commercial. La validation de tous les blocs donne l'obtention du titre Mastère Spécialisé® Directeur Marketing et Commercial.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 27951 - Stratégie marketing et mise en œuvre du plan marketing	Descriptif : <ul style="list-style-type: none">· Maîtriser les techniques et méthodes d'analyse de l'environnement· Maîtriser les outils et techniques de marketing opérationnel pour définir un mix produits, une segmentation client, une politique de distribution et un plan média. Modalités d'évaluation : <ul style="list-style-type: none">- Réalisation d'un plan marketing en entreprise- Travail individuel sur cas réels d'entreprise
Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 27951 - Stratégie commerciale, objectifs de vente, pilotage et exécution du plan d'action commerciale	Descriptif : <ul style="list-style-type: none">· Aligner un plan marketing et un plan d'action commercial· Maîtriser les principaux outils de mesure et de management de la performance (Budget, Retour sur Investissement, Indices de performance clés (KPI), ...)· Maîtriser les principales techniques de ventes, de distribution, et de promotions sur les marchés principaux de l'entreprise Modalité d'évaluation : <ul style="list-style-type: none">- Réalisation d'un plan d'action commerciale en entreprise
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 27951 - Stratégie de communication, conception et mise en œuvre du plan de communication de l'entreprise	Descriptif : <ul style="list-style-type: none">· Évaluer les différents supports médiatiques : affichages, brochures, sites internet, réseaux sociaux, évènement, etc... selon leur mérite pour construire le plan média· Favoriser le développement et l'utilisation de supports de communication innovants Modalité d'évaluation : <ul style="list-style-type: none">- Réalisation d'un plan de communication en entreprise

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 27951 - Management des équipes et l'environnement	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> Mobiliser ses qualités de leadership pour motiver les équipes Encadrer et diriger des équipes comportant des cadres et des experts <p>Modalité d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> Travail collectif sur cas réels d'entreprises thématiques permettant de mesurer l'acquisition de compétences en lien avec les activités du référentiel

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI	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		Il est composé de 4 personnes Président du jury Directeur adjointe des Mastères Spécialisé® Deux professionnels, titulaires de la certification
En contrat de professionnalisation		X	
Par candidature individuelle	X		Il est composé de 4 personnes Président du jury Directeur adjointe des Mastères Spécialisé® Deux professionnels, titulaires de la certification
Par expérience dispositif VAE prévu en 2014	X		Il est composé de 4 personnes Président du jury Directeur adjointe des Mastères Spécialisé® Deux professionnels, titulaires de la certification

	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 23 février 2017 publié au Journal Officiel du 03 mars 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé "Directeur(trice) marketing et commercial (MS)" avec effet au 18 juin 2011, jusqu'au 03 mars 2020.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

De 15 à 20 titulaires en moyenne par an
<https://www.exed.hec.fr>

Autres sources d'information :

<http://www.exed.hec.fr/executive-masteres>

Lieu(x) de certification :

Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France (CCI Paris Ile-de-France) - Groupe HEC : Île-de-France - Yvelines (78)
[Jouy en Josas]

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

HEC PARIS
1 rue de la Libération
78351 - Jouy en Josas

Historique de la certification :

Cette formation a été créée pour des managers issus d'écoles de commerce qui souhaitent accélérer leur évolution professionnelle, enrichir leur expertise et renforcer leurs qualités managériales. Les entreprises sont confrontées à la nécessité de former leurs cadres qui, évoluant vers des fonctions de direction générale, doivent maîtriser toutes les dimensions de leur fonction.

Mastère spécialisé accrédité par la Conférence des grandes écoles (CGE) le 22 janvier 1999.

Certification suivante : Directeur(trice) marketing et commercial (MS)