

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 19220**

### Intitulé

Manager marketing (MS)

#### AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

NEOMA Business School

#### QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Directeur général

### 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 Manager marketing participe à la stratégie globale de l'entreprise en concevant la stratégie marketing pour un produit, une gamme de produits, une ou plusieurs marques.

Dans un environnement en forte mutation (crise du pouvoir d'achat, révolution digitale, nouvelles tendances sociétales...), la stratégie définie doit permettre de conquérir et surtout de fidéliser la clientèle en nouant avec elle une relation durable et responsable.

Parce qu'il est résolument centré client, le Manager Marketing rend le citoyen acteur du processus de décision, choisit les projets à développer, mobilise le reste de l'entreprise autour de ces lancements et optimise la gestion du portefeuille de produits et de marques.

Sa mission est créatrice de valeur pour l'entreprise. Il est chargé de faire des reportings à la Direction sur les performances marketing des produits et des marques.

Il exerce les activités suivantes :

- Analyser les marchés et leur potentiel
- Concevoir et formaliser une stratégie marketing
- Définir et piloter les plans marketing
- Gérer les ressources humaines et financières dédiées au marketing

Le titulaire est capable de:

- Maîtriser les outils d'analyse des marchés, des clients et des concurrents et les adapter à l'évolution des comportements
- Déployer les méthodologies et les logiques d'analyse des panels et des marchés-test
- Piloter les étapes clés d'une étude de marché
- Appliquer les différentes méthodes de recueil, de traitement et d'analyse de données marketing
- Présenter les résultats de façon synthétique et pertinente et formuler les recommandations pour la prise de décision
- Elaborer un diagnostic marketing, mesurer le potentiel des produits et marques et anticiper les évolutions du marché
- Définir la stratégie marketing et les axes stratégiques pour développer la croissance et/ou la rentabilité de l'entreprise
- Concevoir la stratégie digitale relationnelle et intégrer le poids des médias sociaux dans la réflexion marketing
- Identifier les segments de marché, choisir une cible et un positionnement adapté
- Définir des objectifs marketing (volume, profit) pour les marques
- Construire un plan marketing autour d'un marketing mix : gamme, nom, pack, prix, promotion, média et distribution
- Elaborer les plans d'action en intégrant les programmes CRM et Web
- Mettre en oeuvre les actions marketing du plan et les planifier dans le temps
- Déceler le potentiel des collaborateurs en développant sa connaissance de soi et des autres
- Communiquer de façon optimale avec les collaborateurs et faire preuve de persuasion
- Mobiliser ses qualités de leadership pour manager un projet
- Analyser les tableaux financiers d'un plan de marque
- Construire le budget et le compte d'exploitation d'une marque et suivre son évolution
- Piloter la performance et le retour sur investissements des actions marketing
- Evaluer l'efficacité financière d'un projet

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

Tous les secteurs d'activité sont concernés, avec une prévalence des secteurs liés aux biens de consommation notamment secteurs cosmétique/pharmaceutique, agro-alimentaire.

Il exerce également dans le domaine des services et du digital. Le poste peut également être exercé en cabinet d'études Marketing.

Le Manager marketing exerce ses fonctions sous les intitulés suivants :

- Chef de produit / Brand Manager
- Responsable Marketing / Manager Marketing
- Responsable / Chargé d'études marketing / Consumer Insight Manager
- Responsable de projets CRM (Customer Relationship Management) / Customer Relationship Manager
- Responsable e-CRM et Fidélisation
- Chef de projet Marketing Interactif & Digital / chef de projets Innovation
- Chef de Marché / Responsable de secteur
- Category Manager

- Responsable Trade Marketing
- Business Data Analyst / Business Analyst / Analyste Marketing
- Direct to Consumer Marketing

**Codes des fiches ROME les plus proches :**

M1705 : Marketing

M1703 : Management et gestion de produit

M1402 : Conseil en organisation et management d'entreprise

M1702 : Analyse de tendance

M1707 : Stratégie commerciale

**Modalités d'accès à cette certification**

**Descriptif des composantes de la certification :**

La certification se compose de 4 blocs de compétences. Chaque bloc est certifié et donne lieu à une ou des évaluations à valider.

**Bloc de compétence :**

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 19220 - Concevoir et formaliser une stratégie marketing</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•- Analyser l'environnement sur la base des données disponibles (internes et externes)</li> <li>•- Mettre en application les concepts clés du marketing stratégique et opérationnel à partir d'une analyse de l'information marketing</li> <li>•- Restituer les décisions marketing dans le cadre général de l'entreprise et comprendre leur interdépendance avec la production, la R&amp;D, la force de vente et la finance</li> <li>•- Déployer les outils de diagnostic des marques</li> <li>•- Piloter les étapes de création d'une marque</li> <li>•- Identifier les segments à cibler et choisir un positionnement adapté</li> <li>•- Mesurer le potentiel de chacun des produits/marques du portefeuille et anticiper les évolutions du marché</li> </ul> <p><b>Modalité d'évaluation :</b></p> <p>Une simulation informatisée de marketing stratégique (travail en groupe, 4,5 jours, en centre)</p>
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 19220 - Gérer des ressources financières et humaines dédiées au marketing</p>	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•- Utiliser les méthodes d'évaluation financière d'un projet</li> <li>•- Suivre l'évolution d'un budget et du compte d'exploitation d'une marque lors de la mise en oeuvre du plan marketing</li> <li>•- Construire et présenter un tableau de bord de la performance des marques et des profits dégagés</li> <li>•- Implémenter les méthodes de prévision des ventes et de contrôle des coûts liés aux produits et aux marques</li> <li>•- Piloter la performance et le retour sur investissements des actions CRM et Web</li> <li>•- Déployer les techniques de management de projet</li> <li>•- Déceler le potentiel des collaborateurs en développant sa connaissance de soi et des autres</li> <li>•- Communiquer avec les collaborateurs et faire preuves de persuasion</li> <li>•- Contribuer au travail d'une équipe et la manager</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b></p> <p>Des travaux dirigés (travail en groupe, 2 jours, en centre)</p> <p>Des études de cas (travail en groupe, 4 jours, en centre)</p> <p>Une simulation informatisée de marketing stratégique (travail en groupe, 4,5 jours, en centre)</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 19220 - Définir et piloter les plans marketing	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•- Analyser des données de marché et de marques</li> <li>•- Elaborer un diagnostic marketing</li> <li>•- Définir une stratégie marketing et des axes stratégiques pour développer la croissance d'une marque</li> <li>•- Définir des objectifs marketing, une cible consommateur et des axes de positionnement</li> <li>•- Construire un plan marketing autour d'un marketing mix : gamme, nom, pack, prix, promotion, média et distribution</li> <li>•- Planifier des actions marketing dans le temps</li> <li>•- Définir les éléments clés d'une stratégie digitale relationnelle et intégrer le poids des médias sociaux dans sa réflexion</li> <li>•- Elaborer un plan d'action intégrant les programmes CRM et web</li> <li>•- Définir et optimiser un programme de fidélisation des consommateurs</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b> 2 études de cas (travail en groupe, 2 jours et 4,5 jours, en centre)</p>
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 19220 - Analyser les marchés et leur potentiel	<p><b>Descriptif :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•- Implémenter les outils d'analyse des marchés et des concurrents</li> <li>•- Adapter les méthodes et outils à l'évolution des comportements des clients et des marchés</li> <li>•- Déployer les méthodologies et les logiques d'analyse des panels et marché-tests</li> <li>•- Analyser les besoins et formuler une proposition d'étude</li> <li>•- Piloter les étapes clés d'une étude de marché</li> <li>•- Appliquer les différentes méthodes de recueil de l'information en intégrant leurs limites</li> <li>•- Traiter les données qualitatives</li> <li>•- Appliquer les méthodes statistiques et d'analyse de données appropriées</li> <li>•- Présenter les résultats de façon synthétique et optimale</li> <li>•- Formuler des recommandations permettant la prise de décision marketing</li> <li>•- Argumenter ses idées</li> </ul> <p><b>Modalités d'évaluation :</b> 2 études de cas (travail en groupe, 4 et 5 jours, en centre) Travaux dirigés (travail en groupe, 2 jours, en centre)</p>

**Validité des composantes acquises : illimitée**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	5 personnes : <ul style="list-style-type: none"> <li>•Président du jury (Dean ou son représentant) : Le président du jury est nécessairement le Directeur Général de NEOMA Business School ou son représentant, qui est désigné le cas échéant par le Directeur Général.</li> <li>•2 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel</li> <li>• 2 professionnels</li> </ul>
En contrat d'apprentissage	X	

Après un parcours de formation continue	X	5 personnes : •Président du jury (Dean ou son représentant) : Le président du jury est nécessairement le Directeur Général de NEOMA Business School ou son représentant, qui est désigné le cas échéant par le Directeur Général. •2 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel • 2 professionnels
En contrat de professionnalisation	X	5 personnes : •Président du jury (Dean ou son représentant) : Le président du jury est nécessairement le Directeur Général de NEOMA Business School ou son représentant, qui est désigné le cas échéant par le Directeur Général. •2 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel • 2 professionnels
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2009	X	5 personnes : •Président du jury (Dean ou son représentant) : Le président du jury est nécessairement le Directeur Général de NEOMA Business School ou son représentant, qui est désigné le cas échéant par le Directeur Général. •2 représentants de NEOMA Business School dont 1 intervenant professionnel • 2 professionnels

	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 avril 2014 publié au Journal Officiel du 03 juillet 2014 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager marketing" avec effet au 02 janvier 2010, jusqu'au 03 juillet 2017.

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

##### Références autres :

Arrêté du 27 décembre 2017 publié au Journal Officiel du 30 décembre 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager marketing (MS)" avec effet au 03 juillet 2017, jusqu'au 30 décembre 2022.

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

En moyenne, il y a 20 diplômés par an depuis la création de la certification

##### Autres sources d'information :

[NEOMA Business School](#)

##### Lieu(x) de certification :

NEOMA BUSINESS SCHOOL  
1, rue du Maréchal Juin  
76130 MONT SAINT AIGNAN

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

Paris executive campus - 9, rue d'Athènes - 75009 Paris

##### Historique de la certification :

Le Paris Executive Campus, filiale de NEOMA business school, a été créé en 2009 sous le statut d'une Société par Actions Simplifiées. Il a pour activité principale, le développement de formations continues sur Paris, comme les Mastères Spécialisés.