

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 4529**

### Intitulé

*L'accès à la certification n'est plus possible*

Directeur marketing et commercial

Nouvel intitulé : Directeur marketing et commercial

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
INSTITUT NATIONAL DE MARKETING (INM)	Directeur INM

### 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 plans d'action commerciale) ; suit et contrôle leur mise en œuvre sur le terrain. Rattaché le plus souvent à la Direction générale, le directeur marketing et commercial a pour mission de développer 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 commerciaux. Il supervise l'ensemble des activités marketing, communication et publicité de l'entreprise.

Les capacités attestées s'articulent autour de trois grands pôles :

1) Connaissances générales ou techniques

- connections entre le marketing et les autres fonctions de l'entreprise relevant des disciplines du management ;
- positionnement des problématiques au niveau international ;
- compréhension du concept de stratégie et des visions long/ moyen / court termes ;
- maîtrise du processus budgétaire et des indicateurs de performance de l'entreprise.

2) Savoirs méthodologiques

- méthodologie du diagnostic d'une entreprise (grilles d'analyses, de synthèses et de recommandations) ;
- constructions du Plan marketing et du Plan d'action commerciale ;

3) Savoirs-faire professionnels

- capacité à l'analyse externe de l'environnement (demande/offre/facteurs d'influence) ;
- capacité à l'analyse interne de l'entreprise en termes opérationnels et organisationnels ;
- capacité au diagnostic global de l'entreprise (définition de la problématique actuelle, du métier...).

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

Tous secteurs.

Type d'emplois accessibles : - responsable de la stratégie commerciale

- directeur ou responsable marketing
- directeur ou responsable du développement.

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

M1707 : Stratégie commerciale

### Modalités d'accès à cette certification

**Descriptif des composantes de la certification :**

- à des cadres disposant depuis au moins 5 ans d'une expérience professionnelle et d'une formation initiale de 4 ans après le bac, (diplôme de Maîtrise ou certification de niveau 2)
- à des cadres âgés d'au moins 30 ans justifiant d'une expérience professionnelle de 8 ans minimum dans des fonctions de management

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 16 '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 : non prévue**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	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	80% des membres du jury sont extérieurs à l'organisme (en activité sur des fonctions Marketing et Commerciales dans les entreprises)
En contrat de professionnalisation	X	
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2005	X	80% des membres du jury sont extérieurs à l'organisme (en activité sur des fonctions Marketing et Commerciales dans les entreprises)

	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 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.

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 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.

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.

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

75 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 marketing stratégique (arrêté du 28 septembre 1995 publié au Journal Officiel du 18 octobre 1995 ), niveau I

**Certification précédente :** Certificat de marketing stratégique

**Certification suivante :** Directeur marketing et commercial