

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 18002**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible

Manager marketing et commercial

Nouvel intitulé : Manager marketing et développement commercial

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
ESGCV – Ecole supérieure de gestion et commerce international (ESGCI)	Président

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312p Gestion des échanges commerciaux

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Autrefois destiné à soutenir les actions commerciales le marketing, aujourd'hui, a pour objectif prioritaire d'améliorer le chiffre d'affaires de l'entreprise ; les fonctions commerciales et marketing sont devenues interdépendantes, la fonction commerciale étant complémentaire du marketing opérationnel et la composante numérique, incontournable, a modifié la façon de concevoir les plans marketing et la relation client.

La relation client - et par extension la fidélisation client - autrefois réservée au service marketing représente aujourd'hui une part importante du travail des commerciaux. Le métier de commercial est en forte interaction avec d'autres fonctions de l'entreprise comme le service marketing, la production ou encore la logistique, les commerciaux recueillant sur le terrain des informations utiles au service marketing, qui à son tour détient les informations nécessaires au travail des commerciaux sur le terrain que ce soit en prospection, en conquête ou en fidélisation.

Pour faire face à la concurrence et se positionner en tant que leader sur leur secteur d'activité, les entreprises investissent de plus en plus dans leurs opérations marketing et commerciales : campagnes publicitaires, actions menées auprès d'une cible identifiée en s'appuyant sur des études de marchés commandées pour mieux cerner les attentes des consommateurs.

Pour l'essentiel, le Manager Marketing et Commercial mobilise ses compétences dans les six grands domaines d'activités suivants :

L'analyse du marché, de ses acteurs et du positionnement de l'entreprise

La définition du plan marketing

Définition et mise en œuvre du plan d'action commerciale (PAC)

La gestion du budget des actions attribuées au département marketing ou commercial

Le management des équipes

Définition et mise en œuvre d'une stratégie de fidélisation et de gestion de la Relation Client

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

Le Manager Marketing et Commercial évolue au sein d'entreprises privées, PME et PMI, ou de grandes entreprises de plus de 500 salariés, dotées d'un département marketing ou commercial, appartenant à tout type de secteurs d'activités, comme le secteur industriel, l'agro-alimentaire, les nouvelles technologies, le tertiaire.

Il peut exercer dans une entreprise internationale ou à l'étranger, il sera alors amené à travailler dans une langue étrangère et dans ce cas, la maîtrise de l'anglais est indispensable.

S'il exerce ses fonctions au sein d'une entreprise de taille moyenne, le Manager Marketing et Commercial peut cumuler la direction du département marketing et du département commercial

il est le plus souvent rattaché à la direction générale et souvent membre du comité de Direction.

En fonction du type d'entreprise dans laquelle exerce le manager des fonctions marketing et commerciale, l'appellation du métier peut être diverse :

Directeur/trice marketing

Directeur commercial et marketing

Directeur commercial

Business development manager

Key account manager

ingénieur/e charge d'affaire

Ingénieur/e commercial/e

Consultant/e marketing

Chargé/e d'analyses marketing

Manager de risques

Responsable marketing

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Les principales composantes de la certification s'appuient sur l'évaluation des compétences suivantes

- L'analyse du marché, de ses acteurs et du positionnement de l'entreprise
- La définition du plan marketing
- Définition et mise en œuvre du plan d'action commerciale (PAC)
- La gestion du budget des actions attribuées au département marketing ou commercial
- Le management des équipes
- Définition et mise en œuvre d'une stratégie de fidélisation et de gestion de la Relation Client

Les évaluations s'appuient sur des productions à fournir par les candidats, telles qu'elles peuvent être attendues dans le secteur professionnel et que le candidat aura à présenter et à soutenir à l'oral.

Parmi les productions, peuvent être citées :

- La mise en place d'un plan de veille, d'études et de recommandations
- La définition d'un plan marketing
- Un plan d'actions commerciales
- Une évaluation chiffrée d'un plan marketing
- Des grilles dévaluations pour les entretiens annuels
- L'analyse d'une base clients et les actions à privilégier

Pour l'accès par la voie de la formation initiale, en cas de non obtention ou obtention partielle du titre, le candidat peut se représenter au jury de la promotion N+1 (en général sous 1an).

Voir le règlement intérieur de l'école.

Le titre peut également être obtenu par la démarche de Validation des Acquis de l'Expérience, sur la base de l'expérience et des compétences acquises par la pratique en situation de travail et qui seront démontrées à travers la réalisation d'un livret de preuves, dit livret 2 conformément à la procédure en vigueur à l'ESGCI.

Le bénéfice des composantes acquises peut être gardé 5 ans uniquement pour la VAE.

Validité des composantes acquises : 5 an(s)

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	50 % des membres dépendent de l'organisme et 50 % de membres sont extérieurs à l'organisme
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	50 % des membres dépendent de l'organisme et 50 % de membres sont extérieurs à l'organisme
En contrat de professionnalisation	X	50 % des membres dépendent de l'organisme et 50 % de membres sont extérieurs à l'organisme
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2012	X	50 % des membres dépendent de l'organisme et 50 % de membres sont extérieurs à l'organisme

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X

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 19 novembre 2013 publié au Journal Officiel du 29 novembre 2013 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Modification du nom de l'organisme certificateur.

Arrêté du 24 mai 2013 publié au Journal Officiel du 16 juin 2013 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour trois ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager marketing et commercial" avec effet au 05 mars 2011, jusqu'au 16 juin 2016.

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 est prolongée jusqu'au 31 décembre 2003.

Arrêté du 17 octobre 1996 publié au Journal Officiel du 13 novembre 1996 portant homologation de titres et diplômes de l'enseignement technologique. Intitulé : 'Titre d'études Supérieures, options Relations Internationales, Marketing et Commerce, Marketing et Communication', niveau II.

Pour plus d'informations**Statistiques :**

90 bénéficiaires par an

Autres sources d'information :

<http://www.esgci.com>

Lieu(x) de certification :

ESGCI

220 rue du Faubourg Saint Antoine

75011 Paris

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

ESGCI : 25 rue saint Ambroise -75011 PARIS

ESG Toulouse-Campus de Bissy -30 rue des Tours- 31319 Labège

ESG Bordeaux- Bassin à Flot - Bâtiment G3 - Rue Lucien Faure 33300 Bordeaux

ESG Montpellier -ZAC Port Marianne Hippocrate CS 90781, 349 Rue de la Cavalade, 34965 Montpellier Cedex 2

ESG Aix en provence-95 chemin Roger Martin -13090 Aix en provence

ESG Rennes -5-7 bd René Laennec 35000 Rennes

IMESG Executive Education - 35 Av Philippe Auguste 75011 Paris

Web school factory - 59 rue nationale - 75013 Paris

Historique de la certification :

Ancien libellé : Titres d'études supérieures, Option relations internationale, Marketing et Commerce, Marketing et Communication - Niveau II (arrêté du 17 octobre 1996 publié au JO du 21 /11/1996

Certification précédente : Manager marketing et commercial

Certification suivante : Manager marketing et développement commercial