

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 23639**

### Intitulé

Manager marketing et commercial

#### AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

Institut des hautes études économiques commerciales  
(INSEEC Bordeaux)

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

Directeur de l'INSEEC Bordeaux

### 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 métier de «Manager Marketing et Commercial» a pour finalité de s'occuper du positionnement et de la stratégie de l'entreprise à court, moyen et long terme. Le Manager Marketing et Commercial définit la stratégie marketing et entreprend, en collaboration avec son équipe, des actions destinées à mettre en œuvre le plan marketing et à mettre en place la politique commerciale.

Les détenteurs du Titre "Manager Marketing et Commercial" peuvent occuper des fonctions très variées. Ils ont pour responsabilité l'encadrement des départements commerciaux, marketing et export dans des grandes entreprises, des groupes ou des PME en France et à l'international. L'activité varie selon le secteur, la taille de la structure et les budgets.

**Les compétences dont le « Manager marketing et commercial » doit faire preuve s'articulent autour de 7 Pôles:**

**1. A partir des grandes orientations stratégiques de l'entreprise, évaluer les différentes composantes des différents marchés étudiés, puis déterminer les objectifs à atteindre, les moyens à dégager et les actions à mettre en œuvre, puis**

- Concevoir les méthodes pour analyser l'évolution d'un marché sur un secteur défini, et préciser les spécificités régionales, nationales et internationales

- Mettre en place des outils de gestion et en analyser les données afin d'optimiser la prise de décision

- Identifier les facteurs d'influence des acheteurs et des consommateurs

**2. Elaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing**

- Définir un produit (ou service) ou une gamme de produits (ou services) adaptés aux objectifs en termes de faisabilité économique et technique, puis en estimer la rentabilité

- Définir l'identité et le territoire d'une marque afin de contribuer au déploiement de l'entreprise sur de nouveaux marchés

- En tenant compte de la stratégie et à partir des données terrain relatives à la connaissance client, construire un plan marketing

- Proposer des plans d'action en coopération avec les opérationnels

**3. Définir et mettre en œuvre les actions marketing**

- Définir, mettre en place et suivre le plan marketing à court et moyen terme, en s'appuyant sur les moyens financiers, techniques, commerciaux et humains de l'entreprise

- Organiser les aspects opérationnels du développement commercial de l'entreprise auprès des distributeurs

- Animer et développer un circuit de distribution performant

**4. Définir et mettre en place la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise**

- Auditer la structure commerciale existante et préconiser des actions correctives d'amélioration à court et moyen termes.

- Définir le positionnement d'une enseigne dans le circuit de distribution existant

- Structurer, recruter, former, animer et motiver la force de vente

- Elaborer un budget commercial, concevoir et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales

**5. Définir les décisions marketing et commerciales pour un développement à l'international**

- Evaluer et scorer les marchés internationaux potentiels et choisir le marché cible à pénétrer

- Définir le mode d'entrée à l'international le plus approprié

- Analyser différents plans marketing internationaux pour un même produit, et calculer le seuil de rentabilité

- Définir une politique d'internationalisation d'un produit ou d'un service et en évaluer les risques

- Assurer le développement et la visibilité des produits sur les marchés étrangers

**6. Elaborer et mettre en œuvre la stratégie marketing digitale et e-commerce**

- Décliner la stratégie marketing en s'appuyant sur des canaux de communication digitaux

- Concevoir et développer des interfaces utilisateurs

- Mettre en place et suivre un plan marketing d'acquisition ainsi que les actions de fidélisation visant à optimiser la valeur de la base client

**7. Intégrer les contraintes juridiques au développement de la stratégie marketing et commerciale**

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

Les titulaires de la certification « Manager Marketing et Commercial » peuvent exercer leur métier dans le secteur privé et quel que soit le statut et la taille de l'organisation. Ils sont aptes à exercer leurs fonctions dans le développement, la mise en place, la promotion et la vente de produits et de services au niveau national et international.

Les emplois occupés par le titulaire de la certification peuvent être : Directeur marketing, Responsable marketing produit, Manager

marketing, Chargé d'affaires marketing, Chef de projet marketing, Responsable marketing internet, Responsable e-commerce, Chef de projet e-commerce, Chef de produit internet, Directeur de marque, Chef de marque, Chef de produit, Chef de produit à l'international, Chef de produit digital, Chargé d'études, Directeur commercial, Responsable commercial, Business manager, Key account manager, Responsable commercial international, Directeur commercial export, Manager export, Responsable commercial international.

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

M1705 : Marketing

M1703 : Management et gestion de produit

M1707 : Stratégie commerciale

**Modalités d'accès à cette certification**

**Descriptif des composants de la certification :**

- **Dans le cadre d'une Formation Initiale**, les étudiants doivent justifier d'un niveau 2 validé dans les domaines du marketing, du commerce, de la stratégie marketing digitale, de la communication, de la distribution, de la gestion/comptabilité et de l'économie. Pour accéder à la certification, les étudiants devront avoir validé l'année de formation du Titre par un système de notation afin d'obtenir une moyenne générale supérieure ou au moins égale à 10/20.

- **Dans le cadre de la VAE**, les compétences peuvent être validées totalement ou partiellement. C'est le nombre de compétences validées qui permet à la personne d'obtenir le Titre de « Manager Marketing et Commercial ». Si la validation des compétences est totale (soit 48 compétences), l'obtention du Titre s'effectue automatiquement. Si la validation des compétences n'est que partielle, des travaux complémentaires obligatoires (ex : QCM, mémoire de recherche appliquée, étude de cas, jeu d'entreprise, mise en situation) ou un suivi du cursus seront demandés afin de prétendre au Titre de « Manager marketing et commercial » de niveau I.

Les compétences et activités du "Manager Marketing et Commercial" sont regroupées dans les pôles suivants :

- Pôle 1 : Management et stratégie d'entreprise
- Pôle 2 : Marketing stratégique
- Pôle 3 : Marketing opérationnel
- Pôle 4 : Management et développement commercial
- Pôle 5 : Marketing international
- Pôle 6 : Marketing digital et e-commerce
- Pôle 7 : Environnement juridique lié au marketing et au commerce

Ces composants peuvent s'inscrire dans l'exercice d'une fonction au niveau régional, national et international.

**Validité des composants acquises : 5 an(s)**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	50% de représentants de l'organisme de formation 50% de professionnels
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	50% de représentants de l'organisme de formation 50% de professionnels
En contrat de professionnalisation	X	50% de représentants de l'organisme de formation 50% de professionnels
Par candidature individuelle	X	50% de représentants de l'organisme de formation 50% de professionnels
Par expérience dispositif VAE prévu en 2013	X	50% de représentants de l'organisme de formation 50% de 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 6 mai 2015 publié au Journal Officiel du 27 mai 2015 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager marketing et commercial" avec effet au 01 octobre 2010, jusqu'au 27 mai 2020.

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

**Références autres :**

**Pour plus d'informations**

**Statistiques :**

**Autres sources d'information :**

**Lieu(x) de certification :**

INSEEC

Hangar 18, Quai de Bacalan CS 9104

33070 Bordeaux

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

- INSEEC Bordeaux, Hangar 18, quai de Bacalan, CS 9104, 33070 Bordeaux Cedex
- INSEEC Paris, 10, rue Alibert, 75010 Paris Cedex
- INSEEC Lyon, 19 Place Tolozan, 69001 Lyon
- INSEEC Alpes-Savoie, Savoie Technolac, 73381 Le Bourget du lac Cedex.

**Historique de la certification :**