

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 26953**

Intitulé

Manager produits et marketing

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
ESGCV - MBA ESG	Directeur

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

En accord avec les objectifs fixés par la direction de l'entreprise, le Manager Produits et Marketing a la responsabilité de la gestion d'une gamme de produits et de leur cycle de vie. Il intervient aux différentes phases de conception, de lancement, de développement, de pérennisation et de désengagement de ceux-ci.

Il est celui/celle qui optimise le cycle de vie du produit. Il doit veiller à prendre des décisions sur la base d'analyse objectives qui reposent principalement sur les études de marché et également sur des démarches d'innovation.

Il a une responsabilité économique forte à la fois lors du lancement du produit, mais aussi dans ses phases de croissance, de maturité et de déclin.

Il maîtrise l'ensemble des variables du mix marketing (produit, prix, communication et distribution) sur lesquelles il agit de façon à favoriser le développement de sa gamme de produits ou de certains de ses produits afin d'optimiser le développement économique de son entreprise. A ce niveau, le Manager Produits et Marketing a la responsabilité de la politique produit et gamme, du choix et de la mise en œuvre de la politique de distribution, de la stratégie prix et de la communication. Il adapte en permanence ces quatre variables en fonction de la situation de marché et de l'évolution du cycle de vie des produits.

Sa responsabilité est engagée dans les options stratégiques opérationnelles qu'il met en œuvre sur ses marchés et ses produits au regard de la stratégie de l'entreprise et de ses caractéristiques.

Les capacités attestées :

1) Elaborer un système de veille des marchés et réaliser des études permettant la sélection des cibles

- Elaborer un système de veille.
- Réaliser des études de marché et produire des recommandations.
- Elaborer la segmentation et sélectionner les cibles potentielles
- Construire une démarche d'innovation orientée sur l'usage et l'expérience utilisateur.

2) Gérer et suivre la performance économique des gammes de produits

- Elaborer les politiques tarifaires en fonction des objectifs à atteindre volume/prix/marge
- Etablir l'ensemble des budgets dans le cadre de la commercialisation des offres.

3) Formaliser le marketing mix et le mettre en œuvre opérationnellement

- Formaliser le marketing mix en intégrant les 4 variables :produit, prix, distribution et communication.
- Mettre en œuvre les actions de marketing opérationnel avec l'ensemble des départements et des prestataires extérieurs.
- Suivre, contrôler et ajuster le déploiement du marketing mix

4) Elaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication

- Elaborer la stratégie de communication en sélectionnant les actions médias et hors médias en fonction des cibles visées
- Sélection et suivi des prestataires en communication.

5) Piloter et manager les équipes internes et externes

- Organiser et répartir les missions selon les actions à conduire au sein de l'équipe en collaboration avec les autres services de l'entreprise.
- Piloter les prestataires externes agences de publicité, digitale,communication, médiaplanning, relations presse.
- Organiser le travail et coordonner les activités des collaborateurs sur le plan professionnel, humain et personnel.

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

Le Manager Produits et Marketing exerce majoritairement chez l'annonceur, fabricant ou réseau de distribution (retail) dans un univers B to C (Business to Consumer) et, de façon dominante dans la grande consommation suivi de l'industrie et des services. Aujourd'hui, il exerce peu en agence.

Le Manager Produits et Marketing travaille au sein des services marketing d'entreprises de type PME PMI ou encore et le plus souvent dans des grands groupes de plus de 250 personnes.

il/elle peut occuper, entre autres les emplois suivant : Brand manager ; Category manager ; chef(fe) de produits ; chef(fe) de projet Marketing ; chef(fe) de projet Communication ; chef(fe) de projet digital ; Client Services Manager ;chef(fe) de Publicité ; chef(fe) de rayon ; Consultant(e) Marketing ; Coordinateur/trice marketing -ventes ; Responsable merchandising ; Responsable des ventes ; Responsable Marketing ; Responsable communication ; Responsable trade marketing...

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1703 : Management et gestion de produit

M1705 : Marketing

M1702 : Analyse de tendance

E1402 : Élaboration de plan média

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Les principales composantes de la certification sont constituées des 5 blocs de compétences suivants :

- 1) Elaborer un système de veille des marchés et réaliser des études permettant la sélection des cibles
- 2) Gérer et suivre la performance économique des gammes de produits
- 3) Formaliser le marketing mix et le mettre en œuvre opérationnellement
- 4) Elaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication
- 5) Piloter et manager les équipes internes et externes

Les évaluations se font sur les 5 compétences composant la certification.

Les évaluations porteront à la fois sur des connaissances théoriques évaluées sous formes écrites (contrôle continu) tout au long de l'année et sur la mise en œuvre de compétences en situation. Elles s'appuient sur des cas et projets à réaliser par les candidats, tels que l'on peut en trouver dans le secteur professionnel et soumis par les entreprises elles-mêmes. L'expérience acquise par l'immersion en entreprise (stages ou contrats de professionnalisation) fait l'objet d'une évaluation par les tuteurs.

Modalités

- Un projet de merchandising : de la conception de l'offre produite à sa mise en place sur le marché. Dans ce cadre les étudiants doivent réaliser le plan de veille, étude de marché, produire des recommandations et mettre en place le plan.
- La mise en place d'un plan de marketing mix (simulation de gestion)
- L'élaboration d'un plan de communication.
- Des études de cas : les candidats auront à résoudre des cas propres au secteur du marketing et adaptés aux compétences visées (sur une stratégie de marque par exemple).
- Une réflexion d'innovation (situation réelle)
- Des jeux de rôles sur des situations de négociation ou de management d'équipe.
- Un projet professionnel sur une problématique d'entreprise qui permet de mesurer tout ou partie des compétences du titre selon le projet traité.

Le jury évaluera l'ensemble des contrôles, ainsi que les mises en situations professionnelles.

Le stage et le rapport de stage

Les étudiants doivent réaliser un stage et rendre un rapport écrit élaboré de façon à relater et formaliser les activités réalisées dans l'entreprise et la manière dont les compétences ont été soit acquises soit mise en œuvre.

En cas d'obtention partielle de la certification

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. (Voir le règlement intérieur de l'école)

La VAE

Le titre peut également être obtenu par la démarche de VAE -Validation des Acquis de l'Expérience, sur la base de l'expérience et des compétences acquises par la pratique en situation de travail qui seront démontrées à travers la réalisation d'un livret de preuves, dit « livret 2 » conformément à la procédure en vigueur à ESGCV- MBA ESG. Un conseiller VAE est à la disposition des candidats pour les conseiller et les guider dans leur projet professionnel. Le/la candidat(e) en VAE sera évalué(e) sur les mêmes compétences que les candidat(e)s en formation initiale et qui sont celles du titre.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 26953 - Formaliser le marketing mix et le mettre en œuvre opérationnellement	Descriptif : <ul style="list-style-type: none">•Formaliser le marketing mix•Mettre en œuvre les actions de marketing opérationnel•Suivre, contrôler et ajuster le déploiement du marketing mix Modalité d'évaluation : <p>dans le cadre de la mise en place d'un plan de marketing mix le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none">•Conduire une stratégie de marketing opérationnel•Anticiper les performances des gammes sur les marchés•optimiser la performance économique prévisionnelle•Mettre en place le plan de merchandising et le déployer Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
<p>Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 26953 - Gérer et suivre la performance économique des gammes de produits</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Elaborer les politiques tarifaires •Etablir l'ensemble des budgets de commercialisation <p>Modalité d'évaluation :</p> <p>dans le cadre de la mise en place d'un plan de marketing mix le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Prévoir les volumes de ventes •répartir et mesurer les budgets (promotion, communication, animation commerciale) <p>Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences</p>
<p>Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 26953 - Piloter et manager les équipes internes et externes</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Organiser et répartir les missions selon les actions à conduire. •Piloter les prestataires externes •Organiser et coordonner les activités des collaborateurs (plan professionnel et personnel) <p>Modalité d'évaluation :</p> <p>Mise en situation professionnelle.</p> <p>Jeux de rôle :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Situations de négociation avec des prestataires et de management d'équipe. •Dans le cadre d'un partenariat avec une grande marque:mise en situation d'un lancement d'un produit auprès des équipes commerciales. <p>Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences</p>
<p>Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 26953 - Elaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication</p>	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Elaborer et mettre en œuvre la stratégie de communication •Elaborer la stratégie de communication •Sélectionner et suivre les prestataires en communication. <p>Modalité d'évaluation :</p> <p>Mise en situation professionnelle dans le cadre de l'élaboration d'un plan de communication, le candidat devra construire et mettre en place</p> <ul style="list-style-type: none"> •un plan de communication externe •une stratégie de communication digitale •le brief et la sélection et le suivi de l'agence prestataire <p>Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences</p>

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 26953 - Elaborer un système de veille des marchés et réaliser des études permettant la sélection des cibles	<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> •Elaborer un système de veille. •Réaliser des études de marché et produire des recommandations. •Elaborer la segmentation et sélectionner les cibles potentielles •Construire une démarche d'innovation <p>Modalités d'évaluation:</p> <p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'un projet de merchandising le candidat devra réaliser :</p> <ul style="list-style-type: none"> •un plan de veille •une étude de marché •produire des recommandations <p>Dans le cadre de la mise en place d'un plan de marketing mix, le candidat devra conduire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • une stratégie de marketing opérationnel. <p>Mise en situation réelle d'une réflexion d'innovation orientée usage et expérience utilisateur.</p> <p>Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat/e à l'issue de la validation du 1er bloc de compétences.</p>

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Le Président du jury est un professionnel nommé par le directeur de MBA ESG Le jury est composé de 5 personnes : •Le Président du jury, représentant des professions Employeurs •D'un représentant en activité des professions Salariés •Du directeur ou son représentant •Un enseignant formateur •Un responsable pédagogique Parmi les membres du jury, 40 % sont représentants des Salariés et des Employeurs.
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	idem
En contrat de professionnalisation	X	idem
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2012	X	idem

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Référence du décret général :**Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :**

Arrêté du 26 septembre 2016 publié au Journal Officiel du 04 octobre 2016 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager produits et marketing" avec effet au 15 janvier 2009, jusqu'au 04 octobre 2021.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :**Références autres :****Pour plus d'informations****Statistiques :**

73 diplômés par en moyenne

<http://mba-esg.com>

Autres sources d'information :

pole-esg.fr

mba-esg.com

rncp.cncp.gouv.fr

Lieu(x) de certification :

MBA ESG

35, avenue Philippe Auguste 75011 PARIS

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

MBA ESG - 35 avenue Philippe Auguste - 75011 Paris

CFPME Caraïbes - Angle des rues Nobels et Fulton - 91122 Baie Mahault

Paris school of business (PSB) - 59 rue Nationale - 75013 Paris

Historique de la certification :