

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

DIPLÔME SUPERIEUR EN MARKETING, COMMERCE ET GESTION

Créée en 1988, l'EGC Martinique a, tout au long de ses 33 ans d'existence, mis en œuvre les moyens nécessaires à la qualité de la formation et à son adaptation aux besoins des TPE-PME de la zone Antilles-Guyane. L'objectif de la certification est de proposer une formation généraliste, en formation initiale (primo-apprenants) ou formation continue (salariés, demandeurs d'emploi) issus des Antilles françaises (Martinique et Guadeloupe) afin de contribuer au développement économique du territoire. Si longtemps, les grands groupes antillais ont recherché leur encadrement dans les grandes écoles hexagonales, ils affirment, leur besoin de recruter des personnes qualifiées, disposant en même temps d'une bonne connaissance et d'une certaine maîtrise de leur environnement et des variables culturelles propres.

Les compétences multiples proposées au sein de la certification répondent parfaitement aux besoins des entreprises du territoire, composé à plus de 98% de TPE-PME et particulièrement :

- Des capacités d'innovation afin de renouveler les concepts, de proposer des offres commerciales multiformes, de proposer des réponses individualisées, personnalisées et adaptées au profil de la clientèle.
- Les entreprises recherchent des profils commerciaux et marketing, maîtrisant les outils de communication sur les médias sociaux et assurant une veille concurrentielle.
- L'apparition de nouveaux métiers, (webmarketer, community manager, métiers du e-commerce..) demande des compétences nouvelles et le référentiel a été adapté en intégrant des modules tels que « se positionner sur les marchés étrangers », activer les leviers du webmarketing, réseaux sociaux, mobiles .. »
- La maîtrise des outils de gestion (comptabilité, budget, ...) apparaissant comme activités support aux activités commerciales et marketing est également une donnée importante de la certification.

I - ACTIVITES VISEES

La certification est définie par la maîtrise de 4 blocs de compétences qui se déclinent :

BLOC – A : CONTRIBUER A DEFINIR LA STRATEGIE MARKETING ET ASSURER SA MISE EN ŒUVRE

Principales activités

- Maîtriser les méthodes et outils d'élaboration d'un diagnostic marketing
- Elaborer des préconisations sur le positionnement de l'offre et la cible marketing
- Identifier et mobiliser les réseaux, canaux et circuits de distribution
- Elaborer et mettre en œuvre un plan de communication
- Intégrer le digital pour une stratégie marketing pluri média
- Promouvoir l'offre de l'entreprise en France et à l'international
- Acquérir les notions de base de l'intelligence économique
- Communiquer en situation professionnelle interculturelle

BLOC – B : PARTICIPER A LA POLITIQUE COMMERCIALE ET COMMERCIALISER L’OFFRE DE L’ENTREPRISE

Principales activités

- Définir un plan d’actions commerciales et mesurer sa performance
- Mener une négociation commerciale complète
- Se positionner sur les marchés étrangers
- Gérer un portefeuille clients
- Mettre en œuvre des actions de fidélisation et de prospection

BLOC – C : MAITRISER LES FONDEMENTS DE LA GESTION BUDGETAIRE ET DE L’ANALYSE FINANCIERE

Principales activités

- Déterminer le coût réel d’un produit et sa rentabilité
- Analyser les documents comptables et financiers d’une entreprise
- Appréhender les règles fiscales, juridiques et comptables applicables à l’entreprise
- Appliquer une démarche d’amélioration continue à un système d’information de gestion
- Participer à l’élaboration d’un budget et assurer le suivi de l’activité

BLOC – D : MANAGER UN PROJET, UNE ACTIVITE, UNE EQUIPE

Principales activités

- Appréhender l’environnement économique de l’entreprise
- Piloter un projet dans sa globalité
- Manager au quotidien
- Animer et motiver son équipe au quotidien
- Optimiser les résultats individuels et collectifs de son équipe
- Affirmer son leadership et son efficacité personnelle
- Intégrer le tableau général

II - COMPETENCES VISEES

Le titulaire est capable de :

- Maîtriser les méthodes et outils d’élaboration d’un diagnostic marketing, dans un contexte concurrentiel pour un positionnement optimal sur le marché
- Elaborer des préconisations sur le positionnement de l’offre et la cible marketing
- Identifier et mobiliser les réseaux, canaux et circuits de distribution
- Elaborer et mettre en œuvre un plan de communication
- Intégrer le digital pour une stratégie marketing pluri média
- Appréhender les notions de base de l’intelligence économique
- Promouvoir l’offre de l’entreprise en France et à l’international et communiquer en situation professionnelle interculturelle
- Mener une négociation commerciale complète

- Définir un plan d'actions commerciales et mesurer sa performance
- Se positionner sur les marchés étrangers
- Gérer un portefeuille clients
- Mettre en œuvre des actions de prospection et de fidélisation de sa clientèle
- Déterminer le coût réel d'un produit et sa rentabilité
- Analyser les documents comptables et financiers d'une entreprise
- Appréhender les règles fiscales, juridiques et comptables applicables à l'entreprise
- Appliquer une démarche d'amélioration continue à un système d'information de gestion
- Participer à l'élaboration du budget et assurer le suivi de l'activité
- Appréhender l'environnement économique de l'entreprise
- Piloter un projet dans sa globalité
- Manager une équipe au quotidien, en participant à sa constitution et en définissant les ressources humaines nécessaires à son activité
- Animer et motiver son équipe au quotidien
- Optimiser les résultats individuels et collectifs de son équipe
- Affirmer son leadership et son efficacité personnelle

III - MODALITES D'EVALUATION

BLOC – A : CONTRIBUER A DEFINIR LA STRATEGIE MARKETING ET ASSURER SA MISE EN ŒUVRE

Descriptif : Dans le respect des orientations générales de l'entreprise et en lien avec les services concernés, mobiliser les méthodes et les outils du marketing pour valoriser l'offre de l'entreprise.

- En formation initiale (Primo-apprenant), et continue (salariés), les candidats doivent présenter les productions suivantes : Réalisation d'un Audit Marketing : Etude de cas, épreuve individuelle, production écrite Argumentation d'un plan de communication préalablement élaboré en français et/ou dans une langue étrangère. Mise en situation, épreuve individuelle ou collective (4 personnes max), production orale
- Evaluation professionnelle sauf en formation continue

Dans le cadre de la VAE, fournir un portefeuille de preuves

BLOC – B : PARTICIPER A LA POLITIQUE COMMERCIALE ET COMMERCIALISER L'OFFRE DE L'ENTREPRISE

Descriptif : Dans le respect de la réglementation et de la politique tarifaire de l'entreprise, mener des actions commerciales pour maximiser les potentiels de sa zone/ produit.

En formation initiale et continue, les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Elaborer un plan de développement commercial. Etude de cas, épreuve individuelle, production écrite

- Mener une négociation commerciale complète, en français et/ou dans une langue étrangère. Mise en situation, épreuve individuelle ou en duo, production orale
- Evaluation professionnelle sauf en formation continue

Dans le cadre de la VAE, fournir un portefeuille de preuves.

BLOC – C : MAITRISER LES FONDEMENTS DE LA GESTION BUDGETAIRE ET DE L'ANALYSE FINANCIERE

Descriptif : Dans le cadre du pilotage de son entité, estimer et contrôler la rentabilité d'un produit ou d'une activité. Mesurer la performance de l'organisation.

En formation initiale et continue, les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Calculer le coût réel d'un produit, établir un budget prévisionnel. Etude de cas, épreuve individuelle, production écrite
- Commenter la situation financière d'une entreprise Mise en situation, épreuve individuelle ou en duo, production orale
- Evaluation professionnelle, sauf en formation continue

Dans le cadre de la VAE, fournir un portefeuille de preuves

BLOC – D : MANAGER UN PROJET, UNE ACTIVITE, UNE EQUIPE

Descriptif : Dans un contexte hiérarchique ou non hiérarchique, assurer le management d'une équipe ou d'une activité pour atteindre les objectifs fixés par sa direction.

En formation initiale et continue, les candidats doivent présenter les productions suivantes :

- Un projet-action réellement mis en œuvre au cours de la certification.
- Mise en situation, épreuve individuelle ou collective (4 personnes max), donnant lieu à une production écrite (dossier de présentation) et orale (soutenance).
- Evaluation professionnelle sauf en formation continue

Dans le cadre de la VAE, fournir un portefeuille de preuves

BLOCS DE COMPÉTENCES

N° et intitulé de bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
RNCP34609BC01 CONTRIBUER A DEFINIR LA STRATEGIE MARKETING ET ASSURER SA MISE EN ŒUVRE	Dans le respect des orientations générales de l'entreprise et en lien avec les services concernés, mobiliser les méthodes et les outils du marketing pour valoriser l'offre de l'entreprise. 1 / Réaliser une veille (marché, secteur d'activité, entreprise...), en utilisant diverses sources	Réalisation d'un Audit Marketing : Etude de cas, épreuve individuelle, production écrite Argumentation, en français et/ou dans une langue étrangère, d'un plan de communication.

	<p>informationnelles nationales comme internationales</p> <p>2/ En utilisant les méthodes et outils du marketing, mener une analyse de son environnement concurrentiel, pour un positionnement optimal sur son marché.</p> <p>3 / A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, élaborer un plan marketing qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits</p> <p>4- Afin d'atteindre les résultats fixés dans le plan marketing, préciser le calendrier et les moyens nécessaires pour le déploiement de la stratégie à mettre en œuvre.</p> <p>5- En relation avec les services financiers, élaborer le budget prévisionnel pour l'opération en relation avec le service financier et les indicateurs du suivi.</p> <p>6- Déployer le plan de communication en mobilisant les événements, les canaux et circuits et en utilisant des outils d'animation, de communication et de promotion</p> <p>7- En complément des supports traditionnels, activer les leviers web marketing, réseaux sociaux, Mobiles / tactiles... dans le respect de la campagne définie et des moyens disponibles, et en veillant à la e-réputation de l'entreprise et à la sécurisation des datas</p> <p>8- A partir d'une problématique définie et d'une stratégie arrêtée par l'entreprise, présenter et justifier auprès de sa direction un plan de communication qui mobilise divers réseaux, canaux et circuits</p>	<p>Mise en situation, épreuve individuelle ou collective (4 personnes maximum), production orale</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>RNCP34609BC02</p> <p>PARTICIPER A LA POLITIQUE COMMERCIALE ET MANAGER</p> <p>COMMERCIALISER L'OFFRE DE L'ENTREPRISE</p>	<p>Dans le respect de la réglementation et de la politique tarifaire de l'entreprise, mener des actions commerciales pour maximiser les potentiels de sa zone/ produit.</p> <p>1/ En tenant compte du plan marketing ainsi que des enseignements des précédents plans commerciaux et du potentiel de son portefeuille, repérer les orientations à privilégier pour l'élaboration d'un nouveau PAC, en relation avec les différentes directions de l'entreprise</p> <p>2/ A partir des orientations retenues, planifier un plan d'actions commerciales en priorisant les actions, les moyens, et en définissant les outils de son suivi.</p> <p>3/ Afin de développer un portefeuille, mettre en œuvre un programme de prospection dans le respect du plan d'actions.</p> <p>4/ Afin de défendre un portefeuille, mettre en œuvre un programme de fidélisation dans le respect du plan d'actions.</p> <p>5/ A partir du renseignement des tableaux de suivi du PAC, évaluer la performance du plan d'actions en tenant compte des résultats de la concurrence</p> <p>6/ Au regard des résultats, proposer à sa direction des actions correctives pour atteindre les objectifs commerciaux</p> <p>A partir des informations recueillies sur le client et sur le marché, et dans le respect des consignes commerciales fixées par l'entreprise, préparer la négociation commerciale en identifiant l'adéquation possible entre les besoins du client et les</p>	<p>Elaborer un plan de développement commercial :</p> <p>Etude de cas, épreuve individuelle, production écrite</p> <p>Mener une négociation commerciale complète, en français et/ou dans une langue étrangère.</p> <p>Mise en situation, épreuve individuelle ou en duo, production orale</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>capacités de réponse de l'entreprise</p> <p>8/ Après avoir vérifié l'intérêt à agir, structurer une proposition commerciale et préparer les documents supports de l'argumentaire afin de défendre l'offre devant le client.</p> <p>9/ En adaptant sa stratégie au déroulement de l'entretien conduire un entretien, en français ou dans un contexte international, pour aboutir à un résultat satisfaisant</p> <p>10/ Seul ou avec l'appui de son supérieur, conclure une négociation en vérifiant l'accord du client sur les différents termes de la proposition commerciale</p> <p>11/ A l'issue de la négociation, élaborer des documents commerciaux avec l'appui du service juridique.</p>	
<p>RNCP34609BC03 MAITRISER LES FONDEMENTS DE LA GESTION BUDGETAIRE ET DE L'ANALYSE FINANCIERE</p>	<p>Dans le cadre du pilotage de son entité, estimer et contrôler la rentabilité d'un produit ou d'une activité. Mesurer la performance de l'organisation</p> <p>1/ En collaboration avec les autres services de l'entreprise, déterminer le coût réel d'un produit en identifiant toutes les charges de l'entreprise.</p> <p>2/ Dans le respect de la politique de l'entreprise, estimer la viabilité économique d'un projet ou d'un produit à partir du calcul de ratios-clés et d'un état prévisionnel.</p> <p>3 / En intégrant les obligations légales et les engagements en termes de responsabilité sociale et sociétale, établir des indicateurs et tableaux de bord</p>	<p>Calculer le coût réel d'un , établir un budget prévisionnel.</p> <p>Etude de cas, épreuve individuelle, production écrite.</p> <p>Commenter la situation financière d'une entreprise et son potentiel</p> <p>Mise en situation, épreuve individuelle ou en duo, production orale</p>

	<p>sur la performance générale attendue.</p> <p>4/ Dans le cadre des démarches d'amélioration de données, déployer des procédures de collecte, en veillant à leur application auprès des parties prenantes</p> <p>5/ A partir des données collectées et des indicateurs de gestion , établir des budgets et des comptes rendus d'activité en prévisionnels et en rectificatifs</p> <p>6/ Au regard des charges et recettes constatées et en lien avec les autres services de l'entreprise, analyser le fonctionnement de l'entreprise en termes de métiers, tâches, unités, afin d'en améliorer la performance</p> <p>7/ Afin de mesurer la performance d'une activité ou d'une entreprise, contribuer à l'élaboration de rapports d'audit permettant de déterminer des actions correctives pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.</p>	
<p>RNCP34609BC04 MANAGER UN PROJET, UNE ACTIVITE, UNE EQUIPE</p>	<p>Dans un contexte hiérarchique ou non hiérarchique, assurer le management d'une équipe ou d'une activité pour atteindre les objectifs fixés par sa direction</p> <p>1/ En fonction des objectifs fixés et des besoins en compétences identifiés, participer à la constitution de son équipe en déterminant les ressources humaines nécessaires à son activité</p> <p>2/ Dans le respect des résultats attendus, et afin d'obtenir une validation de la direction, établir le phasage d'un projet et une analyse de faisabilité en</p>	<p>Un projet-action</p> <p>Mise en situation, Epreuve individuelle ou collective (4 personnes maximum), donnant lieu à une production écrite (dossier de présentation) et soutenance orale</p>

	<p>identifiant les risques, le business plan et le chemin critique.</p> <p>3/ Afin d'optimiser l'organisation de l'équipe, définir l'activité en répartissant les tâches et en précisant les résultats individuels attendus</p> <p>4/ En accord avec sa direction, communiquer dans le cadre et autour du projet au regard des objectifs et du planning défini en contrôlant en contrôlant son avancement et en identifiant des ajustements potentiels à réaliser.</p> <p>5/ Par la collaboration avec les services concernés, contribuer à un climat social serein et à l'épanouissement professionnel de son équipe en respectant la législation en vigueur dans toutes les phases du management (recrutement, évaluation, évolution de parcours).</p> <p>6 / Afin de susciter l'adhésion et la motivation de son équipe, communiquer par différents canaux en partageant les informations et en rappelant les objectifs</p> <p>7/ Afin d'optimiser les résultats de son équipe et effectuer des comptes rendus auprès de sa hiérarchie, identifier les critères d'évaluation de la performance applicable à l'équipe et à chaque individu, en fonction des objectifs fixés collectivement et individuellement</p> <p>8/ Afin de valoriser son activité et présenter ses résultats, développer son réseau professionnel dans le respect de l'entreprise</p>	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

Le référentiel est composé de 4 blocs de compétences et peut être obtenu en formation initiale ou continue par blocs séparés et dans son intégralité. Les blocs sont certifiés et donnent lieu chacun à une ou plusieurs évaluations et une validation de bloc. Les blocs sont certifiables par la VAE. Le candidat a 5 ans pour capitaliser les blocs et aller vers le titre complet.

Pour obtenir la certification complète :

- Le candidat salarié doit valider les 4 blocs de compétences pour obtenir la certification et peut

Substituer aux épreuves de blocs un portefeuille de preuves qui sera présenté à un jury, 3 à 6 mois après le parcours formatif dans la mesure où le contexte de l'entreprise est favorable à la démarche.

- Le candidat primo-apprenant doit valider les 4 blocs de compétences, ainsi que l'obtention de 550 points au TOEIC ou test équivalent reconnu (niveau B1 du cadre européen) ainsi qu'une dimension professionnelle.

IV - VOIES D'ACCES

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

La formation est accessible en formation initiale (temps plein ou alternance), continue et en VAE.

Pour le primo-apprenant :

Entrée en 1ère année : Baccalauréat toutes filières obtenu ou diplôme ou titre étranger admis en équivalence.

L'admission s'effectue sur dossier, examen du dossier scolaire et entretien de motivation.

Entrée en 2nde ou 3^ème année

L'admission s'effectue sur dossier, test de positionnement et entretien de motivation.

Pour les salariés en formation continue : 3 années d'expérience professionnelle et satisfaire aux épreuves de sélection de l'EGC Martinique

- Dans le cadre d'une VAE : répondre aux prérequis fixés par la loi de modernisation sociale de 2002 et son décret d'application 2002 _615 : 1 an d'expérience professionnelle en lien avec les métiers cibles.

Voie d'accès à la Formation	OUI	NON	Composition des jurys
-----------------------------	-----	-----	-----------------------

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	La procédure de nomination des jurys d'admission et de fin d'études (diplôme) s'effectue dans le respect des règles fixées par l'arrêté du 8 mars 2001 relatif aux diplômes délivrés par les établissements d'enseignement supérieur privés et consulaires habilités à délivrer un diplôme revêtu du visa ministériel et les consignes figurant dans le BO n°30 du 23 juillet 2020. La composition et la date de réunion des jurys sont soumises au Recteur de l'Académie de Martinique, au plus tard, un mois avant la date prévue de ladite réunion.
En contrat d'apprentissage	X	La procédure de nomination des jurys d'admission et de fin d'études (diplôme) s'effectue dans le respect des règles fixées par l'arrêté du 8 mars 2001 relatif aux diplômes délivrés par les établissements d'enseignement supérieur privés et consulaires habilités à délivrer un diplôme revêtu du visa ministériel et les consignes figurant dans le BO n° 30 du 23 juillet 2020. La composition et la date de réunion des jurys sont soumises au Recteur de l'Académie de Martinique, au plus tard, un mois avant la date prévue de ladite réunion.
Après un parcours de formation continue —	X	La procédure de nomination des jurys d'admission et de fin d'études (diplôme) s'effectue dans le respect des règles fixées par l'arrêté du 8 mars 2001 relatif aux diplômes délivrés par les établissements d'enseignement supérieur privés et consulaires habilités à délivrer un diplôme revêtu du visa ministériel et les consignes figurant dans le BO n° 30 du 23 juillet 2020. La composition et la date de réunion des jurys sont soumises au Recteur de l'Académie de Martinique, au plus tard, un mois avant la date prévue de ladite réunion.
Par candidature individuelle	X	La procédure de nomination des jurys d'admission et de fin d'études (diplôme) s'effectue dans le respect des règles fixées par l'arrêté du 8 mars 2001 relatif aux diplômes délivrés par les établissements

			d'enseignement supérieur privés et consulaires habilités à délivrer un diplôme revêtu du visa ministériel et les consignes figurant dans le BO n° 30 du 23 juillet 2020. La composition et la date de réunion des jurys sont soumises au Recteur de l'Académie de Martinique, au plus tard, un mois avant la date prévue de ladite réunion.
Par expérience	X		Le jury, nommé par la direction de l'EGC Martinique, est composé : Du Président du jury, représentant du monde économique nommé par le Président de la CCI ou son représentant D'un représentant des salariés, ancien élève de l'EGC, D'un chef d'entreprise, D'un représentant du conseil pédagogique.