

PLAN DE FORMATION

Manager de la Stratégie Commerciale – Niveau 7 Année pédagogique 2026 / 2027 2^{ème} année

Numéro RNCP :	40591
Titre RNCP	Manager de la Stratégie Commerciale
Durée en année :	1
Durée de la formation en heures :	490
<i>Dont durée totale à distance incluse en heures :</i>	259

*Certification professionnelle de niveau 7 « **Manager de la Stratégie Commerciale** » enregistrée au RNCP sous le numéro 40591 par décision du directeur général de France Compétences en date du 30 avril 2025, délivrée par l'Association Internationale pour la Formation (AIPF), code NSF 312 et 310.*

I. LES OBJECTIFS

Cette certification Manager de la Stratégie Commerciale s'inscrit dans un contexte marqué par une demande croissante des entreprises en managers commerciaux, entraînant des tensions significatives sur le marché du recrutement. Les perspectives d'évolution pour ces métiers à l'horizon 2030 confirment cette tendance, avec une augmentation continue des besoins sur les fonctions commerciales.

Par ailleurs, le management de la stratégie commerciale concerne un large éventail d'entreprises, allant des Très Petites Entreprises (TPE) aux grands groupes, dont l'activité repose sur la vente de produits et services. Les pratiques des managers commerciaux connaissent des évolutions significatives. Tout d'abord, l'intégration des données (Data) s'impose comme un axe central, nécessitant des compétences en traitement, ordonnancement et exploitation des informations collectées par les entreprises. Cela s'accompagne d'une utilisation croissante de l'intelligence artificielle pour optimiser des missions telles que la prospection, l'amélioration de l'expérience client, ainsi que l'analyse et la recherche de données.

Par ailleurs, ces pratiques intègrent de plus en plus des considérations éthiques, accompagnées d'une transition vers un management davantage axé sur la responsabilité sociale et environnementale. Les objectifs de la certification visent donc à intégrer les évolutions des pratiques et des technologies propres au métier, tout en répondant aux tensions actuellement observées sur le marché de l'emploi.

II. LES MODALITÉS ET CONDITIONS D'ACCÈS

Admission directe pour les apprenants ayant réalisé la 1^{ère} année du programme.

III. LE CONTENU DE LA FORMATION

BLOC RNCP40591BC02 – Développer l'activité commerciale de l'entreprise

91h00

- Évaluer la teneur et l'impact des contraintes à prendre en compte pour la conception de l'offre commerciale en matière de qualité, d'accessibilité et de performance environnementale, en analysant les dispositions réglementaires et normatives en lien avec le secteur d'activité concerné, afin d'assurer la fourniture de solutions répondant aux besoins des personnes en situation de handicap et aux exigences de développement durable.
- Concevoir des offres commerciales de produits/services innovantes et personnalisées, en mobilisant les méthodes agiles de co-construction, de prototypage et d'expérimentation des solutions favorisant l'innovation, afin de maximiser leur attractivité, leur réponse aux exigences clients et leur réussite commerciale.
- Conduire tous types de négociations commerciales dans un contexte de vente complexe et, le cas échéant, international, en développant une stratégie adaptée dans le choix des solutions de repli et contreparties acceptables et en tenant compte de la dimension subjective de la relation, des intérêts respectifs, afin de parvenir à un accord clarifiant les termes et conditions de la transaction, dans le respect des exigences éthiques et réglementaires.
- Formaliser les bases d'accords commerciaux et leur traduction dans les contrats de vente, en respectant les obligations précontractuelles et contractuelles et en veillant à la présence des mentions essentielles (conditions d'acceptation, d'exécution et cadre juridictionnel), en lien avec le service juridique, afin d'acter et de sécuriser les engagements mutuels de parties prenantes.

BLOC RNCP40591BC04 – Manager les équipes et les projets

185h00

- Organiser un service ou un projet commercial au niveau fonctionnel, en définissant le rôle, le périmètre d'activité et le niveau de responsabilité des membres de l'équipe, afin de bâtir un cadre optimisant les ressources humaines mobilisées et favorisant l'atteinte des objectifs fixés au collectif et aux individus.
- Déterminer les conditions de travail et modes de collaboration des membres d'un service ou d'un projet commercial, en établissant des modalités compatibles avec des organisations hybrides et nomades, et en identifiant les dispositions nécessaires à l'inclusion et à l'autonomie des personnes en situation de handicap, en lien avec le service RH, afin de conjuguer efficacité opérationnelle et bien-être des collaborateurs en application de la politique RSE de l'entreprise.
- Optimiser la gestion d'un service ou d'un projet commercial sur le plan financier, en analysant ses différents postes de dépense et en opérant les choix d'allocation des ressources en fonction des actions à mener, de leur importance respective et de leur priorité, afin d'assurer une répartition réfléchie et hiérarchisée des moyens budgétaires mis à disposition.
- Définir par anticipation les besoins en compétences d'un service ou d'un projet commercial, en tenant compte des évolutions résultant de facteurs organisationnels, technologiques et environnementaux, afin de déterminer qualitativement et quantitativement, avec les RH, les recrutements et actions de

formation à opérer.

- Contribuer à l'attraction et au recrutement des talents d'un service ou d'un projet commercial, en valorisant sur son périmètre la culture et la singularité de l'entreprise (orientation client, éthique, engagement, ...) et en appliquant un processus de sélection objectif et inclusif, conformément à la politique RH de l'entreprise et à ses engagements RSE, afin de disposer de ressources et talents alignés avec les exigences de qualité et de performance de l'activité.
- Identifier de façon concertée les actions favorisant l'évolution professionnelle des collaborateurs d'un service ou d'un projet commercial, en procédant à l'évaluation périodique de leurs résultats et à celle de leurs aspirations, afin de les accompagner dans la sécurisation de leur parcours et de leur montée en compétences.
- Établir le cadre méthodologique du projet commercial à conduire, en choisissant l'approche la plus adaptée (agile, prédictive, hybride) au regard de sa nature, de son contexte et des enjeux et des risques associés, afin de maximiser sa réussite par la mobilisation d'outils et d'un ordonnancement adéquat.
- Animer l'écosystème du projet commercial et ses différentes parties prenantes, en utilisant les méthodes et techniques favorisant l'intelligence collective, la prise d'initiative et la créativité, afin de fédérer le collectif autour d'objectifs partagés, de maintenir la motivation de chacun et de susciter l'innovation.
- Coordonner la réalisation des actions du projet commercial, en mettant en place une communication et des techniques d'implication adaptées aux équipes concernées et impactées, afin de lever les freins au changement et de contribuer à l'adoption de l'innovation voire de la transformation au sein de l'entreprise.

BLOC RNCP40591BC05 – Développer son réseau professionnel

146h00

- Cartographier les acteurs institutionnels et économiques du secteur d'activité de son entreprise, en évaluant leurs positions, positionnements et pouvoirs d'influence respectifs, afin de déterminer les cercles et réseaux à intégrer.
- Mettre en œuvre les actions d'approche de cercles, réseaux et acteurs professionnels, en utilisant des outils de networking et des stratégies de communication adaptées, afin de tisser un réseau de relations vecteur de développement et de facilitation des projets de l'entreprise.
- Contribuer à l'accroissement de la visibilité de l'entreprise auprès de partenaires clés, en utilisant les outils, techniques et méthodes de communication adaptées en direction des acteurs et réseaux d'influence de son secteur d'activité, afin de la faire rayonner et de cultiver sa notoriété, son positionnement et son offre produits/services par rapport à sa concurrence.
- Développer des relations interpersonnelles de qualité et d'ouverture avec ses partenaires et clients professionnels, en tenant compte des attentes de ses interlocuteurs, en s'adaptant à leurs codes et modes de fonctionnement et en se centrant sur l'humain, afin de nouer des liens durables gages de confiance, de pérennité et de fidélité.
- Cultiver une posture professionnelle cohérente, flexible et inclusive, en adoptant une attitude respectueuse de l'image et des valeurs de son entreprise, et en tenant compte des besoins spécifiques de ses partenaires et collaborateurs, notamment en situation de handicap, afin d'agir en conformité avec son éthique professionnelle et celle de l'entreprise.

- Affirmer sa « marque personnelle » au sein de sa communauté professionnelle, en sélectionnant des canaux de présence et des stratégies d'engagement adaptés, tant en ligne qu'en présentiel, afin de développer une influence positive et une visibilité favorisant les opportunités d'évolution.
- Concevoir un plan de gestion de crise, en s'appuyant sur l'élaboration de scénarios potentiels, en mettant en place des indicateurs de risques, et en déterminant les mesures d'urgence adaptées aux différentes situations envisagées, afin de réagir efficacement en coordination avec les parties prenantes internes et externes, en cas de survenue d'événements extraordinaires.

HORS BLOC DE COMPÉTENCES

68h00

- Séminaire de rentrée
- Leadership
- Épreuve Transversale : Mémoire professionnel

L'épreuve transversale permet d'attester la maîtrise coordonnée des blocs de compétences acquis. Cette épreuve se présentant sous la forme d'un mémoire professionnel, étudiera une problématique stratégique ou opérationnelle d'entreprise.

Réalisé tout au long de l'année et soutenu devant un jury, ce travail permet à l'apprenant de développer ses capacités d'analyse, de structuration et de respect du formalisme académique et professionnel. La validation du mémoire professionnel est obligatoire pour l'obtention de la certification.

IV. LES MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques

Dans le cadre de cette formation, les apprenants disposent de salles informatisées et équipées, de ressources multimédias, de photocopieurs et d'imprimantes en libre-service, d'accès au réseau informatique et à la plateforme LMS 360 Learning. Cette plateforme centralise : supports pédagogiques, emplois du temps et informations administratives.

Les campus sont classés ERP et sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Méthodes pédagogiques

Le programme est découpé sur deux années de formation et se divise en 5 séquences distinctes. Chaque séquence correspond à un des 5 blocs de compétences du référentiel de compétences de la certification. Chaque séquence a une durée comprise, selon le bloc, entre 2 et 5 mois environ.

Chaque séquence et donc chaque bloc de compétences commence par une présentation introductive. Cette présentation indique aux salariés le contenu du bloc, son organisation, les compétences à acquérir, les thèmes et la ou les méthodes de suivi et de validation d'acquisition des compétences qui seront utilisé(s).

Faisant suite à la présentation introductive du Bloc, les salariés suivent des cours magistraux qui leur permettent de prendre connaissance des éléments théoriques indispensables à l'acquisition et à la mise en œuvre des compétences visées dans le bloc.

Chaque cours (sauf exception) est complété de contenus digitaux (blended/e-learning). Ces contenus sont accessibles via la plateforme LMS. Un suivi est réalisé par les équipes pédagogiques afin de suivre la progression des apprenants. Plusieurs indicateurs sont pris en compte : le taux de participation global, l'avancement individuel du parcours intégral, l'avancement individuel pour chaque séance du parcours, le temps passé, la réussite du quizz final. En cas de questions sur les contenus, l'apprenant peut solliciter le formateur référent du bloc lors du coaching final assuré en fin de bloc. Un accompagnement technique est également disponible sur la plateforme LMS. Un onglet « Support » permet d'ouvrir le centre d'aide à l'apprenant afin de consulter des ressources, ou envoyer un message en cas de problème ou question.

Les cours magistraux sont accompagnés de travaux (travaux individuels et/ou d'équipe en fonction des contraintes du référentiel de compétences de la certification) durant lesquels les salariés s'exercent à la mise en pratique des compétences. Les exercices de mise en pratique se basent majoritairement sur des cas réels créés en collaboration avec les entreprises partenaires de l'ICL. Les salariés sont encadrés dans la réalisation de ces travaux par des séances de coaching. Ces travaux dirigés peuvent prendre plusieurs formes : études de cas, simulations de missions de conseil, challenges commerciaux, jeux de rôle, etc...

Chaque bloc se clôture par la ou les épreuves finales de bloc. Ces épreuves reprennent les modalités d'évaluation du référentiel de compétences de la certification et clôturent le processus de suivi d'acquisition des compétences. Les épreuves sont suivies d'un moment d'échange entre formateurs et salariés pour opérer un retour d'expérience.

Préalablement à l'ensemble des actions décrites ci-dessus, l'année commence par un séminaire introductif de développement personnel renforçant l'esprit d'appartenance à l'école et la cohésion de groupe.

L'articulation transversale du programme permet de bâtir une progression pédagogique et de coordonner les enseignements et les missions réalisées en entreprise. De plus, l'organisation pédagogique des lancements de bloc, des cours magistraux, des travaux dirigés, des séances de coaching et des temps de retours d'expérience permettent aux salariés de mieux appréhender la transversalité des enseignements.

V. LES MOYENS D'ENCADREMENT

Une équipe d'intervenants assure la qualité de la formation.

La liste est en annexe de ce document, elle est non exhaustive et sera mise à jour lors de la rentrée.

Un référent de la mobilité nationale et internationale est à la disposition des apprenants afin de les accompagner dans leur mobilité au sein de nos campus et à l'international : Philippe Akueson.

- Pour une mobilité nationale : referentmobilitenationale@competences-developpement.fr
- Pour une mobilité internationale : referentmobiliteinternationale@competences-developpement.fr

VI. LES SUIVIS ET ÉVALUATIONS

Suivi

Une feuille de présence numérique est éditée pour chacun des modules programmés. Ces feuilles de présence sont obligatoirement signées par l'apprenant et l'enseignant.

De plus, une enquête d'évaluation sur les enseignements est soumise en fin de chaque bloc aux apprenants. Ils évaluent notamment pour chaque module :

- La satisfaction globale du module et la pertinence du contenu et du temps alloué
- La compréhension des objectifs du module
- L'acquisition des connaissances et compétences pratiques
- Le cadre d'apprentissage (ambiance)
- L'animation du module
- L'équilibre digital/présentiel et l'intérêt du distanciel mis en œuvre
- La transmission de l'expertise du formateur
- La présentation des modalités d'évaluation
- La qualité des supports et des activités réalisées au regard des objectifs du module

Évaluation et contrôle des compétences acquises

Il est accordé une importance toute particulière au bon fonctionnement des épreuves d'évaluation qui constituent pour l'équipe pédagogique d'encadrement un moyen privilégié d'appréciation du travail fourni par les salariés.

L'évaluation du travail du salarié est effectuée par bloc de compétences selon différents modes détaillés dans le référentiel de compétences de la certification (études de cas, jeux de rôles, mises en situation professionnelles réelles ou reconstituées, dossiers et travaux professionnels).

Évaluations formatives :

Certains modules du parcours de formation donnent lieu à des évaluations formatives, désignées comme « challenges intermédiaires », ayant pour finalité de préparer l'apprenant aux épreuves certificatives finales. Ces évaluations sont réalisées à titre non certificatif et font l'objet d'un retour qualitatif de la part du formateur référent du module. Les délais de correction sont maîtrisés afin de garantir à l'apprenant un feedback rapide, lui permettant d'identifier ses axes de progression avant la réalisation et le dépôt de l'épreuve finale.

Les challenges intermédiaires prennent la forme de travaux écrits de synthèse, fondés sur l'analyse et la résolution d'une problématique professionnelle contextualisée, s'appuyant sur une situation d'entreprise fictive ou réelle.

Évaluations certificatives :

Le tableau ci-dessous présente les évaluations certificatives issues du référentiel de compétences du titre à finalité professionnelle « **Manager de la Stratégie Commerciale** » et présentées lors de la seconde année du programme de formation :

	Description	Modalités
<p>BLOC DE COMPÉTENCES 2</p> <p>Développer l'activité commerciale de l'entreprise</p>	<p>Modalité d'évaluation 2.3 :</p> <p><i>Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)</i></p> <p>Conduite d'une affaire à fort enjeu et/ou valeur ajoutée Dossier écrit individuel soutenu à l'oral : soutenance réalisée en partie en anglais</p> <p>Chaque candidat devra fournir : la construction d'une offre commerciale à fort enjeu et/ou valeur ajoutée, la négociation de l'offre commerciale, les clauses contractuelles encadrant la transaction.</p>	<p>Dossier individuel Soutenance individuelle</p>
<p>BLOC DE COMPÉTENCES 4</p> <p>Manager les équipes et les projets</p>	<p>Modalité d'évaluation 4.1 :</p> <p><i>Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)</i></p> <p>Organisation d'un service ou d'un projet commercial. Dossier écrit individuel. Chaque candidat organise un service ou l'équipe d'un projet commercial. Le candidat devra produire : l'organigramme du service/équipe, indiquant la répartition des rôles et missions, les conditions et modalités de collaboration, le budget de fonctionnement.</p> <p>Modalité d'évaluation 4.2 :</p> <p><i>Etude de cas</i></p> <p>Mise en place des modalités de gestion RH . Travail individuel écrit . Le candidat établit les modalités de gestion RH en restituant : la qualification et la quantification des besoins en recrutement et en développement de compétences, la proposition de solutions pour pouvoir répondre aux besoins repérés et le processus d'évolution professionnelle des collaborateurs.</p> <p>Modalité d'évaluation 4.3 :</p> <p><i>Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)</i></p> <p>Mise en œuvre d'un projet commercial. Dossier écrit en groupe soutenu à l'oral. Dans un cadre collectif, chaque candidat prévoit la mise en œuvre d'un projet commercial, incluant le management des équipes associées, restitué par un rapport d'expérience.</p>	<p>Dossier individuel</p> <p>Dossier individuel</p> <p>Dossier en groupe Soutenance en groupe</p>
<p>BLOC DE COMPÉTENCES 5</p> <p>Manager les équipes commerciales et fonctionnelles d'une entreprise</p>	<p>Modalité d'évaluation 5.1 :</p> <p><i>Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)</i></p> <p>Mise en place de la stratégie de constitution de réseau. Dossier écrit individuel. Le candidat devra mettre en place : la cartographie des acteurs du secteur d'activité, la stratégie d'approche d'acteurs sélectionnés et les actions de développement de réseau et contribuant au rayonnement de l'entreprise.</p> <p>Modalité d'évaluation 5.2 :</p> <p><i>Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel)</i></p> <p>Mise en place de sa promotion personnelle. Soutenance individuelle à l'oral. Chaque candidat réalise et présente ses propres outils et canaux de communication et de promotion professionnelles.</p> <p>Modalité d'évaluation 5.3 :</p> <p><i>Mise en situation professionnelle reconstituée (cas réel ou fictif)</i></p> <p>Conception d'un plan de gestion de crise. Dossier écrit en groupe, soutenu à l'oral. Les candidats, constitués en équipe, conçoivent un plan de gestion et de communication de crise.</p>	<p>Dossier individuel</p> <p>Dossier individuel Soutenance individuelle</p> <p>Dossier en groupe Soutenance en groupe</p>
<p>HORS BLOC DE COMPÉTENCES</p> <p>Mémoire professionnel</p>	<p>A l'issue des épreuves des cinq blocs de compétences, et à condition que celles-ci soient validées, le candidat devra réaliser une épreuve transversale pour attester de la maîtrise coordonnée des blocs de compétences acquis. Cette épreuve, sous la forme d'un mémoire professionnel, étudiera une problématique stratégique ou opérationnelle d'entreprise.</p> <p>Les objectifs du mémoire sont : mobiliser et coordonner les connaissances des 5 blocs de compétences pour répondre à une problématique spécifique, développer une réflexion stratégique et opérationnelle basée sur l'analyse de terrain et la revue de littérature et proposer des préconisations applicables, réalistes et innovantes.</p> <p>Cette épreuve prend la forme d'un mémoire qui étudie une problématique d'entreprise permettant l'élaboration :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) D'une analyse du contexte socio-économique (définition d'un cadre théorique) 2) D'une analyse stratégique et opérationnelle (cadre empirique) 3) De préconisation opérationnelles concrètes 	<p>Dossier individuel Soutenance individuelle</p>

L'évaluation des compétences en entreprise repose principalement sur la validation de l'épreuve complémentaire du Mémoire, conformément au référentiel de la certification. Les compétences professionnelles et comportementales du salarié sont évaluées à partir du dossier individuel et de sa soutenance de fin d'année.

Les missions réalisées en entreprise sont vérifiées lors du positionnement de l'apprenant et consignées dans une fiche de validation de missions. Des bilans réguliers, réalisés en présence du salarié par le service en charge des relations entreprise et le service pédagogique, permettent de s'assurer de la cohérence entre les missions effectuées et les compétences visées par la certification.

Enfin, l'acquisition des compétences est évaluée de manière complémentaire par l'apprenant (auto-évaluation) et par le tuteur en entreprise, en lien avec les missions réalisées.

VII. LES CONDITIONS D'OBTENTION DE LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE ou DU DIPLÔME

La certification professionnelle de niveau 7 (Eu) "**Manager de la Stratégie Commerciale**" enregistrée au RNCP sous le n°40591 par décision de France Compétences du 30 avril 2025, délivrée par AIPF, est attribuée par le jury de délivrance à tout apprenant ayant validé la totalité des blocs de compétences ainsi que l'épreuve transversale.

Le jury national de délivrance de la certification se réunit une fois par an et statue sur la liste des salariés admis, ajournés et non certifiés. Les décisions du jury sont sans appel.

VIII. LES MODALITÉS D'ORGANISATION

Nos campus sont ouverts de 8h00 à 18h00.

Un guide « Bien vivre mon année », le guide de tous les services aux apprenants » est remis chaque année aux apprenants dès leur inscription. Ce guide comporte des informations sur l'accessibilité et l'aménagement du campus.

IX. RECUEIL DES APPRÉCIATIONS

Dans le cadre de sa démarche qualité, l'école recueille les appréciations des apprenants par module ou à la fin de chaque semestre sous la forme d'un questionnaire de satisfaction en ligne. Il recueille également la satisfaction globale des apprenants en fin de formation.

Les questions portent sur la formation ainsi que sur les conditions de vie et de travail à l'ICL.

Les données recueillies sont analysées et permettent d'asseoir une démarche d'amélioration de la qualité des cours dispensés.

ANNEXE

Liste des intervenants (liste non exhaustive)

NOM – Prénom	Qualification (diplôme le plus élevé)
APPEL Laurence	Certification Conseil en Management (niveau 7)
ARBET Nathalie	MBA Management Stratégique et Développement des entreprises
ATTIOGBE Sassou	Master Entrepreneuriat Université Jean Monnet
AVERSA Caroline	Master 2 ESC Skema (CERAM) Sophia Zntipolis
BAILLOT Pierre-Jean	Master of Advanced European Studies
BARANGER Leila	Master en Administration des Entreprises - spécialité Marketing et ventes
BEILLEVERT Mylène	Licence Responsable du Développement Commercial
BELAGUIDE Mounir	MsC in management
BERDALLE Nicolas	Master E-commerce, Webmarketing
BILLOUD Valentin	Master MSO
BLANC Olivier	Master 2 Commerce marketing
BLANC-GONNET Sylvie	Certificat de préparation mentale et de performance professionnelle
BUONOMANO Stéphane	Master 2 Professionnel Psychologie du Travail et des Organisations
CARIOU Carole	DESTOM Agroécologie & spécialisation vente IT
CHAGNAUX Pierre-Luc	Master Négociation d'affaires
CHEVALLARD Loic	Master Management International spécialité Marketing
CLAIR Hombeline	Master Marketing
CLEMENT Didier	Master Coaching & Consulting for change
COMES Gaëlle	MBA Manager du Marketing Digital et e-commerce
COURRAULT Alexia	PGE spécialisation Entrepreneuriat et gestion de projet
COUSIN Sarah	Master management de la stratégie et de la performance commerciale spécialisé dans les affaires
DAUPHIN Marine	Master RH
DAVID Frédéric	Master Ingénieur
DE CASTILLA Louise	Master MEEF
DUBOC Claire	Diplôme d'Expert financier
DUVILER Fabrice	Diplôme de Sophrologie
ESTEVE Virginie	Master Manager Directeur "Manager, Diriger, Motiver, Développer son leadership"
EVEN Kelig	Master Organisation et Conduite du changement
FIX Olivier	Master Organisation et Conduite du changement
GODET Pierrick	Master Négociation / Direction équipe commerciale
GROUARD Louison	MBA International Travel Management
GUIGAL Sabrina	Master école supérieure de commerce
GUYON Frank	INSEEC Grade Master
HAIE Kanita	Mastère conseiller financier "Gestion de Patrimoine"
HEINLE Jean-François	Diplôme d'école supérieure de commerce
IKHADRIOUENE Nordine	DESS Nouvelles Technologies de l'Information
JOTTREAU Etienne	Formation Management Dirigeant Entrepreneur (niveau 7)

KOWALZCZYK Sébastien	Formateur professionnel d'adultes (Titre professionnel - niveau 5)
LABOUERIE Didier	Master Commerce
LASCARY Yannick	Master II Management des organisations
LEMAIRE Catherine	Ecole de management de Normandie-Pédagogie HEC Entrepreneurs
LEPRINCE MOUCHET Claire	Coaching professionnelle
LESCALLIER Arnaud	Maîtrise de Commerce et Marketing
LORIDANT Sabine	Master en ingénierie du commerce et de la vente
MALINOWSKI Didier	Maitrise A.E.S Relations internationales
MARESCAL Noémie	MsC 2 Digital & Brand management
METRAL Malorie	Master Coach professionnelle certifiée Individuel et collectif
OLLIVIER Jérôme	Master Métiers du conseil et de la Recherche
OUBEKHTI Abdelghani	Maitrise de Droit des Affaires
PICOTIN Delphine	Executive MBA
PILLE Sabine	Master ingénieur
RIBIER Stéphanie	DU Créateur d'activité
ROUX Pierre-Adrien	Maitrise Sciences humaines et Sociales mention Histoire
SAMIE Sandra	Ingénieure commerciale – ICN Business School
SEBRECHT Céline	Ingénieur généraliste à l'école supérieure des mines
TONOLO Philippe	Doctorat en Science Economiques
URIEN Soizic	Formateur professionnel d'adultes (Titre professionnel - niveau 5)
VELLUTINI Jean-François	PGE (Bac +5) option commerce international
VOIRON Aurélie	MASTER commerce
WIBAUX Brune	Master Management