

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 15927**

### Intitulé

MASTER : MASTER Master mention " Marketing" Spécialité "marketing des services"

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Toulouse 1 Capitole Modalités d'élaboration de références : CNESER du 19 avril 2011	Université Toulouse 1 Capitole, Mr le Recteur de l'Académie de Toulouse, Mr le Président de l'université

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

312 Commerce, vente, 312n Etudes de marchés et projets commerciaux, 313n Etudes économiques et financières

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le master marketing, spécialité marketing des services, s'intéresse à l'ensemble des activités professionnelles assurées par des cadres, des consultants et des experts dans le domaine du marketing d'entreprises nationales et internationales.

Ces activités se structurent autour des domaines suivants :

- L'étude et l'analyse du comportement du consommateur de services et de l'acheteur industriel ce qui induit la maîtrise des techniques qualitatives et quantitatives d'étude de marché ainsi que des techniques statistiques.
- La participation aux actions stratégiques relatives au marketing telles que le lancement d'une nouvelle offre marketing, la gestion des marques / enseignes et le développement de l'image corporate de l'entreprise.
- Le contrôle de l'évolution des marchés et la veille concurrentielle à travers la gestion d'un benchmarking.
- La gestion de la communication des marques / enseignes et de l'entreprise vis-à-vis de ses parties prenantes.
- Le management des équipes marketing et commerciales de l'entreprise.

Les diplômés du master marketing, spécialité marketing des services, développent des compétences spécifiques au marketing et des compétences managériales transversales.

Principales compétences spécifiques :

- Maîtriser l'analyse de marché et toutes les techniques permettant cette analyse (études statistiques, études de contenu, analyse de données).
- Réaliser des diagnostics internes et externes des situations marketing.
- Elaborer des stratégies marketing pour l'entreprise et ses marques.
- Elaborer des stratégies de communication pour l'entreprise et ses marques.
- Créer des plans d'actions marketing.
- Budgéter les plans marketing.

Principales compétences managériales :

- Maîtriser la communication écrite et orale
- Piloter la gestion de projet.
- Assurer le management d'une équipe et les relations avec les fournisseurs et les clients.
- Gérer la diversité dans les équipes.
- Gérer un budget.

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

**Secteurs d'activité et environnement professionnel :**

- Téléphonie mobile
- Commerce et grande distribution
- Tourisme et loisir
- Transport et logistique
- Banque et de l'assurance
- Agences de communication et de publicité
- Sociétés d'études de marché

- Cabinets conseils
- Sociétés de service

#### **Type d'emplois accessibles :**

- *Chef de projet,*
- *Chef de produit,*
- *Chef de marque*
- *Chef de publicité*
- *Chargé d'études*
- *Responsable de communication,*
- *Chef de publicité on line*
- *Community manager*
- *Responsable d'agence*

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

M1704 : Management relation clientèle

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

M1403 : Études et perspectives socio-économiques

#### **Modalités d'accès à cette certification**

#### **Descriptif des composantes de la certification :**

La formation est dispensée en 4 semestres:

Master 1

Semestre 1 30 ECTS

UE1 Système d'information 5

UE2 Stratégie 5

UE3 Statistiques et analyse de données 5

UE4 Finance d'entreprise 5

UE5 Anglais 3

UE6 Management des RH 5

UE7 Conférences 2

Semestre 2 30 ECTS

UE8 Anglais 2

UE9 Contrôle de gestion 4

UE10 Stratégie et politique marketing 5

Politique de prix 1

Politique de produits 1

Politique de communication. 1

Politique de distribution 1

Stratégie marketing 1

UE11 Comportement consommateur 4

UE12 Etudes de marché 4

UE13 Projet tutoré 5

UE14 Stage, mémoire 6

Master 2

Semestre 3 48 ECTS

UE1 Stratégie marketing 8

Stratégie de marque

Tendances stratégiques

Planification et audit

UE2 Marketing digital 8

UE3 Servuction et management des services 8

UE4 Analyse des marchés 8

UE5 Applications opérationnelles 8

Négociation commerciale

Projet de communication

UE6 Applications sectorielles 8

Semestre 4 12 ECTS

UE7 Stage en entreprise 12

UE parcours Recherche en remplacement des UE2, UE5, UE6 et UE7.

Semestre 3

UE8 Théorie des organisations 2

UE9 Protocole de recherche 10

UE10 Méthodes de recherche 10

Semestre 4

UE11 Mémoire de recherche 14

### Stage

Au cours de l'année universitaire, chaque étudiant doit effectuer un stage professionnel d'une durée minimale de trois mois en master 1 et de six mois en master 2 dans une entreprise, une organisation internationale, une administration, une ONG ou une association.

La réalisation du stage professionnel donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit évalué en septembre et éventuellement d'une soutenance orale en master 2.

### Evaluation et compensation

Les unités d'enseignement font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu des connaissances et/ou d'une session écrite d'examen à la fin de chaque semestre

La note attribuée dans le cadre du contrôle continu d'une unité d'enseignement découle de une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe.

Il est organisé une seconde session d'examen donnant aux étudiants la possibilité de valider les unités d'enseignement qui leur ont fait défaut sur les deux semestres. Cette session est mise en place au mois de septembre de chaque année universitaire.

La validation de l'ensemble des unités d'enseignement obligatoires (60 ECTS) correspondant au master 1 Marketing donne lieu à la délivrance du grade de maîtrise Droit, Économie, Gestion, mention Marketing.

Le diplôme de master Droit, Économie, Gestion, mention Marketing spécialité Marketing des services est attribué à tout étudiant ayant validé les 60 derniers crédits du master.

La validation d'une unité d'enseignement est définitivement acquise pour tout étudiant ayant obtenu la moyenne (10/20) dans les épreuves de contrôle des connaissances mises en place pour l'unité d'enseignement.

Une unité d'enseignement peut également être validée par compensation. La compensation est organisée sur le semestre sur la base de la moyenne générale des notes obtenues pour les diverses unités d'enseignement hors l'unité d'enseignement de stage professionnel ou mémoire de recherche.

Une unité d'enseignement n'est pas compensable si la moyenne des notes obtenues aux épreuves de l'UE est inférieure à 8/20.

Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à 10/20 et que la moyenne des notes obtenues aux épreuves de chaque unité est supérieure ou égale à 8/20.

L'unité d'enseignement de stage/projet tuteuré et l'unité d'enseignement de stage professionnel ou mémoire de recherche doivent être obligatoirement validées pour être admis au diplôme.

### Accès et formation préalable requise

Master 1

Tout étudiant titulaire d'une licence Droit, Économie, Gestion mention Gestion ou mention Comptabilité-Contrôle accède de plein droit et dans la limite des places disponibles. Pour toute autre licence ou diplôme équivalent (180 crédits), la sélection se fait sur dossier.

Master 2

L'accès est ouvert aux étudiants ayant validé les 60 crédits de la première année de la même mention, ayant satisfait aux conditions d'évaluation spécifiques et sur examen de leur dossier. Les étudiants ayant validé 60 ECTS au-delà d'une licence, ayant validé un diplôme d'ingénieur ou un diplôme d'école supérieure de commerce, peuvent accéder à la deuxième année après examen de leur dossier académique et résultat à un test de sélection. Les épreuves de sélection peuvent être organisées au niveau national et/ou local.

Ces diplômes sont également ouverts aux personnes ayant bénéficié, soit d'une validation partielle des acquis de l'expérience, soit d'une validation des études supérieures accomplies en France ou à l'étranger, soit d'une validation des études, des expériences professionnelles ou des acquis personnels dans le domaine.

**Validité des composantes acquises : illimitée**

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	oui composition du jury : équipe pédagogique
En contrat d'apprentissage	X	non
Après un parcours de formation continue	X	non
En contrat de professionnalisation	X	Non
Par candidature individuelle	X	Oui possible pour partie du diplôme par VES ou VAP Composition des jurys : Equipe pédagogique
Par expérience dispositif VAE	X	Enseignants chercheurs et 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 :

Arrêté du 25 avril 2002 publié au JO du 27 avril 2002

##### Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté d'habilitation du 23 juin 2011

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

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

[www.univ-tlse1.fr](http://www.univ-tlse1.fr)

[www.iae-toulouse.fr](http://www.iae-toulouse.fr)

##### Autres sources d'information :

##### Lieu(x) de certification :

Université Toulouse 1 Capitole : Midi-Pyrénées Languedoc-Roussillon - Haute-Garonne ( 31) [Toulouse]

Toulouse

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

Toulouse

##### Historique de la certification :