

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 10635**

Intitulé

MASTER : MASTER Master Droit, Économie, Gestion, Mention Stratégie et Marketing, Spécialité Marketing

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université de Poitiers, Ministère chargé de l'enseignement supérieur	Président de l'Université de Poitiers, Recteur de l'académie

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le diplôme permet d'accéder aux fonctions suivantes :

- Direction d'un département marketing
- Direction d'un département études marketing
- Responsabilité d'un produit, d'une marque, d'une gamme
- Responsabilité d'un service promotion
- Responsabilité d'un service commercial
- Responsabilité d'un service clients
- Responsabilité des achats
- Conseil en marketing...

Dans le cadre de ces fonctions, le diplômé peut :

- organiser et mettre en œuvre des actions de marketing,
- développer des analyses concernant les marchés visés,
- négocier des contrats,
- participer à la définition de la politique commerciale de l'entreprise,
- diriger un service ou une équipe...

1. Compétences transversales

Trois niveaux proposés : I (initiation) = réalisation de l'activité avec de l'aide ; U (utilisation) = réalisation de l'activité en autonomie ; M (maîtrise) = capacité à transmettre, voire à former à l'activité et la faire évoluer.

Compétences organisationnelles :

- Gérer de produits et des variables du mix marketing (M)
- Analyser des données liées aux études de marché (M)
- Définir une politique marketing (U)
- Définir une stratégie marketing (U)
- Préparer et mettre en œuvre un plan marketing (U)
- Travailler en autonomie (M).
- Utiliser les technologies et les logiciels liés au marketing (M).
- Effectuer une recherche d'information (M).
- Mettre en œuvre un projet (M).
- Négocier et monter des contrats commerciaux (M).

Compétences relationnelles :

- Communiquer (M) : rédiger clairement, préparer des supports de communication adaptés oraux et écrits, prendre la parole en public et commenter des supports.
- Travailler en équipe (M) : s'intégrer, se positionner, collaborer dans un contexte de mission professionnelle et de production en groupe.
- S'intégrer dans un milieu professionnel (M) : identifier ses compétences et les communiquer, situer une entreprise ou une organisation dans son contexte socio-économique, identifier les diverses fonctions d'une organisation, se situer dans un environnement hiérarchique et fonctionnel, respecter les procédures, la législation et les normes de sécurité
- Entretien et développer un réseau de relations professionnelles (U)

2. Compétences scientifiques générales

- Traiter une problématique, construire et développer une argumentation, hiérarchiser les informations, interpréter les résultats, élaborer une synthèse (U).
- Connaître et respecter les normes de présentation d'un travail scientifique (M)
- Faire preuve de capacité d'abstraction, d'analyse et de synthèse (U)
- Analyser une situation complexe (U)
- Intégrer les concepts et théories de gestion dans un contexte de recherche-action professionnelle (U)

3. Compétences disciplinaires spécifiques

- Gérer un service marketing et prendre en charge les relations avec les autres fonctions de l'entreprise et les prestataires de services habituels (M).
- Préparer un plan marketing (M).
- Réaliser les produits et supports de communication écrits, visuels et audiovisuels (M).
- Développer un réseau de partenaires et suivre les informations sectorielles, réglementaires, techniques et celles des médias (M).
- Définir une politique de marketing (U).
- Définir une stratégie marketing (U).

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

- Activités de sièges sociaux (70.10Z)
- Conseil pour les affaires et autres conseils en gestion (70.22Z)
- Activités des agences de publicité (73.11Z)
- Etudes de marchés et sondage (73.20Z)

Marketing, stratégie commerciale, direction commerciale, relations clients banque/finance, management de magasins de détail, management en force de vente, relations technico-commerciales, développement et promotion publicitaire, élaboration d'un plan média, études et prospectives socio-économiques, analyse de tendance...

Codes des fiches ROME les plus proches :

- M1403 : Études et prospectives socio-économiques
- M1701 : Administration des ventes
- M1702 : Analyse de tendance
- M1705 : Marketing
- M1707 : Stratégie commerciale

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

Semestre 1

- UE 1 : Savoirs en gestion 1 ; 9 ECTS
- UE 2 : Savoirs en gestion 2 ; 12 ECTS
- UE 3 : Savoirs spécialisés en Stratégie et Marketing ; 9 ECTS

Semestre 2

- UE 1 : Savoirs en gestion ; 9 ECTS
- UE 2 : Savoirs spécialisés en Stratégie et Marketing ; 12 ECTS
- UE 3 : Stage (10 semaines min.) ; 9 ECTS

Semestre 3

- UE 1 : Marketing opérationnel ; 9 ECTS
- UE 2 : Stratégie ; 6 ECTS
- UE3 : Marketing stratégique ; 6 ECTS
- UE4 : Etudes de marché ; 6 ECTS
- UE5 : Langues ; 3 ECTS

Semestre 4

- UE 1 : Stage (6 mois min.) ; 30 ECTS

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	Enseignants chercheurs et professionnels
En contrat d'apprentissage	X	Non
Après un parcours de formation continue	X	Enseignants chercheurs et professionnels
En contrat de professionnalisation	X	Enseignants chercheurs et professionnels
Par candidature individuelle	X	Non
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

Références autres : Arrêté du 3 avril 2009

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

Arrêté du 27 août 2008

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

IAE De Poitiers

SEEP université de Poitiers

<https://ged.iae.univ-poitiers.fr/archives/dsweb/get/document-9812/enquete%206%20mois%20année%202008-2009%20i.a.e%20poitiers.pdf>

Autres sources d'information :

<http://www.univ-poitiers.fr/>

Université de Poitiers

Lieu(x) de certification :

Université de Poitiers

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

IAE

20 rue GuillaumeVII le Troubadour

BP639

86022 Poitiers cédex

Historique de la certification :