

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 19530**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible (La certification existe désormais sous une autre forme (voir cadre "pour plus d'information"))

MASTER : MASTER Mention Management spécialité Stratégie commerciale et politiques de négociation

Nouvel intitulé : Mention Marketing, Vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Panthéon Sorbonne - Paris 1	Président de l'université de Paris I

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

Au quotidien, le « commercial » (terme générique) assure les activités suivantes :

en aval de son métier, participer à l'élaboration de la stratégie marketing, qui influencera fortement ses actions ;

gérer ses clients : construire son fichier client, le mettre à jour, planifier ses rendez-vous, ... etc ;

acheter ou vendre des produits et des services, le plus souvent en rencontrant ses clients, avec lesquels il pratique une négociation commerciale ;

assurer le suivi administratif et commercial de ses achats ou de ses ventes ;

prospector de nouveaux clients ;

participer au recrutement de la force de vente et animer l'équipe.

Le « commercial » doit en priorité développer des compétences lui permettant de maîtriser les techniques de négociation commerciale, dans le respect de la législation relative à vente et à la distribution, ainsi que dans le respect des usages du secteur. Il doit donc savoir communiquer, être à l'écoute, avoir le goût du contact. Il réalise fréquemment des études de marché afin d'élaborer les stratégies d'achat et d'identifier les nouvelles zones attractives. Il ne peut pas ignorer les questions liées au marketing ou au merchandising (importance du category management). La place croissante des ventes par le biais d'Internet, qu'il s'agisse de B-to-B ou de B-to-C, le conduit à s'intéresser davantage aux problématiques du e-commerce.

En tant que cadre et responsable d'équipes, le « commercial » doit alors développer des compétences organisationnelles et humaines. La gestion de la force de vente doit logiquement correspondre au cheminement de moyen terme d'un étudiant diplômé. De même, après quelques années d'expérience au niveau national, le cadre commercial peut collaborer aux négociations à des niveaux internationaux.

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

Tous secteurs d'activités confondus de l'économie marchande, mais plus particulièrement les domaines d'activités proches du luxe, de l'informatique, des télécommunications, de l'énergie, de l'industrie agroalimentaire, du conseil, de la grande distribution, des industries mécaniques et électroniques ...

La spécialité Stratégie commerciale et politiques de négociation permet notamment d'accéder aux métiers de la vente, de la gestion commerciale, du marketing, du e-commerce et du conseil. Les étudiants parviennent assez rapidement à des postes d'encadrement dans les fonctions classiques de la vente et des achats, tels que :

Acheteur / Acheteur adjoint

Directeur marketing / DM adjoint

Responsable commercial

Chef de secteur, Chef de rayon

Chef des ventes

Chef d'agence

Chef zone export

Chef de produit

Chef de marché

Responsable grands comptes

Merchandiser, category manager

Ingénieur d'affaires,

Consultant / Consultant marketing

Commercial export

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La spécialité SCPN est une formation initiale. Elle vise un public étudiant Bac+4, français ou étranger. Pour des raisons pédagogiques et d'insertion professionnelle, la promotion des étudiants du M2 SCPN est limitée à 28 étudiants. Ces dernières années, le jury de sélection a

même souhaité, malgré un flux assez stable de bonnes candidatures, limiter la promotion à 24/25 étudiants.

Organisation de la formation :

SEMESTRE 1

UE 1 Enseignements Fondamentaux (18 ECTS) : Stratégie marketing et commerciale (6 ECTS), Droit de la vente et de la distribution (6 ECTS), Stratégie d'entreprise (6 ECTS), Méthodologie de recherche appliquée au mémoire

UE 2 Enseignements de professionnalisation (12 ECTS) : Techniques et stratégie d'achat (2 ECTS), Anglais commercial (2 ECTS), Négociation internationale (2 ECTS), Stratégies logistiques et négociations commerciales (2 ECTS), Distribution et urbanisme commercial (2 ECTS), Préparation aux concours de vente et de négociation (2 ECTS), Séminaire d'actualité

SEMESTRE 2

UE 1 Enseignements Fondamentaux (20 ECTS) : Canaux de distribution modernes (5 ECTS), Techniques de négociation commerciale (5 ECTS), Mémoire (8 ECTS), Epreuve orale de transaction commerciale (2 ECTS)

UE 2 Enseignements de professionnalisation (10 ECTS) : Stratégie commerciale et négociation dans le domaine bancaire (2 ECTS), Anglais des affaires (2 ECTS), Marketing direct et vente à distance (2 ECTS), Le management de la force de vente (2 ECTS), Conférences de Professionnels (2 ECTS), Rapport de stage (Validé ou non), Séminaire d'actualité

Validité des composantes acquises : non prévue

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION OUINON		COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	1/3 d'enseignants-chercheurs et 2/3 de professionnels
En contrat d'apprentissage	X	1/3 d'enseignants-chercheurs et 2/3 de professionnels
Après un parcours de formation continue	X	
En contrat de professionnalisation	X	1/3 d'enseignants-chercheurs et 2/3 de professionnels
Par candidature individuelle	X	1/3 d'enseignants-chercheurs et 2/3 de professionnels
Par expérience dispositif VAE prévu en 2002	X	1/3 d'enseignants-chercheurs et 2/3 de 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 :

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

N° d'habilitation : 91 15 13

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté du 25 avril 2002 publié au JO du 27 avril 2002 (date de création du diplôme Master en général)

Pour plus d'informations

Statistiques :

Ces dernières années, nous avons pu constater qu'en moyenne :

17 % des étudiants trouvent un emploi immédiatement après la fin des cours, à la place du stage, avant même que le diplôme ne soit délivré (% en hausse, soit environ 4/5 étudiants par an) ;

23 % des étudiants trouvent leur 1er emploi à l'issue du stage, soit dans l'entreprise qui les a accueilli en stage, soit dans une autre ;

Dans les 60 % restants :

80 % des étudiants trouvent un emploi dans les trois mois qui suivent la fin de leur stage ;

100 % dans les six mois.

<http://orive.univ-paris1.fr>

Autres sources d'information :

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Lieu(x) de certification :

Université Panthéon Sorbonne - Paris 1 : Île-de-France - Paris (75) [12, place du Panthéon 75005 PARIS]

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

Historique de la certification :

Anciennement DESS Vente et négociation

Certification suivante : Mention Marketing, Vente