

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 24396**

Intitulé

MASTER : MASTER Mention Management

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Ministère de l'Enseignement Supérieur, Université de Cergy-Pontoise	Monsieur le Recteur de l'académie de Versailles, Chancelier des universités, Monsieur le Président de l'université de Cergy-Pontoise

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

120 Spécialités pluridisciplinaires, sciences humaines et droit, 220p Spécialités pluritechnologiques des transformations (organisation, gestion), 310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Selon le parcours suivi, le titulaire de ce diplôme peut exercer les fonctions suivantes : chargé d'études marketing et/ou d'opinions, chef de produit, chargé de communication, web manager, chef de projet TIC, SI ou développement, contrôleur de gestion, consultant, responsable de structure hôtelière et/ou de restauration, responsable de structure sportive et/ou de loisir, responsable de structure commerciale.

L'objectif du **Parcours Contrôle de Gestion et Systèmes d'Information (CGSI)** est de former des cadres financiers en capacité de :

- Maîtriser les techniques de contrôle de gestion (comptabilité financière, comptabilité de gestion, gestion prévisionnelle, contrôle budgétaire, reporting, etc..) et des systèmes d'information généralisés dans les entreprises via les ERP ;
- Avoir un esprit d'analyse et de synthèse permettant le pilotage de la performance des entités dont ils ont la charge et l'élaboration de recommandations stratégiques au dirigeant de la structure ;
- Communiquer efficacement et de façon adaptée avec les différents services de la structure, par oral et par écrit.

L'objectif du **Parcours Marketing et Communication (MC)** est de former des professionnels du marketing en capacité de :

- Maîtriser des connaissances techniques solides et actualisées dans les grands domaines du marketing : comportement du consommateur, politique de produit et de marque, communication, distribution, études marketing ;
- Mettre en oeuvre un esprit d'analyse et de synthèse;
- Développer de bonnes capacités de communication orale et écrite.

L'objectif du **Parcours Management des Etudes Marketing et d'Opinions (MEMO)** est de former des chargés d'études marketing et d'opinions qui ont pour mission de comprendre les attitudes, les opinions et les comportements des personnes sur des thématiques aussi variées que les comportements de consommation, les opinions politiques, les grandes tendances sociologiques, etc. Ce sont des cadres de haut niveau en capacité de :

- Maîtriser les techniques d'études qualitatives et quantitatives;
- Maîtriser les concepts du marketing, afin d'assurer la qualité des études réalisées;
- Disposer d'une bonne connaissance des débats qui animent la profession.

L'objectif du **Parcours Marketing International de la Parfumerie et de la Cosmétique (MIPC)** est de former des professionnels du marketing en capacité de :

- Exercer une fonction de veille du marché du secteur de la parfumerie et de la cosmétique afin de connaître les produits et de repérer les tendances et les évolutions de ce secteur ;
- Piloter un projet et d'en coordonner les acteurs ;
- Exercer une fonction de veille des stratégies digitales, des réseaux sociaux afin de repérer les opportunités liées à l'outil digital ;
- Comprendre les codes de l'univers du luxe et les problématiques inhérentes à ce secteur ;
- Utiliser leurs connaissances techniques solides et actualisées dans les grands domaines du marketing ;
- Maîtriser les outils de gestion de l'entreprise.

L'objectif du **Parcours Management des Services en Restauration et Hôtellerie Internationale (MSRHI)** est de former des cadres, experts des métiers de la restauration et de l'hôtellerie internationale en capacité de :

- Développer les compétences stratégiques et opérationnelles en gestion, nécessaires à leurs responsabilités managériales;
- Manager des projets et des équipes afin d'impliquer les collaborateurs dans la politique de l'entreprise ;
- Rechercher en permanence la qualité de service, la performance et les résultats tangibles, en utilisant des qualités d'analyse et de synthèse, d'anticipation et d'innovation.

L'objectif du **Parcours Sciences du Management et Métiers du Sport (SMMS)** est de former des cadres sportifs ayant une parfaite compréhension de la culture, des mécanismes et des interactions qui régissent le fonctionnement du sport, et en capacité de :

- Former des professionnels exerçant des fonctions d'encadrement, de gestion et de direction ;
- Former des managers capables de créer, gérer et développer des structures, tout en dynamisant des équipes et en s'adaptant aux publics ;
- Maîtriser des connaissances liées à la gestion, l'économie, le droit, la législation, la politique, l'environnement humain.

L'objectif du **Parcours Technologies de l'Information, Marketing et Management (TIMM)** est de former des cadres en capacité de :

- Maîtriser les TIC aujourd'hui sources de nouveaux débouchés et d'avantages concurrentiels pour les entreprises ;
- Connaître précisément le contenu des mutations organisationnelles liées aux TIC ; cette connaissance est approfondie dans le domaine du marketing et du commerce électronique.

L'objectif du **Parcours Management Des Organisations Scolaires (MADOS)** est de former des personnels d'encadrement de l'éducation nationale en capacité de :

- Renforcer les compétences nécessaires au pilotage stratégique et opérationnel des organisations scolaires (établissements scolaires, circonscriptions, etc.);
- Maîtriser et mettre en oeuvre les outils indispensables au métier et connaître les enjeux sociaux, économiques, politiques et pédagogiques qui constituent le contexte dans lequel se développe leur activité;
- Accompagner les évolutions que connaissent les organisations scolaires : décentralisation, processus de contractualisation et de pilotage par la performance, culture du partenariat et du dialogue, innovations pédagogiques et accompagnement du changement.

Capacités attestées :

1. Identifier et exploiter l'ensemble des connaissances, méthodologies, techniques et outils nécessaires à la pratique des métiers de chacun des parcours (contrôle de gestion, finance, gestion des systèmes d'information, gestion de projet TIC, conduite de changement, communication 2.0, informatique, marketing opérationnel et stratégique, études marketing, études d'opinions, marketing digital, stratégie digitale).
2. Elaborer un écrit de synthèse sur une problématique complexe et le présenter de façon convaincante à une instance décisionnelle (externe ou interne à l'organisation).
3. Mener une veille concurrentielle, stratégique et réglementaire pour saisir les opportunités et contrer les menaces du marché dans lequel le professionnel évolue.
4. Conduire un projet dans son intégralité (de sa conception à sa présentation finale devant le client interne ou externe) en équipe pluridisciplinaire.
5. Coordonner et animer une équipe en transversal et/ou en direct et en gérer les compétences.
6. Etre force de proposition en mobilisant les connaissances théoriques et l'expérience acquises.
7. S'exprimer professionnellement à l'écrit et à l'oral en français et en anglais (voire dans une troisième langue).

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

Ces professionnels travaillent dans tous les secteurs d'activités : industrie, services, banques, assurances, commerce, loisirs, hôtellerie-restauration, structures sportives, collectivités..., et dans toutes les tailles d'organisations : PME, ETI, grandes entreprises nationales et internationales, associations, que ce soit dans le secteur privé ou public.

Ces professionnels peuvent prétendre aux emplois suivants :

chargé d'études marketing et/ou d'opinions,
 chef de produit,
 chargé de communication,
 web manager,
 chef de projet TIC, SI ou développement,
 contrôleur de gestion,
 consultant,
 responsable de structure hôtelière et/ou de restauration,
 responsable de structure sportive et/ou de loisir,
 responsable de structure commerciale.

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1204 : Contrôle de gestion

M1705 : Marketing

M1403 : Études et perspectives socio-économiques

G1401 : Assistance de direction d'hôtel-restaurant

M1803 : Direction des systèmes d'information

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Parcours CGSI Contrôle de Gestion et Systèmes d'Information

Master 1 : Les connaissances managériales transversales. Les connaissances du contrôle de gestion et des systèmes d'information. Les outils du management. La professionnalisation.

Master 2 : Les outils du Contrôle de Gestion et des Systèmes d'Information. Les systèmes d'information. La contingence des systèmes de

contrôle. Le contrôle de gestion à l'interface des fonctions de l'entreprise. Les enjeux du contrôle de gestion aujourd'hui. Les projets des étudiants.

Parcours MC Marketing et Communication

Master 1 : Les connaissances managériales transversales. Les connaissances du marketing et de la communication. Les outils du management. La professionnalisation.

Master 2 : Cours introductifs. Etudes marketing. Marketing stratégique et opérationnel. Stratégies de communication. Compétences transversales.

Parcours MEMO Management des Etudes Marketing et d'Opinions

Master 1 : Les connaissances managériales transversales. Les connaissances des études marketing et d'opinions. Les outils du management. La professionnalisation.

Master 2 : Remise à niveau et cours introductifs. Recueil des données qualitatives et quantitatives. Analyses des données. Marketing approfondi. Recherche d'emploi. Séminaires transversaux.

Parcours MIPC Marketing International de la Parfumerie et de la Cosmétique

Master 2 : Marketing opérationnel et stratégique. Connaissance du consommateur / du client. Stratégies de communication et digital. Marketing et contexte international (cours en anglais). Connaissance des secteurs de la parfumerie et de la cosmétique. Connaissance des produits de la parfumerie et de la cosmétique. Compétences transversales.

Parcours MSRHI Management des Services en Restauration et Hôtellerie Internationale

Master 1 : Les connaissances managériales transversales. Les connaissances du management en hôtellerie internationale. Les outils du management. La professionnalisation.

Master 2 : Le marketing en hôtellerie et restauration. Perspectives stratégiques. Le management international. Management du luxe en restauration et hôtellerie internationale. Le pilotage de la performance. Les outils de l'hôtellerie internationale et de la restauration. Recherche et applications en hôtellerie - restauration.

Parcours SMMS Sciences du Management et Métiers du Sport

Master 1 : Les connaissances managériales transversales. Les outils du management : Gestion de bases de données ; Communication et présentation hypermédia. Les connaissances de gestion et de droit du sport. Les outils des ressources humaines et du management du sport. Les outils méthodologiques et de la professionnalisation.

Master 2 : Les connaissances de gestion et de droit du sport. Les outils des ressources humaines et du management du sport. Les outils méthodologiques et de la professionnalisation.

Parcours TIMM Technologies de l'Information, Marketing et Management

Master 1 : Les connaissances managériales transversales. Les connaissances des Technologies de l'Information et de la Communication. Les outils du management. La professionnalisation.

Master 2 : Cours fondamentaux : Internet ; Anglais ; Bases de données ; e-marketing. Marketing et commerce électronique. Organisation, management et TIC. LES TIC. Compétences techniques et professionnelles.

Parcours MADOS Management des organisations scolaires

Master 1 : Stratégie et management des organisations scolaires : Culture numérique; Approche stratégique des organisations scolaires; Les ressources humaines dans une organisation scolaire. Droit et Politiques publiques en éducation : Droit de L'éducation ; Les politiques éducatives ; Anglais professionnel.

Master 2 : Conduite du changement dans les organisations publiques (système scolaire), RH dans les organisations publiques (système scolaire), Management stratégique dans les organisations publiques (système scolaire), Evaluations dans les organisations scolaires (système scolaire), sociologie des organisations (système scolaire).

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Le jury est composé d'enseignants chercheurs, d'enseignants ou d'intervenants (secteur professionnel) ayant contribué aux enseignements dont le responsable de la formation. - Art 17 de la loi 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'Enseignement Supérieur
En contrat d'apprentissage	X	Idem
Après un parcours de formation continue	X	Idem
En contrat de professionnalisation	X	Idem

Par candidature individuelle	X	<p>Possible pour partie du diplôme par VES (Validation des Etudes Supérieures)</p> <p>- Décret 2002-529 du 16 avril 2002 relatif à la validation d'études supérieures accomplies en France ou à l'étranger</p> <p>Ou VAPP (Validation des Acquis Personnels et Professionnels)</p> <p>- Décret n°85-906 du 23 août 1985 fixant les conditions de validation des études, expériences professionnelles ou acquis personnels en vue de l'accès aux différents niveaux de l'enseignement supérieur.</p>
Par expérience dispositif VAE prévu en 2002	X	<p>Enseignants, enseignants-chercheurs et professionnels.</p> <p>- Décret n° 2002-590 du 24 avril 2002 pris pour l'application du premier alinéa de l'article L. 613-3 et de l'article L. 613-4 du code de l'éducation et relatif à la validation des acquis de l'expérience par les établissements d'enseignement supérieur (JORF n°98 du 26 avril 2002 page 7513)</p>

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
<p>Autres certifications :</p> <p>Certifications établies de façon totale par des tiers sur certains parcours du Master Management :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ileps pour le parcours SMMS - Ciefa IGS pour le parcours CGSI (M2), option "Contrôle de gestion sociale" - Cesacom pour le parcours MC (M2), option "Agence / Annonceur" <p>Certifications établies de façon partielle par des tiers sur certains parcours du Master 2 Management :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ISC pour le parcours TIMM - ISIPCA pour le parcours MIPC - ESSEC pour le parcours MIPC 	

Base légale

Référence du décret général :

- Décret n° 2002-603 du 25 avril 2002 modifiant le décret n° 84-573 du 5 juillet 1984 relatif aux diplômes nationaux de l'enseignement supérieur
- Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master

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

Arrêté du 3 juillet 2015 accordant l'Université de Cergy-Pontoise en vue de la délivrance de diplômes nationaux

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Décret n° 2002-590 du 24 avril 2002 pris pour l'application du premier alinéa de l'article L. 613-3 et de l'article L. 613-4 du code de l'éducation et relatif à la validation des acquis de l'expérience par les établissements d'enseignement supérieur (JORF n°98 du 26 avril 2002 page 7513)

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Autres sources d'information :

Pages internet du master Management :

Parcours Contrôle de Gestion et Systèmes d'Information :

<http://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formationen/master-lmd-XB/droit-economie-gestion-DEG/master-management-parcours-contrôle-de-gestion-et-systemes-d-information-program-f22-101-2.html>

Parcours Marketing et Communication :

<http://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-xb/droit-economie-gestion-DEG/master-management-parcours-marketing-et-communication-program-f29-131.html>

Parcours Management des Etudes Marketing et d'Opinions :

<http://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-xb/droit-economie-gestion-DEG/master-management-des-etudes-marketing-et-d-opinions-memo-labellise-syntec-etudes-program-f23-101.html>

parcours Marketing International de la Parfumerie et de la Cosmétique :

<https://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-xb/droit-economie-gestion-DEG/master-management-parcours-marketing-international-de-la-parfumerie-et-de-la-cosmetique-program-master-management-mipc.html>

Parcours Master Management des Services en Restauration et Hôtellerie Internationale :

<http://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-xb/droit-economie-gestion-DEG/master-management-parcours-management-des-services-en-hotellerie-internationale-program-f28-121.html>

Parcours Sciences du Management et Métiers du Sport :

<http://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-xb/droit-economie-gestion-DEG/master-management-parcours-sciences-du-management-et-metiers-du-sport-program-management-sport.html>

Parcours Technologies de l'information, Marketing et Management :

<http://www.u-cergy.fr/fr/formations/schema-des-formations/master-lmd-xb/droit-economie-gestion-DEG/master-management-parcours-technologies-de-l-information-pour-le-management-et-le-marketing-program-f24-101-2.html>

Parcours Management Des Organisations Scolaires (MADOS) : <http://mados.unilim.fr/>

<http://www.u-cergy.fr/fr/index.html>

Lieu(x) de certification :

Université de Cergy-Pontoise : Île-de-France - Val-d'Oise (95) [Cergy-Pontoise]

Université de Cergy Pontoise

33 boulevard du port, 95011 cergy-Pontoise Cedex

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

Le Master 1 Management de l'UCP a été créé suite au passage au LMD et correspond historiquement à la 2e année de la MSG (Maîtrise de Sciences de Gestion).

Les M2 management Parcours CGSI, MEMO et TIMM sont des anciens DESS.

Le Parcours MEMO était anciennement intitulé MEM (Management des Etudes Marketing).

Le Parcours TIMM était anciennement intitulé MTIC (Management et Technologies de l'Information et de la Communication).

Le Parcours MSRHI était anciennement intitulé MSHI (Management des Services en Hôtellerie Internationale)