

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 26419**

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 Droit, économie, gestion Mention : Marketing, vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Paris Ouest Nanterre la Défense (Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche)	Président de l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense, Recteur de l'Académie, Chancelier des Universités

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312m Commerce, vente, 312n Etudes de marchés et projets commerciaux, 312t Négociation et vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Parcours: Marketing Opérationnel International

Le Chef de Produit (product manager, gestionnaire de produit, responsable ou spécialiste produit,...) gère la vie d'un produit, de sa conception à sa distribution, en étant l'interface de l'ensemble des services et prestataires concernés : fabrication, gestion, promotion.

- Mener et analyser des études de marché
- Définir et ajuster le positionnement du produit en fonction des 4 P (produit, prix, promotion, place)
- Gérer et animer des actions opérationnelles
- Assurer le suivi budgétaire et le reporting.

Le Chef de projet Internet / Webmarketeur (Responsable webmarketing, responsable e-marketing, responsable marketing on-line, chargé de webmarketing) travaille sur l'ensemble de la stratégie marketing d'un site web. Il doit veiller à augmenter le trafic et être force de proposition en matière de marketing stratégique et opérationnel.

- Analyser la clientèle du site
- Mettre en place la stratégie et les actions marketing
- Développer l'audience du site (SEO, SEM,...) et suivre les actions de webmarketing.
- Concevoir les instruments de veille concurrentielle et piloter les études de marché afin de permettre à l'entreprise d'identifier et de hiérarchiser les évolutions de la demande, les compétences distinctives des concurrents, et les évolutions des facteurs d'influence (technologiques, économiques, politiques et sociologiques)
- Analyser les différentes informations collectées pour établir le diagnostic externe de l'environnement de l'entreprise (demande, offre, facteurs d'influence, rôle des différentes parties prenantes)
- Piloter la mise en place et les évolutions d'un système d'information marketing performant afin de favoriser l'efficacité des décisions marketing et de mesurer la performance des actions marketing et commerciales engagées
- Identifier les segmentations marketing pertinentes afin de gérer pour chaque cible retenue l'offre Produits/Services/Prix de l'entreprise et de valoriser les éléments de mise sur le marché : distribution / Forces de vente / Communication
- Budgéter le plan marketing afin de s'assurer de sa compatibilité avec les moyens confiés par l'entreprise
- Elaborer les outils de pilotage financiers afin de suivre l'implémentation de la stratégie marketing et commerciale et d'engager des actions correctives
- Communiquer, échanger, négocier avec ses interlocuteurs afin d'aboutir à des accords gagnants-gagnants
- Manager une équipe de collaborateurs dans un contexte international afin de mettre en œuvre le changement marketing dans l'organisation.

Le Master mention Marketing, vente comporte un parcours-type :

- MOI : Marketing opérationnel international.

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

Le titulaire peut exercer son métier au sein des structures suivantes :

Entreprises produisant des biens ou services de grande consommation

Grande distribution

Grands industriels de l'automobile, de l'aéronautique, des télécoms, de l'informatique, de la pharmacie...

Sociétés d'études marketing

Start-ups.

Plus largement, la quasi-totalité des entreprises en B to C et en B to B.

Ce professionnel peut prétendre aux types d'emplois suivants :

Chef de produit

Chef de marque

Responsable de gamme produits
 Responsable commercial ou e-commerce
 Trade-marketer
 Responsable marketing digital.

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1703 : Management et gestion de produit

M1707 : Stratégie commerciale

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

La spécialité Marketing Opérationnel International est organisée en 4 semestres valant chacun 30 crédits. Chaque semestre se décompose en Unités d'Enseignement (UE). Les 4 semestres doivent être validés pour l'obtention du Master. Le passage en deuxième année est automatique pour les étudiants ayant validé la première année du master. Dans tous les autres cas elle est sélective et se fait sur examen du dossier de candidature et entretien individuel si le dossier a été retenu.

MASTER 1 :

Semestre 1 : 4 unités d'enseignement (UE) 30 ECTS

UE- Marketing-stratégie - 102h présentiel-10.5 ECTS

UE- Finance-contrôle- 102h présentiel-12 ECTS

UE- Langue- 18h présentiel-1.5 ECTS

UE - Enseignements spécifiques 1-48h présentiel- 6 ECTS

Semestre 2 : 5 unités d'enseignement (UE) 30 ECTS

UE-Management- 96 présentiel- 10.5 ECTS

UE-Droit- 36h présentiel- 3ECTS

UE- langue 2- 18 h présentiel- 1.5 ECTS

UE- stage-18h présentiel- 6 ECTS

UE-Enseignements spécifiques 2 - 84h présentiel -9 ECTS

MASTER 2 :

Semestre 1 : 2 unités d'enseignement (UE) 30 ECTS

UE- Fondamentaux du Marketing et de la vente à l'international- 161h présentiel- 21 ECTS

UE- International Business Management (enseignements exclusivement délivrés en anglais)- 91h présentiel- 9 ECTS

Semestre 2 : 2 unités d'enseignement (UE) 30 ECTS

UE- Management de la fonction marketing et commerciale- 83h présentiel- 12 ECTS

UE- Professionnalisation- 65h présentiel- 18 ECTS

Validité des composants 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	Responsable de la spécialité assisté de membres de l'équipe pédagogique
En contrat d'apprentissage	X	Responsable de la spécialité assisté de membres de l'équipe pédagogique
Après un parcours de formation continue	X	Responsable de la spécialité assisté de membres de l'équipe pédagogique
En contrat de professionnalisation	X	Responsable de la spécialité assisté de membres de l'équipe pédagogique
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2003	X	Le président du jury (directeur de la formation continue) Le responsable pédagogique de la formation Un professionnel des métiers visés Un représentant de la formation continue Un représentant du monde professionnel en général

	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) :

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

Arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Décret n° 2002-590 du 24 avril 2002 relatif à la validation des acquis de l'expérience par les établissements d'enseignement supérieur

Références autres :

Arrêté du 30 avril 2015 accordant l'université Paris Ouest Nanterre La Défense en vue de la délivrance de diplômes nationaux

Pour plus d'informations

Statistiques :

Le nombre d'étudiants dans la spécialité « Marketing Opérationnel International »

Autres sources d'information :

<http://gestion.u-paris10.fr/accueil.html>

mastermoi.u-paris10.fr

[Site Internet de l'autorité délivrant la certification](#)

Lieu(x) de certification :

Université Paris Ouest Nanterre la Défense

200, avenue de la République

92001 NANTERRE Cedex

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

UFR SEGMI

Paris Ouest Nanterre La Défense

200, avenue de la République

92001 Nanterre Cedex

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31501

La spécialité Marketing Opérationnel International est ouverte depuis 1998.