

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 26979**

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, Economie, Gestion - Mention Marketing, Vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Lille 1 Sciences et Technologies	Recteur de l'Académie de Lille - Président de l'Université de Lille1, Président de l'université de Lille I - Recteur de l'académie

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente, 320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Formacode(s) :

34054 gestion commerciale, 34024 achat, 34022 gestion fournisseur

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le titulaire de la certification, **parcours Marketing, Communication, Culture** - IAE Lille, Université Lille 1, est un spécialiste de la communication et de l'information. A partir d'une analyse de marché (informations du terrain, études externes, internes) et en fonction des objectifs de l'entreprise, ce professionnel propose une définition du produit, de la marque, de son image et une stratégie de communication commerciale et institutionnelle. Il doit concevoir les plans d'action commerciale, les campagnes de communication publicitaires, promotionnelles, de relations publiques, digitales et de stratégies médias. Les stratégies et plans d'actions seront élaborés tant au niveau local, national qu'international.

Le titulaire de la certification, **parcours Marketing Direct et Digital** - IAE Lille, Université Lille 1, est un expert du marketing direct et digital. Sa connaissance des médias directs et numériques et ses compétences en communication digitale, en vente à distance et en gestion des achats et logistique lui permettent de développer les stratégies, les programmes et les contrôles et les ajustements pour les différents marchés et segments cibles d'entreprises de produits et services, y compris dans leurs développements internationaux.

Le titulaire de la certification, **parcours Commerce et Relation Client** - IAE Lille, Université Lille 1, est un spécialiste du marketing et de la connaissance client. Il définit une stratégie Marketing orientée client destinée à prospecter et fidéliser sa clientèle. Ces activités clés sont considérées dans le cadre des modèles économiques traditionnels et des nouveaux business models, que les canaux de commercialisation et de communication soient offline, online ou mixtes.

Le titulaire de la certification, **parcours Marketing Business to Business International et Innovation** - IAE Lille, Université Lille 1, est un spécialiste de l'analyse d'un marché industriel sur le plan international. Il participe à la construction d'une offre pertinente au travers d'un process innovant et commercialise cette offre sur le plan international.

Le titulaire du parcours Marketing, Communication, Culture est capable :

- Conduire un projet et un plan de communication pour un produit, une marque, une entreprise, une collectivité. Capacité de vision marketing et de construction d'une stratégie de communication.
- Gérer, organiser et coordonner les plans de développement de la communication pour assurer la promotion de l'identité et de l'image de marque de l'entreprise et de ses produits et services.
- Planifier, budgétiser tous les aspects de la communication dans les domaines commercial, technique, social, dans les situations de crise.
- Définir une stratégie commerciale en tenant compte des caractéristiques du produit (nature du produit, circuits de distribution, clientèle, concurrence...) et du budget prévu
- Veiller à la qualité et la cohérence des formes et des contenus de communication interne ou externe, au service de la stratégie choisie.
- Analyser et évaluer l'efficacité des solutions proposées.
- Appréhender la dimension interculturelle dans les échanges du monde des affaires, des entreprises et des échanges commerciaux.
- Elaborer, organiser et coordonner une campagne publicitaire.
- Gérer les nombreux contacts à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise (équipes de création, services d'achat d'espaces, clients, sous-traitants...).
- Concevoir et/ou mettre en oeuvre tout moyen, action, réseau de communication visant à faciliter les relations de l'entreprise avec son environnement.
- Déterminer une stratégie de communication en fixant les thèmes publicitaires, la teneur du message et la répartition du budget selon les différents médias.
- Mettre en place des campagnes publicitaires, de relations publiques, d'évènementiel, de communication interne (journal d'entreprise) et de communication sur internet (site web, bannières).
- Rédiger des dossiers et communiqués de presse.

- Concevoir des arborescences de sites internet.
- Concevoir et/ou appliquer le plan média en prévoyant et en organisant le passage des annonces dans les différents médias classiques (presse, affichage, radio, télévision, cinéma) et électronique (internet).
- Elaborer une stratégie média à partir des informations disponibles sur les différents supports (audience, public, prix des espaces publicitaires...).

Le titulaire du parcours Marketing direct et digital est capable :

- Déterminer les orientations stratégiques marketing et la politique marketing direct et digitale
- Mettre en oeuvre et réaliser les programmes et campagnes de marketing direct et digital ; gérer les budgets correspondants
- Proposer des plans d'action et des budgets en multicanal dans les activités de vente à distance
- Animer, coordonner et contrôler les activités de conception et de suivi du management des la relation clients
- Collecter et analyser les informations sur bases de données clients et prospects
- Créer, gérer et animer des messages, catalogues et catalogues spécialisés.
- Gérer les achats en vente à distance et la logistique des produits distribués en vente à distance/e-commerce
- Maîtriser les aspects juridiques de la vente à distance et du commerce électronique
- Gérer les achats et la logistique en marketing direct et vente à distance
- Développer les activités marketing direct et vente à distance à l'international
- Développer des messages et catalogues en marketing interactif, pour les clientèles actives ou prospectives.
- Maîtriser une langue étrangère

Le titulaire du parcours Commerce et relation client est capable :

- Gérer le portefeuille de clients et sa dynamique (suivi client, animer et rentabiliser la relation commerciale) ainsi que les relations clients de manière plus ou moins individualisée
- Gérer le capital marque et développer la qualité des relations des clients avec la marque de produit, de service ou de distribution
- Lancer et promouvoir les nouvelles offres de produits ou de services
- Mettre en place des programmes de conquête de nouveaux clients.
- Développer les programmes de fidélisation/rétention des clients
- Collecter et Analyser les données clients (acquisition des compétences techniques poussées en statistiques, base de données et Big data).

- Mener des études marketing et e-marketing de A à Z.
- Développer et intégrer la gestion des canaux de distribution
- Gérer la relation commerciale avec les grands comptes nationaux et internationaux
- Manager les réseaux commerciaux et les partenariats marketing.
- Optimiser le merchandising et le e-merchandising
- Maîtriser les techniques de gestion de projet Marketing multicanal
- Elaborer, mettre en place et mesurer l'efficacité des campagnes de communication marketing multicanal
- Maitriser le marketing stratégique et le marketing opérationnel

Le titulaire du parcours Marketing Business to business international innovation est capable :

- Définir une stratégie marketing BtoB international.
- Construire une stratégie de lancement de nouveaux produits à l'International.
- Développer une veille concurrentielle de dimension internationale.
- Réaliser des études de marché de A à Z.
- Conduire un projet innovant (process R&D).
- Maîtriser les outils collaboratifs de gestion de projets.
- Promouvoir de nouvelles offres de produits et/ou services.
- Mettre en place des programmes d'acquisition de clients.
- Développer des programmes de fidélisation/rétention des clients.
- Négocier les achats et gérer la relation commerciale avec les grands comptes nationaux et internationaux.
- Appréhender la dimension interculturelle dans les échanges commerciaux.
- Manager les réseaux commerciaux et les partenariats marketing.
- Etablir une stratégie de communication BtoB internationale.
- Maîtriser les outils et techniques de gestion de crise en BtoB.
- Développer des stratégies de lobbying.
- Maîtriser les concepts relatifs au développement d'une stratégie de marque industrielle.

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

Les titulaires de la certification, **parcours Marketing, Communication, Culture** - IAE Lille, Université Lille 1, exercent leurs fonctions dans tous les secteurs d'activité, industriel, grand public, de services ou des collectivités, utilisant la communication (agences, annonceurs), dans les entreprises françaises et multinationales.

Les titulaires de la certification, **parcours Marketing Direct et Digital** - IAE Lille, Université Lille 1, exercent les métiers du marketing direct et de la vente à distance chez l'annonceur (VPC, grande distribution, marques, banques-assurances, presse...), en B to B et chez les prestataires spécialisés (agences de marketing direct...)

Les titulaires de la certification, **parcours Commerce et Relation Client** - IAE Lille, Université Lille 1, exercent leurs fonctions dans tous

les secteurs d'activité, industriel, grand public, de services ou des collectivités, utilisant le marketing (agences, annonceurs), dans les entreprises françaises et multinationales.

Les titulaires de la certification, **parcours Marketing Business to Business - Innovation et International** - IAE Lille, Université Lille 1, exercent leurs fonctions dans tous les secteurs industriels.

Les titulaires de la certification, **parcours Marketing, Communication, Culture** - IAE Lille, Université Lille 1, peuvent prétendre aux emplois suivants :

- Directeur de Clientèle (E1401)
- Directeur commercial (M1707)
- Directeur de la communication, Directeur de la communication et des relations publiques (E1103)
- Responsable communication interne, responsable de la communication externe (E1103)
- Responsable plan média (E1402)
- Responsable du développement (M1707)
- Chargé d'études (E1402)
- Coordinateur international, chef de groupe international (E1401, M1705)
- Chef de produit (M1703)
- Chargé d'analyse et de développement de la communication
- Responsable marketing (M1705)

Les titulaires de la certification, **parcours Marketing Direct et Digital** - IAE Lille, Université Lille 1, sont :

- Membre des équipes de direction marketing (M1705)
- Responsables du commerce électronique, chef de marché e-commerce (M1707)
- Responsables de prospection et/ou fidélisation de clientèle (M1704)
- Membre des équipes marketing multicanal (web, catalogue, magasins ou réseaux commerciaux) (M1705)
- Chefs de clientèle (agences de communication intégrée ; prestataires de l'adresse/data ; de la logistique) (M1704)
- Acheteurs en Vente à distance (M1101)

Les titulaires de la certification, **parcours Commerce et Relation Client** - IAE Lille, Université Lille 1, exercent des métiers de la direction marketing et commerciale :

- Directeur ou Responsable marketing (M1705)
- Directeur commercial (M1707)
- Chef de projet CRM (M1704)
- Chef de marché (M1707)
- Directeur de la relation client (M1704)
- Responsable fidélisation (M1705)
- Responsable acquisition clients (M1705)
- Responsable des partenariats Marketing (M1705)
- Responsable après-vente (M1704)
- Responsable multicanal (M1705)
- Relation Commerciale Grands comptes (D1402)
- Manager de réseaux commerciaux (M1707)
- Responsable de nouveaux projets marketing (M1705)
- Manager commercial (M1707)

Les titulaires de la certification, **parcours Marketing Business to Business - Innovation et International** - IAE Lille, Université Lille 1, peuvent prétendre aux emplois suivants :

- Chef de projet innovant (M1402)
- Responsable développement (M1402)
- Directeur recherche-développement (M1402)
- Chef de produit (de marché, de secteur) en marketing industriel (M1703)
- Responsable marketing international (M1705)
- Directeur marketing en B2B (M1705)
- Analyste marketing international
- Ingénieur commercial grands comptes et entreprises (D1402)
- Chargé d'affaires (M1705)
- Directeur des achats (M1102)
- Acheteur BtoB (M1101)

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

E1103 : Communication

M1704 : Management relation clientèle

D1406 : Management en force de vente

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Le master accueille des groupes en formation initiale, en formation en alternance (contrat de professionnalisation ou contrat d'apprentissage) et en formation continue. Il se déroule sur 2 ans de formation organisée en 4 semestres (ou éventuellement 1 an pour les groupes de formation avec une entrée directe en M2). Le programme pédagogique est réparti en unités d'enseignement (UE). La validation des semestres se fait sous la forme de contrôle continu et d'examen final donnant droit à des crédits ECTS (European Credit Transfert System).

Parcours Marketing, Communication, Culture - IAE Lille, Université Lille 1

M1 - S1 - 30 ects : Comportement des acheteurs (5 ects) ; Marketing stratégique (5 ects) ; Langues (5 ects) ; Professionnalisation (5 ects) ; Communication (5 ects) ; Médias et relations presse (5 ects)

M1 - S2 - 30 ects : Langues (5 ects) ; Professionnalisation (5 ects) ; Initiation à la recherche (5 ects) ; Environnements (5 ects) ; Marketing spécifiques (5 ects) ; Outils de la communication et du marketing (5 ects)

M2 - S3 - 30 ects : Langues étrangères (5 ects) ; Gestion, Management, Projet (5 ects) ; Projets d'études et recherche (5 ects) ; E-communication (5 ects) ; Communication stratégique (5 ects) ; Culture et éthique (5 ects)

M2 -S4 - 30 ects : Professionnalisation (15 ects) ; Stratégies de relations avec les publics (5 ects) ; Etudes et analyses en communication (5 ects) ; Transculturalité (5 ects)

Parcours Marketing Direct et Digital - IAE Lille, Université Lille 1

M1 - S1 - 30 ects : Comportements des acheteurs et consommateurs (5 ects) ; Marketing stratégique (5 ects) ; Langues (5 ects) ; Professionnalisation (5 ects) ; Stratégies et programmes e-marketing (5 ects) ; Aspects juridiques du marketing direct et digital (5 ects)

M1, S2 - 30 ects : Langues (5 ects) ; Professionnalisation (5 ects) ; Initiation à la recherche (5 ects) ; Systèmes d'information (5 ects) ; Analyse des rentabilités (5 ects) ; Messages et créativité web (5 ects)

M2 - S3 - 30 ects : Langues (5 ects) ; Gestion et Management (5 ects) ; Projet d'étude et de recherche (5 ects) ; E-communication (5 ects) ; Gestion des clientèles digitales e-crm (5 ects) ; E-marketing (5 ects)

M2 - S4 - 30 ects : Professionnalisation (10 ects) ; Mobilité et marketing (5 ects) ; Social Web Marketing (5 ects) ; Web Analytics (5 ects) ; Langues (5 ects)

Parcours Commerce et Relation Client - IAE Lille, Université Lille 1

M1 - S1 - 30 ects : Comportements des acheteurs et consommateurs (5 ects) ; Marketing stratégique (5 ects) ;Langues (5 ects) ; Professionnalisation (5 ects) ; Etudes de marché et analyse des données(5 ects) ; Management et contrôle des réseaux commerciaux (5 ects)

M1 - S2 - 30 ects : Langues (5 ects) ; Professionnalisation (5 ects) ; Initiation à la recherche (5 ects) ;Analyse de données marketing et commerciales (5 ects) ; Internet, commerce et services (5 ects) ; Environnement juridique (5 ects)

M2 - S3 - 30 ects : Langues (5 ects) ; Gestion, management, projet (5 ects) ;Projet Marketing et commerce cross-canal (5 ects) ; Gestion de l'offre (produits, marques, gammes) (5 ects) ; Connaissance des clientèles, BDD et Capital clients (5 ects) ;Programmes Nouveaux Clients : Attraction et Conversion (5 ects)

M2 - S4 - 30 ects : Professionnalisation (15 ects) ; Mobilité et marketing (5 ects) ; Programmes relationnels et de fidélisation(5 ects) ;Nouveaux Business Models et marketing(5 ects)

Parcours Marketing B to B, International et Innovation - IAE Lille, Université Lille 1

M2 - S3 - 30 ects

Langues (5 ects) ; Gestion, Management, Projet (5 ects) ; Projets d'études et recherche (5 ects) ; Comprendre les marchés B to B internationaux (5 ects) ; Marketing B to B (5 ects) ; Gestion de l'innovation et Knowledge Management (5 ects)

M2 - S4 - 30 ects

Professionnalisation (15 ects) ; Langues (5 ects) ; Marketing stratégique global (5 ects) ; Opérationnalisation du marketing B to B international (5 ects)

Universités co-accréditées :

Université Lille 2, site IMMD Roubaix, 5 parcours : Marketing du Distributeur, Commerce Connecté, Marketing International, Management de la Distribution, Approches Culturelles de la Distribution et de la Consommation - <http://www.immd.fr>

Université d'Artois, Faculté EGASS, site d'Arras, 1 parcours : Commerce et Merchandising - <http://formations.univ-artois.fr/cdm/fr-FR/accueil>

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	OUI - Enseignants et professionnels

En contrat d'apprentissage	X	OUI - Enseignants et professionnels
Après un parcours de formation continue	X	OUI - Enseignants et professionnels
En contrat de professionnalisation	X	OUI - Enseignants et professionnels
Par candidature individuelle	X	OUI - Enseignants et professionnels
Par expérience dispositif VAE	X	OUI - Enseignants 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 17 juin 2015 accréditant l'Université Lille 1 en vue de la délivrance de diplômes nationaux (n° 20150022)

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

Arrêté du 25 avril 2002 publié au journal officiel le 27 avril 2002

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

<http://ofip.univ-lille1.fr/Repertoire-metiers/Master/Marketing-gestion/>

Autres sources d'information :

www.iaelille.fr, <http://www.iae.univ-lille1.fr/domaine/marketing-vente-communication>

www.univ-lille1.fr

Lieu(x) de certification :

Université de Lille 1, Cité Scientifique, 59655 Villeneuve d'Ascq

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

IAE Lille Ecole Universitaire de Management , 104 avenue du Peuple Belge, 59000 Lille

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31501

Appellation précédente, Master mention Marketing, spécialités : MCC, Mi3, MMD