

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 27428**

### Intitulé

MASTER : MASTER Sciences des organisations, mention Marketing et stratégie, parcours Chef de produits et études marketing. Finalité professionnelle. Diplôme de Grand Etablissement (DGE).

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Paris-Dauphine, Ministère chargé de l'enseignement supérieur	Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Président de l'université

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion, 312 Commerce, vente, 312n Etudes de marchés et projets commerciaux

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Les titulaires du master sont chefs de produit (chez les fabricants et les distributeurs) ou chargés d'études (dans les instituts, chez l'annonceur, dans les médias).

*Le chef de produit est responsable du développement d'un produit ou d'une gamme de produits, depuis sa conception, jusqu'à sa commercialisation ; il doit l'adapter en permanence à l'évolution du marché. Il a pour mission :*

*Le chargé d'études marketing conçoit et réalise des études, avec pour objectif d'éclairer les décisions en matière de stratégie marketing. Ses études, se fondant sur la connaissance du marché, permettent l'élaboration et l'évaluation d'une stratégie marketing.*

Compétences transversales :

- Maitriser les concepts fondamentaux de la discipline
- Mettre en pratique les méthodes d'analyse et utiliser les outils du champ disciplinaire
- Savoir faire une recherche documentaire et utiliser les sources à bon escient, être capable d'en faire une synthèse tout en développant un esprit critique. Réaliser une veille environnementale dans son champ d'activité
- Construire et rechercher des données fiables, savoir les interpréter et les analyser afin de mettre en place des procédures d'évaluation
- Rédiger et présenter oralement un travail élaboré sur une problématique complexe
- Communiquer dans une langue étrangère et notamment en anglais
- Maitriser les méthodes et outils informatiques et de communication usuels.

Compétences pré-professionnelles :

- Conduire un projet (conception, pilotage, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion)
- Travailler en autonomie et en équipe, s'adapter à différents contextes socio-professionnels et interculturels
- Comprendre les enjeux et problématiques des différentes parties prenantes de l'organisation pour être force de proposition et de dialogue
- Coordonner et animer une équipe
- Développer son réseau professionnel

Compétences métier :

*Chef de produit :*

- recueillir en flux continu toutes les informations se rapportant directement ou indirectement au produit (concurrence, évolution du marché, des comportements des consommateurs, des circuits de distribution...)
- proposer des axes de développement
- concevoir / faire évoluer le produit en collaboration avec les services fabrication et commercial, en assurant l'ajustement en termes de prix, d'image, de valeur ajoutée
- définir la stratégie de communication la plus adaptée
- concevoir les outils d'aide à la vente
- assurer les relations avec les fournisseurs (agences de publicité...)
- coordonner les partenaires : logistique, approvisionnement, design, agence de communication...
- accompagner la force de vente afin d'assurer la promotion du produit (élaboration d'argumentaires, formation...)
- analyser les résultats d'actions de lancement ou de développement d'un produit, de suivre les ventes
- contrôler et optimiser le budget

*Chargé d'études marketing :*

- collecter les besoins des équipes marketing et commerciale
- définir les moyens et méthodologie adéquats : études qualitatives ou quantitatives, sources documentaires, veille concurrentielle, appel

à des prestataires...

- piloter les relations avec les services, prestataires ou partenaires permettant d'obtenir des informations quantitatives ou qualitatives
- effectuer des études qualitatives (création de guides d'entretien, réunions consommateurs...)
- effectuer des enquêtes quantitatives (conception de questionnaires, encadrement des enquêteurs...)
- analyser, manipuler les données afin de faire émerger des informations lisibles et pertinentes
- synthétiser et formaliser les résultats
- établir des prévisions, des évaluations, des préconisations en matière de politique de produit et/ou service, prix, distribution, promotion et communication.
- présenter le *reporting* auprès des directions concernées.

Compétences opérationnelles :

- Solides connaissances du mix-marketing (prix, produit, promotion, distribution) et des outils statistiques.
- Maitrise de la totalité de la démarche marketing, tant au niveau du marketing-développement qu'au niveau du marketing opérationnel.
- Maitrise des outils informatiques spécifiques liés aux bases de données, logiciels de traitement statistiques, présentation des résultats.
- Capacité à interpréter et analyser les informations qualitatives et quantitatives des études marketing (panels, études ad hoc) et des bases de données clients.
- Maîtrise du logiciel intégré de statistique et de bases de données SAS

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

Entreprises produisant des biens ou des services de grande consommation, grande distribution  
Cabinets de conseil en marketing ou en communication

- Les métiers du marketing, ouverts à l'international : Chef de produit (opérationnel et développement), Responsable e-marketing, Promotion manager, Price manager.
- Les métiers des études marketing : Chargé d'études, Conseil marketing, Analyste marketing,
- Consultant

### Codes des fiches ROME les plus proches :

**M1705** : Marketing

**M1703** : Management et gestion de produit

**M1403** : Études et perspectives socio-économiques

### Modalités d'accès à cette certification

#### Descriptif des composantes de la certification :

Le master est ouvert aux étudiants titulaires d'une licence (BAC + 3 - 180 ECTS) de l'université Paris-Dauphine.

Les semestres S1 et S2 du master Marketing et stratégie de l'Université de Dauphine apportent le socle de connaissances en marketing indispensable aux différentes spécialisations développées en S3 et S4. Dès le M1, la formation accorde aussi une place importante à la recherche (méthodologie et rigueur scientifique, analyse d'articles scientifiques), renforcée notamment par une convention signée avec l'ENS Cachan.

Semestre 1 : Business game ; Comportement du consommateur ; Etudes et recherche ; Marketing international ; Management stratégique ; Anglais ; Chef de produit ; droit de la conso et de la distribution ; Le monde des affaires dans l'art.

Semestre 2 : Systèmes d'information et marketing ; Distribution ; Communication publicitaire ; Innovation et société ; Anglais ; Stratégie de marque ; Service marketing ; Statistiques. Mémoire ; Apprentissage ; Projet international.

Un cycle de conférences sur les métiers du marketing et sur la recherche de stage est également proposé.

**L'année de césure** peut s'insérer dans le programme de formation de Master : Elle se déroule généralement sous la forme de 2 stages de 6 mois. Elle est obligatoire **pour les étudiants qui n'auraient pas fait d'apprentissage en semestres S1 et S2.**

Le programme des S3 et S4 se déroule sur 15 mois (9 mois de cours, 6 mois de stage). Les cours sont dispensés en français et anglais (environ 40%) :

Semestre 3 : Marketing international ; Marketing planning ; Financial management; Marketing strategy; Méthodologie des études quantitatives; Etudes qualitatives ; Tests et expérimentation ; Analyses statistiques multivariées (3 ECTS chacun) ; Marketing trends ; Conception et gestion des études (2 ECTS chacun) ; Panes, Excel (1 ECTS chacun).

Semestre 4 : Marketing management ; Marketing decisions ; Innovation; Pricing; E-marketing; CRM et Big Data; Marketing distribution (3 ECTS chacun); Analyse sensorielle; Marketing digital (2 ECTS chacun);

Mémoire de mission (3 ECTS) ; Soutenance rapport de stage d'application (1 ECTS) ; Insertion professionnelle (1 ECTS).

### 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		Jury composé d'universitaires et de professionnels enseignant dans le programme
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue	X		oui
En contrat de professionnalisation	X		<b>idem</b>
Par candidature individuelle	X		oui
Par expérience dispositif VAE	X		Majorité d'enseignants-chercheurs, ainsi que des personnes ayant une activité principale autre que l'enseignement et compétentes pour apprécier la nature des acquis, notamment professionnels, dont la validation est sollicitée

	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

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

Arrêté du 19 septembre 2014 conférant le grade de master aux Diplômes de Grand Etablissement de l'université Paris Dauphine pour la période 2014-2019.

Arrêté du 28 septembre 2009 relatif aux habilitations des masters de l'université Paris Dauphine

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

30aine étudiants par promotion. 20-25% d'hommes en moyenne

<http://www.dauphine.fr/fr/formations-et-diplomes/orientation-insertion/insertion-professionnelle/enquete-pluricite-dauphine-2014.html>

##### Autres sources d'information :

[www.mastermarketingdauphine.com](http://www.mastermarketingdauphine.com)

##### Lieu(x) de certification :

Université Paris Dauphine, Place du Maréchal de Lattre de Tassigny, 75775 Paris cedex 16

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

Université Paris Dauphine, Place du Maréchal de Lattre de Tassigny, 75775 Paris cedex 16

##### Historique de la certification :

Créée en 1976 sous le nom de DESS Marketing.

Diplôme de Grand Etablissement en 2010, grade master en 2012.