

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 28841**

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 Marketing, Vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Jean Moulin - Lyon 3	Président de l'université

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

314 Comptabilité, gestion, 310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Les diplômés du Master Marketing Vente peuvent prendre en charge les activités suivantes :

- la veille et l'analyse du comportement d'achat du client, de la concurrence, de l'environnement
- l'élaboration d'un plan d'études
- la réalisation de campagnes de marketing direct, de campagnes promotionnelles, l'organisation d'évènements, la gestion de communautés, la conception de supports de communication
- l'élaboration d'argumentaires, la création d'outils commerciaux, la prospection et la fidélisation clients
- la négociation et le management de la relation avec les partenaires externes de la communication et avec les autres services internes de l'entreprise
- l'élaboration d'indicateurs, le suivi et l'analyse de la performance des actions de communication et des ventes, le pilotage de la satisfaction client
- l'étude approfondie des caractéristiques des marchés industriels complexes et/ou internationaux
- la prospection de nouveaux clients en collaboration avec les ingénieurs commerciaux
- la contribution au démarrage et au déroulement d'une réponse à un appel d'offre
- la gestion d'un portefeuille client (analyse de l'environnement, plan d'action marketing)
- la sélection et l'aide à la gestion des grands comptes
- le suivi d'affaires depuis la mise en place d'un contrat jusqu'à la mise en production

Le diplômé du Master marketing vente dispose des capacités suivantes :

- 1 - compétences relationnelles :
 - Identifier les interlocuteurs professionnels pertinents
 - Communiquer efficacement et convaincre les collègues, les partenaires et les clients
 - Travailler en équipe et en mode projet
- 2 - compétences organisationnelles :
 - Hiérarchiser les priorités et planifier ses actions sur l'année pour mener un projet à bien
 - Elaborer un reporting et présenter des résultats de façon claire, concise et convaincante
 - Réagir et mettre en œuvre des actions correctives
- 3 - compétences techniques :
 - Caractériser l'identité de l'entreprise, spécifier les comportements responsables à adopter et les signifier aux parties prenantes
 - Concevoir un processus et des outils de veille et d'analyse des bonnes pratiques
 - Savoir déterminer les segments attractifs en accord avec les atouts de l'entreprise, différencier et positionner l'offre
 - Mener un processus d'innovation en lien avec les services internes et accompagner l'innovation sur le marché
 - Présenter un plan opérationnel avec un design, une marque, un packaging, une politique de prix, des circuits de distribution en cohérence avec la stratégie
 - Définir un niveau de qualité, concevoir et faire respecter des processus de réalisation des services
 - Proposer des modes de relation et des partenariats distincts des petits comptes aux grands comptes et mettre en œuvre les outils de la fidélisation
 - Savoir mobiliser les énergies et conduire l'équipe autour d'un projet commun
 - Pouvoir élaborer des tableaux de bord et monitorer la performance globale en lien avec les objectifs fournis par la hiérarchie

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

Toutes les entreprises (PME, ETI, GE) ou associations ou collectivités

- commercialisant des produits et/ou services
- pour différents types de relations : B to B, B to C...

- dans des secteurs d'activité variés : énergie, médical, conseil, agroalimentaire, banque, négoce, communication, domotique ...

1. Pour le parcours Marketing des services et expérience client :

Responsable du développement ;

Responsable clientèle ;

Responsable de la relation client ;

Responsable marketing ;

Responsable de communication ;

Responsable de secteur ;

Chargé d'études, Chargé d'affaires ;

Directeur d'agence ;

Responsable marketing et communication ;

Consultant ;

Responsable commercial.

Nouveaux métiers : community manager, manager de l'expérience client, e-merchandiser

2. Pour le parcours Marketing et commercialisation des produits de grande consommation :

Chef de rayon dans la grande distribution ;

Merchandiseur ;

Chef de marché chez le fabricant ;

Category manager ;

Trade marketeur ;

Chef de produit.

3. Pour le parcours Marketing et vente en Business to Business (B2B) :

Chargé d'affaires,

Chef de secteur,

Chargé de clientèle,

Ingénieur d'affaires,

Responsable grands comptes,

Chargé de développement de marchés internationaux,

Chef de produit,

Chef des ventes,

Chef d'agence,

Responsable marketing et vente,

Business Manager.

4. Pour le parcours Vente et Management Commercial : responsable de secteur,

ingénieur commercial ou technico-commercial,

business manager, ...

5. Pour le parcours Marketing stratégique et opérationnel :

Chef de produit,

chargé de communication,

chargé d'études,

chargé de développement,

responsable service clients,

responsable comptes clefs,

chef de projet marketing,

directeur d'agence,

animateur de marché,

consultant...

6. Pour le parcours Marketing connecté et communication digitale :

Maître d'oeuvre PMO en marketing digital,

Maître d'ouvrage ou pilote de projet en marketing digital,

Community manager,

Concepteur et chef de projet E-Business,

Analyste de données marketing et vente,

Concepteur de points de vente multi-canal,

Responsable du marketing digital.

7. Pour le parcours Management et Direction Commerciale (en formation continue uniquement) :

- Chef des ventes,
- Responsable grands comptes,
- Directeur régional des ventes,
- Directeur des ventes,
- Directeur commercial, ...

Codes des fiches ROME les plus proches :

- M1705 : Marketing
- M1704 : Management relation clientèle
- E1103 : Communication
- M1707 : Stratégie commerciale
- M1702 : Analyse de tendance

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La formation se compose d'un socle de connaissances en marketing et en vente (M1) et d'une spécialisation (M2) Il existe 6 parcours spécialisés.

M1 : cours fondamentaux de gestion et management organisés en tronc commun (12 cours, 27 ECTS) ainsi que de matières de spécialité, transmettant aux étudiants de solides connaissances dans les fondamentaux propres à leur mention (9 cours, 30 ECTS), le stage étant valorisé par 3 ECTS.

En seconde année, les étudiants suivent 16 cours comprenant 10 cours obligatoires selon le parcours de spécialisation choisi, 3 matières optionnelles, 1 matière d'ouverture aux Humanités, 1 séminaire international et 1 cours de méthodologie du mémoire.

Il existe aussi un parcours Marketing stratégique et opérationnel organisé en alternance sur les deux années qui présente quelques spécificités :

En M1 : Le rythme d'alternance est de 1 semaine en formation et 3 semaines en entreprise sur 24 mois.

- Intelligence économique et benchmark ; Méthodes qualitatives de l'enquête ; Méthodes quantitatives de l'enquête
- Comportement du consommateur ; Comportement du client ; Relation client et fidélisation
- Communication d'entreprise ; Marketing digital ; outils et logiciels marketing
- Négociation ; Projets et conduite du changement ; Management stratégique
- Séminaire international ; Anglais des affaires
- Retour d'alternance ; Méthodologie de la note de synthèse ; Soutenance de la note de synthèse ; Projet tuteuré ; Tutorat

individualisé ; Evaluation d'entreprise

En M2 :

- Marketing stratégique approfondi ; Marketing opérationnel ; Marketing des services
- Marketing de l'innovation ; Communication corporate et identité de l'entreprise ; Marketing et développement durable ; Marketing international
- Management d'équipe ; Management des processus et de la qualité ; Gestion des comptes clefs et partenariats
- Droit social et commercial ; Analyse de la performance
- Management et humanité ; Séminaire international
- Retour d'alternance ; Tutorat individualisé ; Méthodologie du mémoire ; Projet tuteuré ; Soutenance du mémoire ; Evaluation d'entreprise

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI/NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Leur composition comprend : - une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation - des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements. - des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
En contrat d'apprentissage	X	

Après un parcours de formation continue	X	Leur composition comprend : - une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation - des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements. - des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
En contrat de professionnalisation	X	Leur composition comprend : - une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation - des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements. - des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2004	X	Le jury est composé : - d'une majorité d'enseignants-chercheurs - de 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 24 juin 2016 accréditant l'université Jean Moulin Lyon3 en vue de la délivrance de diplômes nationaux

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Decret du 24 avril 2002

Code de l'éducation L613-3 et L613-4

Références autres :

Arrêté du 22 janvier 2014 relatif au cadre national des formations

Pour plus d'informations

Statistiques :

Résultats de l'enquête annuelle d'insertion professionnelle, réalisée par l'OFIP

<http://www.univ-lyon3.fr/fr/insertion-professionnelle/enquetes-d-insertion/les-enquetes-d-insertion-professionnelle-de-l-ofip-926114.kjsp>

Autres sources d'information :

[iaelyon Offre de formation](#)

Lieu(x) de certification :

Université Jean Moulin - Lyon 3 : Auvergne Rhône-Alpes - Rhône (69) [Lyon]

iaelyon

Université Jean Moulin Lyon3

6 cours Albert Thomas

BP 8242

69355 LYON Cedex 08

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

iaelyon

Université Jean Moulin Lyon3

6 cours Albert Thomas

BP 8242

69355 LYON Cedex 08

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31501