

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 28487**

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 Mention Marketing, Vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Panthéon Sorbonne - Paris 1 (certains parcours sont proposés par l'IAE de Paris)	Président de l'université de Paris I

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

La mention Marketing, Vente propose 4 parcours :

Marketing et pratiques commerciales (Ap - FC) IAE de Paris

Management de la marque et communication (Ap) IAE de Paris

Marketing et communication de la santé (FC) IAE de Paris

Stratégie commerciale et politique de négociation (SCPN)

• Parcours Marketing et pratiques commerciales (Ap - FC) IAE de Paris

Les étudiants sont aptes à :

- Réaliser des études de marchés,
- Elaborer des stratégies marketing, des politiques de produit,
- Définir les politiques tarifaires
- Travailler dans le marketing opérationnel, le marketing digital, la communication média et hors média
- Gérer des équipes commerciales, la relation client, le big data, les comptes clés.
- Sélectionner des canaux de distribution,
- Développer des marchés,
- Piloter des business unit

• Parcours Management de la marque et communication (Ap) IAE de Paris

Les étudiants sont aptes à :

- Gérer la réputation, l'image et la notoriété de marques commerciales, employeur ou corporate,
- Réaliser et analyser les études de marques de type brand tracking
- Gérer la communication digitale des marques sur tous les supports (medias, internet, mobile, réseaux sociaux)
- Concevoir des storytelling et de la création de contenu,
- Piloter des stratégies de développement des marques,
- Participer à la protection juridique et à l'évaluation financière des marques.

• Parcours Marketing et communication de la santé (FC) IAE de Paris

Les étudiants sont aptes à :

- Manager des organisations, et des établissements santé,
- Évoluer dans le marketing, le marketing digital, la communication, les relations publiques, la communication digitale, medical affairs, disease management,
- Participer à la gestion de réputation, aux politiques de promotion de la santé et e-santé, aux parcours patients, au développement des ventes,
- Développer l'entrepreneuriat en santé
- Gérer la relation client, le market access, le business development

• Parcours Stratégie commerciale et politique de négociation (SCPN)

Les étudiants sont aptes à :

- Concevoir et mettre en oeuvre une stratégie marketing
- Collaborer à la conception de nouveaux procédés ou techniques de vente et de négociation
- Réaliser des études de marché pour identifier les territoires possibles de distribution, d'implantation et d'exploitation commerciale
- Collaborer à l'élaboration et la mise en oeuvre de la négociation stratégique au niveau international et européen en tenant compte de l'environnement politique et commercial
- Appliquer et faire respecter la législation relative à la vente et à la distribution lors de négociation et d'échange commerciaux
- Identifier et utiliser les canaux de distribution efficaces

Exploiter des fichiers de consommateurs pour vendre (via les techniques de l'information, l'enquête, la promotion, la publicité ou encore la vente à distance)

Gérer la force de vente de l'entreprise (prospection, vente, communication d'informations économiques, techniques)

Capacités attestées

• **Parcours Marketing et pratiques commerciales** (Ap - FC) IAE de Paris

Les étudiants sont capables de :

Maîtrise des connaissances et pratiques requises dans le domaine du marketing ou de la vente

Acquisition des compétences clés nécessaires dans les métiers de l'ingénierie, l'informatique, la gestion, le marketing et le commercial

Développement des compétences créatrices de valeur pour évoluer dans les milieux de l'analyse stratégique, le management d'équipe, l'esprit d'innovation, la négociation, la communication personnelle et interpersonnelle, l'analyse de données, les études de marché

Maîtrise des outils inhérents à la digitalisation des activités et au développement du big data.

• **Parcours Management de la marque et communication** (Ap) IAE de Paris

Les étudiants sont capables de :

Acquisition des compétences nécessaires à l'exercice des fonctions liées à la création et au développement des marques soit dans les services marketing ou communication interne et externe des entreprises, soit en agence conseil en communication ou en institut d'étude;

Maîtrise des principaux outils d'évaluation de la performance des marques, d'un point de vue marketing (collecte et analyse des données liées à l'image et à la réputation), comptable et financier (méthodes d'évaluation financière des marques), et juridique (dépôt et protection des marques)

Développement des compétences liées à la création de contenu: méthodes créatives et de narration, principes du storytelling et de la production de contenus éditoriaux,

Maîtrise des outils et des stratégies de communication multicanal: définition des cibles, construction du mediaplanning, suivi de l'audience

Développement des compétences comportementales: la conduite de projet, les relations interpersonnelles, la gestion des conflits, la conduite du changement, le leadership

• **Parcours Marketing et communication de la santé** (FC) IAE de Paris

Les étudiants sont capables de :

Acquisition des compétences en analyse stratégique, études de marché, management de projets, management des talents

Développement des compétences en management d'équipe, management de la complexité, conduite du changement, leadership, agilité, esprit d'initiative

Connaissances en responsabilité sociétale et environnementale, création de valeur et communication personnelle

Maîtrise des études de marché et du marketing stratégique et opérationnel

Capacité à la négociation et à la création de valeur

• **Parcours Stratégie commerciale et politique de négociation** (SCPN)

Les étudiants sont capables de :

Elaborer une stratégie d'achat

Maîtriser et appliquer les techniques de négociation commerciale

Assurer la veille sur l'évolution (nationale et internationale) législative, réglementaire, jurisprudentielle en matière de vente et distribution

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

Ce professionnel travaille en entreprise, en instituts d'études, en tant que consultants ainsi que dans des services publics.

Consultant en marketing, responsable de la recherche marketing en entreprise, enseignant chercheur à l'Université et en écoles de commerce, chargé d'études qualitatives, chargé d'études quantitatives, chef de produit, responsable de point de vente, responsable communication, chef de secteur (en hypermarché), de directeur de magasin (en supermarchés ou en magasins spécialisés), de merchandisers, d'acheteurs, de directeur régional d'une enseigne, chef de marque, chef de publicité, responsable communication, chargé d'études marque, chef de produit, chef de marque, chef de marché, chargé d'étude web, community manager chef de publicité, attaché commercial, responsable d'enseigne, ingénieur commercial, responsable commercial, directeur commercial adjoint, chef d'agence, directeur des ventes, directeur de clientèle, chef de groupe, category manager, directeur de magasin, chef de marchés, directeur Marketing d'une marque santé, Responsable de la communication santé, Chef de projet e-santé, Community Manager dans le web santé, rédacteur concepteur santé, expert auprès des pouvoirs publics (HAS, ANSES, ANSM, UE...), Médecin, Pharmacien produit dans les industries de santé

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1703 : Management et gestion de produit

E1401 : Développement et promotion publicitaire

M1707 : Stratégie commerciale

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

La mention Marketing, Vente propose 4 parcours :

Marketing et pratiques commerciales (Ap - FC) IAE de Paris

Management de la marque et communication (Ap) IAE de Paris

Marketing et communication de la santé (FC) IAE de Paris

Stratégie commerciale et politique de négociation (SCPN)

MASTER 1 MARKETING, VENTE (pour masters de l'EMS)

Descriptif des composantes de la certification :

Semestre 1

UE 1 - Enseignements fondamentaux / 17 ECTS : Stratégie d'entreprise (5 ECTS) ; Finance (6 ECTS) ; Techniques d'enquête en management (6 ECTS)

UE 2 - Enseignements de professionnalisation / 7 ECTS : Langue (ang/all/esp) (2 ECTS) ; Publicité et marketing communication (5 ECTS)

UE 3 - Enseignements d'ouverture (choisir 2 cours) / 6 ECTS : Théorie des organisations ou Gestion de trésorerie ou Droit communautaire des affaires ou Recherche en management ou Entreprises en difficultés ou Analyse des données ou Econométrie appliquée

Semestre 2

UE 1 - Enseignements fondamentaux / 12 ECTS : Systèmes d'information et informatique (4 ECTS) ; Marketing de la distribution (4 ECTS) ; Expertise statistique en marketing (ECTS)

UE 2 - Enseignements de professionnalisation / 8 ECTS : Langue (ang/all/esp) (2 ECTS) ; Logistique (3 ECTS) ; Big data (3 ECTS)

UE 3 - Enseignements d'ouverture (choisir 2 cours) / 6 ECTS : Fiscalité d'entreprise ou Atelier création d'entreprise ou Evaluation de projet ou Relations professionnelles ou Planification et contrôle ou Techniques quantitatives de gestion ou Politique réglementaire et concurrence ou Ressources humaines

UE 4 - Expérience professionnelle / 4 ECTS : Stage en entreprise (4 ECTS)

PARCOURS MARKETING ET PRATIQUES COMMERCIALES (Ap - FC) IAE de Paris

FORMATION EN APPRENTISSAGE M1/M2

Descriptif des composantes de la certification :

Semestre 1

UE 1 Connaissance du consommateur / 6 ECTS ; UE 2 Etudes qualitatives / 6 ECTS ; UE 3 Etudes quantitatives / 6 ECTS ; UE 4 Négociation et technique de vente / 6 ECTS ; UE 5 Management et marketing stratégique / 6 ECTS

Semestre 2

UE 6 Marketing opérationnel / 6 ECTS ; UE 7 E-Commerce / 6 ECTS ; UE 8 Négociation internationale / 6 ECTS ; UE 9 Marketing sectoriel / 6 ECTS ; UE 10 Orientation et insertion professionnelle / 6 ECTS

Semestre 3

UE 1 Marketing Opérationnel / 6 ECTS ; UE 2 Connaissance client / 6 ECTS ; UE 3 Marketing Digital / 6 ECTS ; UE 4 Organisation et Management commercial / 6 ECTS ; UE 5 Performance marketing et commerciale / 6 ECTS

Semestre 4

UE 6 Management de la marque et communication / 6 ECTS ; UE 7 Stratégie / 6 ECTS ; UE 8 Gestion des données clients / 6 ECTS ; UE 9 Méthodes, pratiques et compétences relationnelles / 12 ECTS

FORMATION CONTINUE JOURNEES BLOQUEES

Semestre 3

UE 1 Management Stratégique / 6 ECTS ; UE 2 Etudes et recherches marketing / 6 ECTS ; UE 3 Analyses statistiques des données / 6 ECTS ; UE 4 Marketing Opérationnel / 6 ECTS ; UE 5 Gestion de la Marque et Communication / 6 ECTS

Semestre 4

UE 6 Performance commerciale / 6 ECTS ; UE 7 Vente et management commercial / 6 ECTS ; UE 8 Marketing sectoriel / 6 ECTS ; UE 9 Séminaire pratiques et méthodes / 12 ECTS

FORMATION CONTINUE SOIRS

Semestre 3

UE 1 Management Stratégique / 6 ECTS ; UE 2 Etudes et recherches marketing / 6 ECTS ; UE 3 Analyses statistiques des données / 6 ECTS ; UE 4 Marketing Opérationnel / 6 ECTS ; UE 5 Gestion de la Marque et Communication / 6 ECTS

Semestre 4

UE 6 Performance commerciale / 6 ECTS ; UE 7 Vente et management commercial / 6 ECTS ; UE 8 Marketing sectoriel / 6 ECTS ; UE 9 Séminaire pratiques et méthodes / 12 ECTS

PARCOURS MANAGEMENT DE LA MARQUE ET COMMUNICATION (Ap) IAE de Paris

FORMATION EN APPRENTISSAGE M1/M2

Descriptif des composantes de la certification :

Semestre 1

UE 1 Connaissance du consommateur / 6 ECTS ; UE 2 Fondamentaux de la marque / 6 ECTS ; UE 3 Publicité Médias / 6 ECTS ; UE 4 Développement des compétences relationnelles / 6 ECTS ; UE 5 Droit et pilotage de la performance / 6 ECTS

Semestre 2

UE 6 Communication digitale / 6 ECTS ; UE 7 Etudes qualitatives / 6 ECTS ; UE 8 Etudes quantitatives / 6 ECTS ; UE 9 Analyse de données / 6

ECTS UE 10 Orientation et insertion professionnelles / 6 ECTS

Semestre 3

UE 1 Expérience de marque, narration, design/ 6 ECTS ; UE 2 Développement des Marques et communication hors-média/ 6 ECTS ; UE 3 Digital branding et community management / 6 ECTS ; UE 4 Gestion et projet multimedia / 6 ECTS ; UE 5 Management internet de la marque / 6 ECTS

Semestre 4

UE 6 De la relation client au social CRM/ 6 ECTS ; UE 7 Transformation digitale et entrepreneuriat/6 ECTS ; UE 8 Evaluation et règlementation de la marque/ 6 ECTS ; UE 9 Développement personnel/ 12 ECTS

PARCOURS MARKETING ET COMMUNICATION SANTE (FC) IAE de Paris

FORMATION CONTINUE JOURNEES BLOQUEES

Descriptif des composantes de la certification :

Semestre 3

UE 1 Fondamentaux de la santé / 6 ECTS ; UE 2 Management et leadership/ 6 ECTS ; UE 3 Stratégie et organisation de santé/ 6 ECTS ; UE 4 Marketing stratégique dans le secteur de la santé/ 6 ECTS ; UE 5 Marketing opérationnel dans le secteur de la santé/ 6 ECTS

Semestre 4

UE 6 Ethique et droit de la santé / 6 ECTS ; UE 7 Communication et stratégie de contenu / 6 ECTS ; UE 8 Stratégie média et communication digitale/ 6 ECTS ; UE 9 Séminaire et spécialisation sectorielle dans le domaine de la santé / 12 ECTS

PARCOURS STRATÉGIE COMMERCIALE ET POLITIQUES DE NÉGOCIATION (SCPN)

Descriptif des composantes de la certification :

Semestre 3

UE 1 - Enseignements fondamentaux / 15 ECTS : Droit de la vente et de la distribution (5 ECTS) ; Recherche et études en stratégie marketing (5 ECTS) ; Stratégie d'entreprise (5 ECTS) ; Méthodologie de recherche appliquée au mémoire ; Stratégies logistiques et négociation

UE 2 - Enseignements de professionnalisation / 15 ECTS : Techniques et stratégies d'achat (3 ECTS) ; Anglais commercial (3 ECTS) ; Négociation internationale (3 ECTS) ; Distribution et urbanisme commercial (3 ECTS) ; Préparation aux concours de négociation (3 ECTS); séminaire d'actualité ; conférences de professionnels

Semestre 4

UE 1 - Enseignements fondamentaux / 24 ECTS : Nouveaux concepts de distribution (3 ECTS) ; Techniques de négociation commerciale (3 ECTS) ; Mémoire (9 ECTS) ; Epreuve de transaction commerciale (9 ECTS)

UE 2 - Enseignements de professionnalisation / 6 ECTS : Négociation complexe (2 ECTS) ; Anglais des affaires (2 ECTS) ; Marketing direct et e-commerce (1 ECTS) ; Management de la force de vente (1 ECTS) ; Conférences de professionnels ; Séminaire d'actualité ; Rapport de stage (3 mois minimum)

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	Jury d'admission formé d'enseignants-chercheurs et intervenants professionnels
En contrat d'apprentissage	X	Jury d'admission formé d'enseignants-chercheurs et intervenants professionnels
Après un parcours de formation continue	X	Jury d'admission formé d'enseignants-chercheurs et intervenants professionnels
En contrat de professionnalisation	X	Jury d'admission formé d'enseignants-chercheurs et intervenants professionnels
Par candidature individuelle	X	Jury d'admission formé d'enseignants-chercheurs et intervenants professionnels
Par expérience dispositif VAE prévu en 2002	X	Jury de VAE formé d'enseignants-chercheurs et intervenants 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 d'accréditation 22 mars 2016

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

Arrêté du 25 avril 2002, jo du 27 avril 2002 (Réforme LMD création des masters)

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Décret n°2013-756 du 19/08/2013 articles R. 613-33 à R. 613-37

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

<https://www.univ-paris1.fr/services/orive/>

Autres sources d'information :

[Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne](#)

Lieu(x) de certification :

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

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31501

Certification précédente : [Mention Management spécialité Stratégie commerciale et politiques de négociation](#)