

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 26383**

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 Domaine DROIT, ÉCONOMIE, GESTION, Mention Marketing et Vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université de Bordeaux	Président de l'Université de Bordeaux, Recteur de Bordeaux, Chancelier des Universités

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312p Gestion des échanges commerciaux

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

** Parcours Master 2 Commercial Business Developer :*

- Élaborer une stratégie d'achat pour l'entreprise ; Définir et mettre en œuvre la politique des achats de l'entreprise selon des objectifs de rationalisation et de réduction des coûts ; Rechercher et sélectionner des produits et des fournisseurs selon la stratégie d'achat de l'entreprise et négocier les contrats commerciaux selon des objectifs de coûts, délais et qualité

- Définir et mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'entreprise selon des objectifs de rentabilité économique ; Organiser et suivre l'activité de la force de vente selon la politique commerciale de l'entreprise ; Prospecter une clientèle de professionnels, proposer des solutions techniques selon les besoins, impératifs du client et négocier les conditions commerciales de la vente ; Définir les conditions de vente avec des clients ; négocier et suivre les contrats grands compte ; Organiser et développer l'activité commerciale à l'international

- Réaliser l'interface entre les clients, les services internes (commercial, production, planification,...) et les intervenants externes (transporteurs,...) de l'entreprise

- Organiser ou réaliser la gestion des contrats de vente depuis la réception des commandes jusqu'à la livraison des produits chez le client

** Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :*

- Définir et mettre en œuvre la stratégie commerciale et marketing (tarifs, promotion, communication, gammes de produits, supports techniques,...) d'une structure de vins et spiritueux selon des objectifs de rentabilité économique

- Définir et mettre en œuvre la stratégie d'achat d'une structure de vins et spiritueux selon des objectifs de rationalisation et de réduction des coûts ; Rechercher et sélectionner des produits et des fournisseurs selon cette stratégie et négocier les contrats commerciaux selon des objectifs de coûts, délais et qualité

- Organiser et suivre l'activité de la force de vente selon la politique commerciale de la structure ; Négocier et suivre les contrats grands comptes ; Définir les conditions de vente avec les clients ; Organiser ou réaliser la gestion des contrats de vente depuis la réception des commandes jusqu'à la livraison des produits chez le client ; Réaliser l'interface entre les clients, les services internes (commercial, production, planification,...) et les intervenants externes (transporteurs,...) de l'entreprise

** Parcours Master 2 Marketing Stratégique :*

- Définir et mettre en œuvre la stratégie marketing (tarifs, promotion, communication, gammes de produits, supports techniques,...) pour l'ensemble des produits de l'entreprise

- Définir et mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'entreprise selon des objectifs de rentabilité économique

- Organiser et développer l'activité commerciale à l'international ou un type de vente en e-commerce

- Diriger un service et coordonner une équipe

** Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*

- Définir et mettre en œuvre la stratégie de communication (media planning, support planning, encadrement créatif, conseil, supports techniques,...) de l'entreprise, de ses marques, ou de ses produits, offline et online,

- Définir et mettre en œuvre la stratégie de communication de l'entreprise selon des objectifs de rentabilité économique

- Réaliser l'interface entre les clients (annonceurs), les services internes (communication, publicité, stratégie) et les intervenants externes (medias,...)

- Diriger un service et coordonner une équipe

** Parcours Master 2 Commercial Business Developer :*

- Identifier les besoins en approvisionnement de l'entreprise et prospecter ou analyser le marché des fournisseurs et des produits ; Élaborer le cahier des charges type, contrat type, catalogue de référencement ; Élaborer des appels d'offres ou des cahiers des charges fournisseurs, prestataires ; Analyser les réponses à appel d'offres et évaluer la capacité des fournisseurs à répondre aux demandes ; Négocier les prix et les délais de livraison des produits avec les fournisseurs ; Suivre l'exécution des contrats d'achats jusqu'à liquidation selon les clauses (quantité, qualité, délais de livraison,...) ; Mettre en place les modalités de suivi des fournisseurs ; Évaluer les fournisseurs, les produits (audits, enquêtes de satisfaction, prélèvement d'échantillons,...) ; Optimiser la politique d'achats de l'entreprise

- Déterminer les objectifs de stratégie de vente de son secteur ; Analyser le potentiel de clients/prospects ; Développer un portefeuille de clients/prospects ; Concevoir l'étude de faisabilité technique (chiffrage, relevé de mesures,...) de la demande du client et établir le devis ;

Négocier avec le client les modalités du contrat de vente ; Suivre et analyser les résultats des ventes et proposer des ajustements

- Définir les procédures administratives de traitement des commandes et en contrôler l'application ; Établir la planification de traitement des commandes et déclencher l'ordre de production ou le transmettre au service concerné ; Contrôler ou enregistrer les contrats de vente et informer le client sur le traitement de sa commande ; Suivre l'état d'avancement de la fabrication des produits et proposer des actions correctives ; Organiser l'expédition des commandes et informer les clients sur la mise à disposition des produits ; Optimiser la politique de distribution de l'entreprise
- Contrôler le suivi administratif de comptes clients (avoirs, escomptes, encours,...) ; Réaliser le suivi des clients grands comptes de la structure ; Superviser la gestion de portefeuilles (dossiers de financement, solvabilité,...) ; Traiter les dossiers particuliers (litiges,...) ou transmettre au service concerné
- Élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise et définir les plans d'actions annuels (promotion des produits, marché à investir,...) ; Définir une stratégie d'internationalisation ; Élaborer et gérer les budgets ; Coordonner l'activité des commerciaux et leur apporter un appui technique ; Suivre et analyser les données d'activité du service ou de la structure et proposer des axes d'évolution ; Réaliser la veille concurrentielle des produits (marché, prix, nouvelles tendances,...)

** Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :*

- Élaborer la stratégie commerciale d'une structure de vins et spiritueux et définir les plans d'actions annuels (promotion des produits, marchés à investir,...) ; Coordonner l'activité des commerciaux et leur apporter un appui technique ; Suivre et analyser les données d'activité de la structure et proposer des axes d'évolution
- Réaliser une veille concurrentielle sur les vins et spiritueux (marché, prix, nouvelles tendances,...) et analyser le marché des produits, les besoins des consommateurs et de la concurrence ; Définir les caractéristiques de nouveaux produits, l'adaptation de produits existants ; Établir les modalités de fabrication des produits selon les impératifs de production ; Réaliser le plan marketing du produit ou de la gamme après élaboration du cahier des charges technique ; Analyser les parts de marché, ventes, marges bénéficiaires du produit ou de la gamme et proposer des ajustements (opérations de promotion, alignement sur la concurrence,...) ; Concevoir le plan média de mise sur le marché du produit ou de la gamme et les supports de promotion (fiche technique, argumentaire de vente, catalogue,...)
- Définir la stratégie d'achat (investissements, équipements, spécialisation,...) d'une structure de vins et spiritueux ou participer à leur définition ; Analyser le marché des fournisseurs et des produits de la filière ; Élaborer ou faire évoluer les procédures de gestion des achats de la structure ; Définir et suivre les objectifs de performance des achats, analyser les résultats et identifier des axes de progrès ; Élaborer le cahier des charges type, contrat type, catalogue de référencement ; Superviser la sélection des fournisseurs et attribuer les marchés ; Négocier les prix et les délais de livraison des produits avec les fournisseurs ; Mettre en place les modalités de suivi des fournisseurs pour proposer des axes d'évolution
- Déterminer la stratégie de vente d'une structure de vins et spiritueux ; Définir les procédures administratives de traitement des commandes de vins et spiritueux et en contrôler l'application ; Analyser les supports de suivi d'activité et proposer des axes d'évolution ; Contrôler les contrats de vente ; Établir la planification de traitement des commandes ; Organiser l'expédition des commandes ; Informer les clients sur le traitement de sa commande ; Réaliser le suivi des clients grands comptes de la structure et analyser le potentiel de clients/prospects ; Contrôler le suivi administratif de comptes clients (avoirs, escomptes, encours,...) et superviser la gestion de portefeuilles (dossiers de financement, solvabilité,...) ; Traiter des dossiers particuliers (litiges,...) ou transmettre au service concerné

** Parcours Master 2 Marketing Stratégique :*

- Concevoir et traiter une étude de marché qualitative ou quantitative en utilisant les outils statistiques et logiciels d'analyse des données tel SPSS
 - Comprendre la contribution spécifique du marketing au management stratégique de l'entreprise et concevoir un plan stratégique en marketing
 - Produire des prévisions commerciales fondées sur des méthodes d'extrapolation de tendance ou sur des modèles de corrélation ou de causalité
 - Élaborer des procédures de suivi de la consommation et de fidélisation de la clientèle
 - Mettre en place des programmes de mesure de la qualité commerciale des produits ou des services proposés au marché
 - Élaborer des programmes de «trade marketing» efficaces
 - Optimiser le marketing du point de vente (merchandising)
- * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*
- Élaborer la stratégie de communication en ligne et hors ligne
 - Diriger la mise en place de la stratégie de communication en collaboration avec des partenaires (media, annonceurs, agence media, agence de publicité, etc)
 - Optimiser la présence de la marque sur Internet (référencement, animation de communautés, veille,...)
 - Concevoir et traiter une étude de marché qualitative ou quantitative en utilisant les outils statistiques et logiciels d'analyse des données tel SPSS
 - Produire des prévisions commerciales fondées sur des méthodes d'extrapolation de tendance ou sur des modèles de corrélation ou de causalité
 - Mettre en place des programmes de mesure de l'efficacité de la communication

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

** Parcours Master 2 Commercial Business Developer :*

- Entreprises commerciales et de distribution
- Entreprises industrielles (tout secteur d'activité)
- Entreprises de services

** Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :*

- Commerce spécialisé

- Coopératives et les propriétés viti-vinicoles
- Entreprises de négoce
- Grande distribution
 - * *Parcours Master 2 Marketing Stratégique :*
- Agences de promotion et de marketing direct
- Entreprises industrielles et/ou commerciales
- Organismes d'étude et de sondage
- Société de conseil
 - * *Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*
- Communication, média et multimédia
- Entreprises industrielles et/ou commerciales
- Organismes d'étude et de sondage
- Société de conseil
 - * *Parcours Master 2 Commercial Business Developer :*
- Acheteur, acheteur à l'international, acheteur industriel
- Business Developer
- Cadre import/export
- Chef de secteur
- Commercial à l'international
- Directeur commercial
- Gestionnaire de stocks
- Négociateur à l'international
- Responsable de magasins
 - * *Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :*
- Chef de produit
- Dirigeant d'entreprise
- Directeur ou responsable commercial
- Directeur de magasin spécialisé
- Responsable achat
- Responsable zone export, responsable marketing
 - * *Parcours Master 2 Marketing Stratégique :*
- Chef de groupe
- Chef de marque
- Chef de produit
- Directeur de points de vente
- Gestionnaire de base de données
- Ingénieur commercial
- Responsable grands comptes
- Responsable relation clientèle
 - * *Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*
- Chef de publicité
- Chef de projet
- Chef de marque
- Chef de groupe
- Directeur de clientèle en agence de communication / publicité
- Directeur commercial en agence de communication / publicité
- Chargé d'études
- Community manager
- Webmaster éditorial

Codes des fiches ROME les plus proches :

- M1102** : Direction des achats
- M1701** : Administration des ventes
- M1703** : Management et gestion de produit
- M1705** : Marketing
- M1707** : Stratégie commerciale

Réglementation d'activités :

- * *Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*
- Les métiers auxquels prépare ce diplôme ne sont pas des activités réglementées

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

L'octroi du diplôme Master 2 Marketing et Vente s'effectue après une formation en 4 semestres.

À l'Université de Bordeaux :

** Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :*

- Parcours Formation Initiale : Il est recommandé de suivre le Master 1 Commercial Business Developer pour y accéder. Néanmoins, les candidatures sont ouvertes à toute personne titulaire d'un Master 1 Sciences de Gestion et Management, ou tout autre parcours jugé pertinent par le jury, à savoir posséder des connaissances de base en gestion de niveau 1ère année de Master

** Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*

- Parcours Formation Initiale : Il est recommandé de suivre le Master 1 Marketing Stratégique et Communication pour y accéder. Néanmoins, les candidatures sont ouvertes à toute personne titulaire d'un Master 1 Sciences de Gestion et Management, ou tout autre parcours jugé pertinent par le jury, à savoir posséder des connaissances de base en gestion de niveau 1ère année de Master

** Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*

- Parcours Formation Continue : Il est recommandé de suivre le Master 1 Diplôme de Perfectionnement à la Gestion des Affaires pour y accéder. Néanmoins, les candidatures sont ouvertes à toute personne titulaire d'un Master 1 Sciences de Gestion et Management, ou tout autre parcours jugé pertinent par le jury, à savoir posséder des connaissances de base en gestion de niveau 1ère année de Master. Le dispositif de Validation des Acquis Professionnels (VAP) peut permettre de candidater à la formation en l'absence du niveau pré-requis

Une sélection des candidats est effectuée sur dossier à l'issue des deux premiers semestres, puis par entretien avec un jury qui peut être composé du Responsable de la formation et d'enseignants ou de professionnels de la discipline.

** Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :*

Master 1 Commercial Business Developer - Parcours recommandé en Formation Initiale

SEMESTRE 1

UE Obligatoires :

UE 1.1.1 : Stratégie marketing (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)

UE 1.1.2 : Négociation commerciale (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.3 : Étude de cas (crédits : 3 - volume horaire total : 2,25h)

UE 1.1.4 : Management de l'innovation (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.5 : Fondements du management financier (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.6 : Droit de la concurrence et de la consommation (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.7 : Management stratégique (crédits : 3 - volume horaire total : 12h)

UE 1.1.8 : Serious game (crédits : 1 - volume horaire total : 18h)

UE 1.1.9 : Anglais de spécialité - Commerce (crédits : 3 - volume horaire total : 10h)

UE 1.1.10 : Anglais de spécialité renforcé - Commerce (crédits : 2 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.11 : Langue vivante 2 (Allemand ou Espagnol) (crédits : 3 - volume horaire total : 30h)

SEMESTRE 2

UE Obligatoires :

UE 2.1.1 : Distribution et merchandising (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)

UE 2.1.2 : Stratégie d'internationalisation (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 2.1.3 : Économie internationale (crédits : 2 - volume horaire total : 15h)

UE 2.1.4 : Management de la chaîne logistique - fondamentaux (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 2.1.5 : Anglais de spécialité - Commerce (crédits : 3 - volume horaire total : 10h)

UE 2.1.6 : Méthodes et recherche (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 2.1.7 : Conduite d'entretien et communication interne (crédits : 3 - volume horaire total : 12h)

UE 2.1.8 : Anglais de spécialité renforcé - Commerce (crédits : 1 - volume horaire total : 15h)

UE 2.1.9 : Langue vivante 2 (Allemand ou Espagnol) (crédits : 3 - volume horaire total : 30h)

UE 2.1.10 : Projet tuteuré (crédits : 3 - volume horaire total : 2,25h)

UE 2.1.11 : Stage (crédits : 3 - volume horaire total : /)

Modalités de contrôle des connaissances :

- Contrôle continu pour les UE 1.1.3 ; UE 1.1.8 à UE 1.1.11 ; UE 2.1.5 ; UE 2.1.6 et UE 2.1.8 à UE 2.1.10 selon le régime de la session unique

- Contrôle terminal pour toutes les UE avec deux sessions d'examen (à l'exception de l'UE 2.1.11)

- Rapport écrit pour l'UE 2.1.11 selon le régime de la session unique

- Lors de la seconde session, il faut obligatoirement et uniquement repasser les épreuves en contrôle terminal des UE non capitalisées à l'issue de la première session. Les notes obtenues à ces épreuves se substituent, dans tous les cas, à celles obtenues à la première session

Modalités de capitalisation et de compensation :

- Validation des UE : chaque UE est définitivement acquise lorsque la note est égale ou supérieure à 10/20

- Validation des semestres :

o Le semestre 1 est validé quand toutes les UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, sont acquises. Il est également validé lorsque la moyenne des UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20, à la condition qu'aucune note d'UE ne soit inférieure à 7/20

o Pour valider le semestre 2, les conditions suivantes doivent être respectées :

1) La moyenne des UE obligatoires, hors UE 2.1.11, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20

2) La note de chacune de ces UE est égale ou supérieure à 7/20

3) La note de l'UE 2.1.11 est égale ou supérieure à 10/20

- Validation de l'année : pour obtenir le diplôme, il faut avoir validé chacun des deux semestres qui le composent. Il s'obtient avec une moyenne minimale de 10/20 et des mentions sont attribuées

** Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*

Master 1 Marketing Stratégique et Communication - Parcours recommandé en Formation Initiale

SEMESTRE 1

UE Obligatoires :

UE 1.1.1 : Stratégie marketing (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)

UE 1.1.2 : Études de marché I (crédits : 6 - volume horaire total : 30h)

UE 1.1.3 : Communication et persuasion (crédits : 6 - volume horaire total : 30h)

UE 1.1.4 : Conférences professionnelles (crédits : 1 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.5 : Environnement économique international (crédits : 1 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.6 : Droit de la concurrence et de la consommation (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.7 : Management stratégique (crédits : 3 - volume horaire total : 12h)

UE 1.1.8 : Serious game (crédits : 1 - volume horaire total : 18h)

UE 1.1.9 : Anglais de spécialité - Marketing (crédits : 3 - volume horaire total : 10h)

UE 1.1.10 : Projet tutoré (crédits : 3 - volume horaire total : 2h50)

SEMESTRE 2

UE Obligatoires :

UE 2.1.1 : Marketing mix et relation client (crédits : 6 - volume horaire total : 40h)

UE 2.1.2 : Media planning et exposition publicitaire (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 2.1.3 : Études de marché II (crédits : 6 - volume horaire total : 30h)

UE 2.1.4 : Marketing digital (crédits : 3 - volume horaire total : 35h)

UE 2.1.5 : Anglais de spécialité - Marketing (crédits : 3 - volume horaire total : 10h)

UE 2.1.5 : Communication des informations financières et sociétales (crédits : 2 - volume horaire total : 18h)

UE 2.1.6 : Méthodes et recherche (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 2.1.7 : Conduite d'entretien et communication interne (crédits : 3 - volume horaire total : 12h)

UE 2.1.8 : Stage (crédits : 3 - volume horaire total : /)

Modalités de contrôle des connaissances :

- Contrôle continu pour les UE 1.1.8 à UE 2.1.1 ; UE 2.1.3 et UE 2.1.5 à UE 2.1.6 selon le régime de la session unique

- Contrôle terminal pour toutes les autres UE avec deux sessions d'examen (à l'exception de l'UE 2.1.8)

- Rapport écrit pour l'UE 2.1.8 selon le régime de la session unique

- Lors de la seconde session, il faut obligatoirement et uniquement repasser les épreuves en contrôle terminal des UE non capitalisées à l'issue de la première session. Les notes obtenues à ces épreuves se substituent, dans tous les cas, à celles obtenues à la première session

Modalités de capitalisation et de compensation :

- Validation des UE : chaque UE est définitivement acquise lorsque la note est égale ou supérieure à 10/20

- Validation des semestres :

o Le semestre 1 est validé quand toutes les UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, sont acquises. Il est également validé lorsque la moyenne des UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20, à la condition qu'aucune note d'UE ne soit inférieure à 7/20

o Pour valider le semestre 2, les conditions suivantes doivent être respectées :

1) La moyenne des UE obligatoires, hors UE 2.1.8, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20

2) La note de chacune de ces UE est égale ou supérieure à 7/20

3) La note de l'UE 2.1.8 est égale ou supérieure à 10/20

- Validation de l'année : pour obtenir le diplôme, il faut avoir validé chacun des deux semestres qui le composent. Il s'obtient avec une moyenne minimale de 10/20 et des mentions sont attribuées

** Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*

Mention Management et Administration des Entreprises - Master 1 Diplôme de Perfectionnement à la Gestion des Affaires -

Parcours en recommandé Formation Continue

SEMESTRE 1

UE Obligatoires :

UE 1.1.1 : Introduction au management (crédits : 3 - volume horaire total : 7h)

UE 1.1.2 : Contexte économique et social régional (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)

UE 1.1.3 : Droit de l'entreprise et des affaires (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)

UE 1.1.4 : Management d'équipe (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)

UE 1.1.5 : Comptabilité financière (crédits : 6 - volume horaire total : 28h)

UE 1.1.6 : Comptabilité analytique et contrôle de gestion (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)

UE 1.1.7 : Information et systèmes d'information (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)

UE 1.1.8 : Entrepreneuriat (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)

UE 1.1.9 : Management international (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)

SEMESTRE 2

UE Obligatoires :

UE 2.1.1 : Finance d'entreprise (crédits : 6 - volume horaire total : 28h)

UE 2.1.2 : Gestion du personnel (crédits : 4 - volume horaire total : 21h)

UE 2.1.3 : Gestion de production (crédits : 4 - volume horaire total : 21h)

UE 2.1.4 : Marketing opérationnel (crédits : 4 - volume horaire total : 21h)

UE 2.1.5 : Management stratégique (crédits : 4 - volume horaire total : 21h)

UE 2.1.6 : Simulation de gestion (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)

UE 2.1.7 : Rapport de stage ou mémoire professionnel (crédits : 5 - volume horaire total : 7h)

Modalités de contrôle des connaissances :

- Contrôle terminal pour toutes les UE avec deux sessions d'examen (à l'exception de l'UE 2.1.7)

- Rapport écrit pour l'UE 2.1.7 selon le régime de la session unique

- Lors de la seconde session, il faut obligatoirement et uniquement repasser les épreuves en contrôle terminal des UE non capitalisées à l'issue de la première session. Les notes obtenues à ces épreuves se substituent, dans tous les cas, à celles obtenues à la première session

Modalités de capitalisation et de compensation :

- Validation des UE : chaque UE est définitivement acquise lorsque la note est égale ou supérieure à 10/20

- Validation des semestres :

o Le semestre 1 est validé quand toutes les UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, sont acquises. Il est également validé lorsque la moyenne des UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20, à la condition qu'aucune note d'UE ne soit inférieure à 7/20

o Pour valider le semestre 2, les conditions suivantes doivent être respectées :

1) La moyenne des UE obligatoires, hors UE 2.1.7, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20

2) La note de chacune de ces UE est égale ou supérieure à 7/20

3) La note de l'UE 2.1.7 est égale ou supérieure à 10/20

- Validation de l'année : pour obtenir le diplôme, il faut avoir validé chacun des deux semestres qui le composent. Il s'obtient avec une moyenne minimale de 10/20 et des mentions sont attribuées

* **Parcours Master 2 Commercial Business Developer :**

SEMESTRE 1

UE Obligatoires :

UE 1.1.1 : Management Commercial (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.2 : Management des implantations à l'international (crédits : 2 - volume horaire total : 12h)

UE 1.1.3 : Stratégie de distribution des services (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.4 : Leadership et management d'équipe (crédits : 3 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.5 : Management interculturel (crédits : 2 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.6 : CRM et marketing direct (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)

UE 1.1.7 : Étude de cas (crédits : 2 - volume horaire total : 2,67h)

UE 1.1.8 : Anglais de spécialité - Commerce (crédits : 3 - volume horaire total : 30h)

UE 1.1.9 : Management de la chaîne logistique (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)

UE 1.1.10 : Achat et négociation à l'international (crédits : 2 - volume horaire total : 15h)

UE 1.1.11 : Management financier (crédits : 2 - volume horaire total : 12h)

UE 1.1.12 : Langue vivante 2 (Allemand ou Espagnol) (crédits : 2 - volume horaire total : 20h)

UE Optionnelles :

UE 1.2.1 : Epistémologie et méthodologie de recherche (crédits : 3 - volume horaire total : 30h)

SEMESTRE 2

UE Obligatoires :

UE 2.1.1 : Projet de professionnalisation (Stage ou Mémoire de recherche) (crédits : 27 - volume horaire total : /)

UE 2.1.2 : Projet tuteuré (crédits : 3 - volume horaire total : 1h)

Modalités de contrôle des connaissances :

- Contrôle continu pour toutes les UE (à l'exception de l'UE 2.1.1) selon le régime de la session unique

- Rapport écrit et soutenance orale pour l'UE 2.1.1 selon le régime de la session unique

Modalités de capitalisation et de compensation :

- Validation des UE : chaque UE est définitivement acquise lorsque la note est égale ou supérieure à 10/20
- Validation des semestres : chaque semestre est validé quand toutes les UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, sont acquises. Il est également validé lorsque la moyenne des UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20, à la condition qu'aucune note d'UE ne soit inférieure à 7/20
- Validation de l'année : pour obtenir le diplôme, il faut avoir validé chacun des deux semestres qui le composent. Il s'obtient avec une moyenne minimale de 10/20 et des mentions sont attribuées
- Les UE optionnelles permettent l'obtention d'ECTS mais ne sont pas prises en compte dans l'obtention du semestre, de l'année ou du diplôme. Elles figureront dans le supplément du diplôme délivré à l'issue de la formation

** Parcours **Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux** :*

SEMESTRE 1

UE Obligatoires :

- UE 1.1.1 : Vin cultures et sociétés (crédits : 3 - volume horaire total : 24h)
- UE 1.1.2 : International wine markets (crédits : 3 - volume horaire total : 21h)
- UE 1.1.3 : Commerce international des vins et spiritueux (crédits : 3 - volume horaire total : 30h)
- UE 1.1.4 : Stratégie de distribution et relation fournisseur (crédits : 6 - volume horaire total : 36h)
- UE 1.1.5 : Marketing du vin et des spiritueux (crédits : 3 - volume horaire total : 21h)
- UE 1.1.6 : Wine business (crédits : 3 - volume horaire total : 21h)
- UE 1.1.7 : Geo-économie des vins et spiritueux (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)
- UE 1.1.8 : De la viticulture à l'œnologie (crédits : 6 - volume horaire total : /)

UE Optionnelles :

- UE 1.2.1 : Epistémologie et méthodologie de recherche (crédits : 3 - volume horaire total : 30h)

SEMESTRE 2

UE Obligatoires :

- UE 2.1.1 : Projet de professionnalisation (Stage ou Mémoire de recherche) (crédits : 27 - volume horaire total : /)
- UE 2.1.2 : Projet tuteuré (crédits : 3 - volume horaire total : 1h)

Modalités de contrôle des connaissances :

- Contrôle continu pour toutes les UE (à l'exception de l'UE 2.1.1) selon le régime de la session unique
- Rapport écrit et soutenance orale pour l'UE 2.1.1 selon le régime de la session unique

Modalités de capitalisation et de compensation :

- Validation des UE : chaque UE est définitivement acquise lorsque la note est égale ou supérieure à 10/20
- Validation des semestres : chaque semestre est validé quand toutes les UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, sont acquises. Il est également validé lorsque la moyenne des UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20, à la condition qu'aucune note d'UE ne soit inférieure à 7/20
- Validation de l'année : pour obtenir le diplôme, il faut avoir validé chacun des deux semestres qui le composent. Il s'obtient avec une moyenne minimale de 10/20 et des mentions sont attribuées
- Les UE optionnelles permettent l'obtention d'ECTS mais ne sont pas prises en compte dans l'obtention du semestre, de l'année ou du diplôme. Elles figureront dans le supplément du diplôme délivré à l'issue de la formation

** Parcours **Master 2 Marketing Stratégique (FI)** :*

Parcours en Formation Initiale

SEMESTRE 1

UE Obligatoires :

- UE 1.1.1 : Marketing Stratégique : spécificités sectorielles et internationales (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)
- UE 1.1.2 : Décisions stratégiques en marketing (crédits : 3 - volume horaire total : 36h)
- UE 1.1.3 : Stratégie de distribution (crédits : 4 - volume horaire total : 24h)
- UE 1.1.4 : Liens marketing, finance et stratégie (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)
- UE 1.1.5 : Droit de la consommation et de la communication (crédits : 2 - volume horaire total : 18h)
- UE 1.1.6 : CRM et marketing direct (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)
- UE 1.1.7 : Valeur de l'offre : de la promesse à la satisfaction (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)
- UE 1.1.8 : Méthodes approfondies d'analyse de marché (crédits : 6 - volume horaire total : 45h)
- UE 1.1.9 : E-commerce (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)

UE Optionnelles :

- UE 1.2.1 : Epistémologie et méthodologie de recherche (crédits : 3 - volume horaire total : 30h)

SEMESTRE 2

UE Obligatoires :

- UE 2.1.1 : Projet de professionnalisation (Stage ou Mémoire de recherche) (crédits : 27 - volume horaire total : /)
- UE 2.1.2 : Projet tuteuré (crédits : 3 - volume horaire total : 1h)

Modalités de contrôle des connaissances :

- Contrôle continu pour toutes les UE (à l'exception de l'UE 2.1.1) selon le régime de la session unique
- Rapport écrit et soutenance orale pour l'UE 2.1.1 selon le régime de la session unique

Modalités de capitalisation et de compensation :

- Validation des UE : chaque UE est définitivement acquise lorsque la note est égale ou supérieure à 10/20
- Validation des semestres : chaque semestre est validé quand toutes les UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, sont acquises. Il est également validé lorsque la moyenne des UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20, à la condition qu'aucune note d'UE ne soit inférieure à 7/20
- Validation de l'année : pour obtenir le diplôme, il faut avoir validé chacun des deux semestres qui le composent. Il s'obtient avec une moyenne minimale de 10/20 et des mentions sont attribuées
- Les UE optionnelles permettent l'obtention d'ECTS mais ne sont pas prises en compte dans l'obtention du semestre, de l'année ou du diplôme. Elles figureront dans le supplément du diplôme délivré à l'issue de la formation

* **Parcours Master 2 Marketing Stratégique (Executive) :**

Parcours en Formation Continue

SEMESTRE 1

UE Obligatoires :

- UE 1.1.1 : Méthodes approfondies d'analyse du marché (crédits : 12 - volume horaire total : 56h)
- UE 1.1.2 : CRM et Marketing direct (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)
- UE 1.1.3 : Stratégie de distribution (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)
- UE 1.1.4 : Liens marketing, finance et stratégie (crédits : 3 - volume horaire total : 7h)
- UE 1.1.5 : Droit de la consommation et de la communication (crédits : 3 - volume horaire total : 7h)
- UE 1.1.6 : Stratégies web : spécificités et performance - efficacité et efficience (crédits : 6 - volume horaire total : 28h)

SEMESTRE 2

UE Obligatoires :

- UE 2.1.1 : Marketing Stratégique : spécificités sectorielles et internationales (crédits : 6 - volume horaire total : 56h)
- UE 2.1.2 : Décision stratégique en marketing (crédits : 6 - volume horaire total : 28h)
- UE 2.1.3 : Valeur de l'offre : de la promesse à la satisfaction (crédits : 9 - volume horaire total : 42h)
- UE 2.1.4 : Capacités analytiques et synthétiques (crédits : 3 - volume horaire total : 14h)
- UE 2.1.5 : Projet professionnel («Stage» OU «Rapport de mission») (crédits : 6 - volume horaire total : /)

Modalités de contrôle des connaissances :

- Contrôle terminal pour toutes les UE avec deux sessions d'examen (à l'exception de l'UE 2.1.5)
- Rapport écrit et soutenance orale pour l'UE 2.1.5 selon le régime de la session unique
- Lors de la seconde session, il faut obligatoirement et uniquement repasser les épreuves en contrôle terminal des UE non capitalisées à l'issue de la première session. Les notes obtenues à ces épreuves se substituent, dans tous les cas, à celles obtenues à la première session

Modalités de capitalisation et de compensation :

- Validation des UE : chaque UE est définitivement acquise lorsque la note est égale ou supérieure à 10/20
- Validation des semestres :
 - o Le semestre 1 est validé quand toutes les UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, sont acquises. Il est également validé lorsque la moyenne des UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20, à la condition qu'aucune note d'UE ne soit inférieure à 7/20
 - o Pour valider le semestre 2, les conditions suivantes doivent être respectées :
 - 1) La moyenne des UE obligatoires, hors UE 2.1.5, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20
 - 2) La note de chacune de ces UE est égale ou supérieure à 7/20
 - 3) La note de l'UE 2.1.5 est égale ou supérieure à 10/20
- Validation de l'année : pour obtenir le diplôme, il faut avoir validé chacun des deux semestres qui le composent. Il s'obtient avec une moyenne minimale de 10/20 et des mentions sont attribuées

* **Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :**

SEMESTRE 1

UE Obligatoires :

- UE 1.1.1 : Communication Media (crédits : 3 - volume horaire total : 24h)
- UE 1.1.2 : Communication Hors Media (crédits : 3 - volume horaire total : 24h)
- UE 1.1.3 : Communication Digitale (crédits : 3 - volume horaire total : 24h)
- UE 1.1.4 : Communication Sectorielle (crédits : 3 - volume horaire total : 21h)
- UE 1.1.5 : Droit de la consommation et de la communication (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)
- UE 1.1.6 : CRM et marketing direct (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)
- UE 1.1.7 : Valeur de l'offre : de la promesse à la satisfaction (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)
- UE 1.1.8 : Méthodes approfondies d'analyse de marché (crédits : 6 - volume horaire total : 45h)
- UE 1.1.9 : E-commerce (crédits : 3 - volume horaire total : 18h)

UE Optionnelles :

UE 1.2.1 : Epistémologie et méthodologie de la recherche (crédits : 3 - volume horaire total : 30h)

SEMESTRE 2

UE Obligatoires :

UE 2.1.1 : Projet de professionnalisation (Stage ou Mémoire de recherche) (crédits : 27 - volume horaire total : /)

UE 2.1.2 : Projet tuteuré (crédits : 3 - volume horaire total : 1h)

Modalités de contrôle des connaissances :

- Contrôle continu pour toutes les UE (à l'exception de l'UE 2.1.1) selon le régime de la session unique
- Rapport écrit et soutenance orale pour l'UE 2.1.1 selon le régime de la session unique

Modalités de capitalisation et de compensation :

- Validation des UE : chaque UE est définitivement acquise lorsque la note est égale ou supérieure à 10/20
- Validation des semestres : chaque semestre est validé quand toutes les UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, sont acquises. Il est également validé lorsque la moyenne des UE obligatoires qui le composent, chacune affectée de son coefficient, est égale ou supérieure à 10/20, à la condition qu'aucune note d'UE ne soit inférieure à 7/20
- Validation de l'année : pour obtenir le diplôme, il faut avoir validé chacun des deux semestres qui le composent. Il s'obtient avec une moyenne minimale de 10/20 et des mentions sont attribuées
- Les UE optionnelles permettent l'obtention d'ECTS mais ne sont pas prises en compte dans l'obtention du semestre, de l'année ou du diplôme. Elles figureront dans le supplément du diplôme délivré à l'issue de la formation

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	<i>* Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media : Le jury comprend: - des enseignants-chercheurs, des enseignants ou des chercheurs participant à la formation, des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements.</i>
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	<i>* Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media : Le jury comprend: - des enseignants-chercheurs, des enseignants ou des chercheurs participant à la formation, des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements.</i>
En contrat de professionnalisation	X	<i>* Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media : Le jury comprend: - des enseignants-chercheurs, des enseignants ou des chercheurs participant à la formation, des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements.</i>
Par candidature individuelle	X	

Par expérience dispositif VAE	X	<p>* <i>Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :</i></p> <p><i>Le jury est composé :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>d'une majorité d'enseignants-chercheurs, de personnes ayant une activité principale autre sur l'enseignement et compétentes pour apprécier la nature des acquis, notamment professionnels, dont la validation est sollicitée.</i>
-------------------------------	---	--

	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 relatif au diplôme national de Master

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

Arrêté du 26 mai 2016 accréditant l'Université de Bordeaux en vue de la délivrance de diplômes nationaux

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Site de l'observatoire de l'Université sur l'insertion des étudiants :

<http://www.u-bordeaux.fr/formation/enquetes-et-statistiques>

Autres sources d'information :

http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41133/312592/version/1/file/2016_03_10_M1%20CBD.pdf

http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41132/312588/version/1/file/2016_03_10_M1%20MSC.pdf

http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41119/312536/version/1/file/2016_03_10_M1%20DPGA%20FC.pdf

http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41136/312604/version/1/file/2016_03_10_M2%20CBD.pdf

http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41131/312584/version/1/file/2016_03_10_M2%20CVS.pdf

http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41134/312596/version/1/file/2016_03_10_M2%20MS%20FI.pdf

http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41135/312600/version/1/file/2016_03_10_M2%20MS%20FC.pdf

http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41137/312608/version/1/file/2016_03_10_M2%20CMHM.pdf

<http://www.u-bordeaux.fr/colleges-et-departements/college-droit-science-politique-economie-et-gestion/iae-bordeaux>

<http://www.u-bordeaux.fr>

Université de Bordeaux

Lieu(x) de certification :

Université de Bordeaux : Aquitaine Limousin Poitou-Charentes - Gironde (33) [Bordeaux]

Université de Bordeaux

351 Cours de la Libération

33405 Talence Cedex

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

* *Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2*

*Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*

- Pôle Universitaire de Sciences de Gestion (PUSG) de Bordeaux

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31501

* *Parcours Master 2 Commercial Business Developer :*

- Création du Master 2 Management Commercial International

- Changement de dénomination en Master 2 Commercial Business Developer

* *Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :*

- Création du Master 2 Management Commercial des Vins et Spiritueux

- Changement de dénomination en Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux

* *Parcours Master 2 Marketing Stratégique :*

- Création du DESS Stratégie et Gestion Commerciale

- Changement de dénomination en Master 2 Marketing

- Changement de dénomination en Master 2 Marketing Stratégique

** Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :*

- Création du Master 2 Communication Media et Hors Media

Certification précédente : MARKETING (Domaine : Droit, Economie, Gestion - Mention : Marketing et vente)