

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 30414**

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-Economie-Gestion Mention : Marketing Vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université de Nantes	Président de l'université de Nantes

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, 320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le titulaire du diplôme est en mesure, selon la structure, de mener les activités suivantes :

- Diagnostiquer
- Analyser les besoins
- Conduire une étude marketing
- Analyser et interpréter les données d'une étude marketing
- Communiquer
- Prendre les décisions marketing adaptées
- Innover et travailler de manière collaborative

Réaliser l'inventaire des forces et des faiblesses internes à l'entreprise à partir du mix existant afin d'évaluer les risques, les potentiels stratégiques et opérationnels qui orienteront l'action marketing.

Identifier la position de l'entreprise et de ses produits sur ses marchés ainsi que l'adéquation de son marketing à ces marchés grâce à une analyse de la demande, de l'offre et de la concurrence.

Faire exprimer au client ses besoins en termes d'étude (objectifs, enjeux, types de données) et les traduire dans une proposition d'étude (mise en œuvre, logistique, planning, budget).

Conduire une étude qualitative (exploratoire, motivationnelle, test ou créative) : élaboration des guides d'entretiens, conduite d'entretiens individuels, animation de tables rondes, observations ethno in situ ou en magasin.

Analyser les données d'une enquête qualitative (analyse de contenu, analyse de données textuelles ou textmining, analyse d'observations terrain) via des logiciels de traitement des données (Wordmapper, Iramuteq).

Conduire une étude quantitative : élaborer le questionnaire, choisir la méthode d'échantillonnage et le mode de collecte de données adaptés, administrer le questionnaire.

Analyser les données d'une enquête quantitative (analyse bi- et multi-variées, analyse de satisfaction et de segmentation) via des logiciels de traitement des données (Excel, Sphinx, SPSS, SPAD, Tanagra).

Communiquer les résultats d'une étude, au client et collaborateurs, en hiérarchisant et en valorisant l'information grâce à l'utilisation d'outils de représentation des données.

Accompagner l'entreprise dans l'ajustement des décisions marketing suite à l'analyse des données qualitatives, quantitatives, prévisions des ventes ou données de panel.

Orienter les études de marché et le mix pour mieux appréhender les perceptions des consommateurs dans leur processus de choix.

Gérer la marque et son positionnement à travers le produit et la communication grâce aux données recueillies dans les études.

Conduire un projet innovant par une méthode centrée sur la créativité, le Design Thinking : définition des besoins par observation et immersion, brainstorming et expérimentation, test et amélioration des prototypes.

Travailler en équipe de manière collaborative avec des fonctions connexes au marketing (designer, ingénieurs, juristes) dans un projet d'innovation, de l'idée jusqu'au prototype.

Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes

Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif

Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation

Actualiser ses connaissances par une veille dans son domaine, en relation avec l'état de la recherche et l'évolution de la réglementation

Evaluer et s'autoévaluer dans une démarche qualité

S'adapter à différents contextes socio-professionnels et interculturels, nationaux et internationaux

Rédiger des cahiers des charges, des rapports, des synthèses et des bilans,

Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, en français et dans au moins une langue étrangère, et dans un registre adapté à un public de spécialistes ou de non-spécialistes

Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de

l'information de manière adaptée ainsi que pour collaborer en interne et en externe

Chaque mention peut être déclinée en parcours (anciennement spécialités) permettant d'acquérir des compétences complémentaires.

Pour plus d'information, se reporter aux liens renvoyant sur les sites des différentes universités habilités/accréditées

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

70 - Activités des sièges sociaux ; conseil de gestion

73 - Publicité et études de marché

74 - Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques

94 - Activités des organisations associatives

Types d'emplois accessibles :

- Chef-fe de projet
- Chef -fe de produit
- Chef-fe de secteur
- Chef-fe de publicité
- Chargé-e d'études
- Chargé-e de promotion
- Chargé-e de clientèle
- Chargé-e de marketing direct
- Chargé_e de e-communication
- Trafic manager
- Responsable marketing
- Cadre dans la distribution
- Responsable export
- Responsable merchandising
- Category manager
- Trade marketer
- Concepteur-rédacteur

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1403 : Études et perspectives socio-économiques

M1705 : Marketing

M1703 : Management et gestion de produit

M1702 : Analyse de tendance

M1707 : Stratégie commerciale

Réglementation d'activités :

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances et compétences constitutives du diplôme. Celles-ci sont appréciées soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés.

Validité des composants 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	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	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

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	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 expérience dispositif VAE prévu en 2002	X	Article R335-8 modifié par décret n° 2017-1135 du 4 juillet 2017- art.3 Ce jury est composé à raison d'au moins un quart de représentants qualifiés des professions, pour moitié employeurs, pour moitié salariés, et de façon à concourir à une représentation équilibrée des hommes et des femmes.

	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 :

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

Arrêté du 19 juillet 2017 accréditant l'université de Nantes en vue de la délivrance de diplômes nationaux

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

- VAE : Code de l'éducation : articles L 613-3 et L 613-4

- **Arrêté du 22 janvier 2014** fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master

- Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master, version consolidée au 29 octobre 2015

- Arrêté du 4 février 2014 fixant la nomenclature des mentions du diplôme national de master

- Arrêté du 26 février 2014 modifiant l'arrêté du 4 février 2014 fixant la nomenclature des mentions du diplôme national de master, version consolidée au 29 octobre 2015

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

<http://www.univ-nantes.fr/insertiondiplomes>

Autres sources d'information :

<http://www.univ-nantes.fr/formation>

Lieu(x) de certification :

Université de Nantes - 1 Quai de Tourville BP 13522 - 44035 Nantes Cedex 1

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

IAE,

Chemin de la Censive du tertre

44322 Nantes cedex 3

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31501