

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 6192**

Intitulé

MASTER : MASTER spécialité : MARKETING COMMUNICATION CULTURE (MCC)

| AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION | QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION |
|---|--|
| Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Université Lille 1 Sciences et Technologies | Recteur de l'académie, Président de l'université de Lille I, Président de l'université de Lille I - Recteur de l'académie, Recteur de l'académie |

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

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

A partir d'une analyse de marché (informations du terrain, études externes, internes) et en fonction des objectifs de l'entreprise, ce professionnel propose une définition du produit, de la marque, de son image, et une stratégie de communication commerciale et institutionnelle. Il doit concevoir les plans d'action commerciale, les campagnes de communication publicitaires, promotionnelles, de relations publiques et sur internet. Les stratégies et plans d'action seront élaborés tant au niveau local, national qu'international.

Capacité à conduire un projet et un plan de communication pour un produit, une marque, une entreprise, une collectivité
Capacité de vision marketing et de construction d'une stratégie de communication

Gérer, organiser et coordonner les plans de développement de la communication pour assurer la promotion de l'identité et de l'image de marque de l'entreprise et de ses produits et services.

Planifier, budgétiser tous les aspects de la communication dans les domaines commercial, technique, social, dans les situations de crise

Définir une stratégie commerciale en tenant compte des caractéristiques du produit (nature du produit, circuits de distribution, clientèle, concurrence...) et du budget prévu

Veiller à la qualité et la cohérence des formes et des contenus de communication interne ou externe, au service de la stratégie choisie

Analyser et évaluer l'efficacité des solutions proposées

Compétence d'appréhension de la dimension interculturelle dans les échanges du monde des affaires, des entreprises et des échanges commerciaux

Elaborer, organiser et coordonner une campagne publicitaire

Gérer les nombreux contacts à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise (équipes de création, services d'achat d'espaces, clients, sous-traitants...).

Concevoir et/ ou mettre en oeuvre tout moyen, action, réseau de communication visant à faciliter les relations de l'entreprise avec son environnement

Déterminer une stratégie de communication en fixant les thèmes publicitaires, la teneur du message et la répartition du budget selon les différents médias

Opérationnalisation : mise en place de campagnes publicitaires, de relations publiques, d'événementiel, de communication interne (journal d'entreprise) et de communication sur internet (site web, bannières)

rédiger des dossiers, et communiqués de presse

concevoir des arborescences de sites internet

Concevoir et ou appliquer le 'plan média' en prévoyant et en organisant le passage des annonces dans les différents médias classiques (presse, affichage, radio, télévision, cinéma) et électronique (internet). Elaborer une stratégie média à partir des informations disponibles sur les différents supports (audience, public, prix des espaces publicitaires...).

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

Tout secteur d'activité industriel, grand public ou de services ou collectivités utilisant la communication (agences, annonceurs), entreprises françaises et multinationales...

Chef de projet internet / intranet
Chef de publicité, chef de groupe en agence de publicité

Directeur de Clientèle

Directeur commercial

Directeur de la communication, Directeur de la communication et des relations publiques

Responsable communication interne, responsable de la communication externe

Responsable plan média

Responsable du développement

Chargé d'études

Coordinateur international, chef de groupe international

Chef de produit

Chargé d'analyse et de développement de la communication

Responsable marketing

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1401 : Développement et promotion publicitaire

E1103 : Communication

E1402 : Élaboration de plan média

M1707 : Stratégie commerciale

M1705 : Marketing

Modalités d'accès à cette certification**Descriptif des composantes de la certification :**

S1

1.1 CONTEXTES INTERNATIONAUX 1

Environnement international et interculturel 24 h 5 ECTS

1.1 CONTEXTES INTERNATIONAUX 1

Droit international 24 h 5 ECTS

1.2 CULTURE ET TECHNOLOGIES

Culture scientifique et technique 24 h 5 ECTS

1.2 CULTURE ET TECHNOLOGIES

Technologies du marketing et de la communication 24 h 5 ECTS

1.3 COMMUNICATION

Management de la communication 48 h 5 ECTS

1.4 APPRÉHENDER LES MARCHÉS

Comportement du consommateur 24 h 5 ECTS

1.4 APPRÉHENDER LES MARCHÉS

étude des marchés spécifiques 24 h 5 ECTS

1.5 LANGUES Anglais 24 h 5 ECTS

1.5 LANGUES Langue 2- allemand ou espagnol 24 h 5 ECTS

1.6 PRÉ-PROFESSIONNALISATION

Méthodologie de projet 24 h 5 ECTS

1.6 PRÉ-PROFESSIONNALISATION

Projet tutoré 24 h 5 ECTS

S2

2.1 ENVIRONNEMENTS

?3 environnement juridique du marketing, de la communication et des tic 24 h 5 ECTS

2.1 ENVIRONNEMENTS

Ethique et développement durable 24 h 5 ECTS

2.2 MAÎTRISER LES MARCHÉS

Marketing approfondi et marchés spécifiques

24 h 5 ECTS

2.2 MAÎTRISER LES MARCHÉS

Marketing international 24 h 5 ECTS

2.3 EFFICACITÉ MANAGÉRIALE

Gestion d'équipe et gestion des ressources humaines 24 h 5 ECTS

2.3 EFFICACITÉ MANAGÉRIALE

Gestion budgétaire 24 h 5 ECTS

2.4 LANGUES

Anglais 24 h 5 ECTS

2.4 LANGUES

Langue 2 allemand ou espagnol 24 h 5 ECTS

2.5 CONTEXTES INTERNATIONAUX 2

Géopolitique 24 h 5 ECTS

2.5 CONTEXTES INTERNATIONAUX

Négociation internationale 24 h 5 ECTS

2.6 PRÉ-PROFESSIONNALISATION

Projet (niveau 2) 10 h 5 ECTS

2.6 PRÉ-PROFESSIONNALISATION

Stage 2 mois 280 h 5 ECTS

S3

3.1 LANGUES Anglais 24 h 5 ECTS

3.1 LANGUES Langue 2 allemand ou espagnol 24 h 5 ECTS

3.2 PROFESSIONNALISATION Projet 10 h 5 ECTS
 3.3 ETUDES ET RECHERCHE EN COMMUNICATION ET MARKETING
 Etudes et recherche en communication 48 h 5 ECTS
 3.4 COMMUNICATIONS SPÉCIFIQUES
 Communication interactive 24 h 5 ECTS
 3.4 COMMUNICATIONS SPÉCIFIQUES
 Promotion des ventes 24 h 5 ECTS
 3.5 COMMUNICATION STRATÉGIQUE
 Stratégie de communication 24 h 5 ECTS
 3.5 COMMUNICATION STRATÉGIQUE
 Culture d'entreprise et communication interne 24 h 5 ECTS
 3.6 MAÎTRISER LES MÉDIAS
 Les médias nationaux et internationaux 15 h 5 ECTS
 3.6 MAÎTRISER LES MÉDIAS
 Média planning et e-média planning
 15 h 5 ECTS
 3.6 MAÎTRISER LES MÉDIAS
 Méthodes et outils du multimédia 24 h 5 ECTS

S4

4.1 PROFESSIONNALISATION 2

3 mois de stage minimum + mémoire 15 ECTS

4.2 LES STRATÉGIES DE RELATIONS AVEC LES PUBLICS Relations institutionnelles et communication institutionnelle 24 h 5 ECTS
 4.2 LES STRATÉGIES DE RELATIONS AVEC LES PUBLICS Relations presse et journalistiques 15 h 5 ECTS
 4.2 LES STRATÉGIES DE RELATIONS AVEC LES PUBLICS Communication événementielle 15 h 5 ECTS
 4.3 LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION MULTIMÉDIAS Stratégie de communication sur les réseaux 24 h 5 ECTS
 4.3 LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION MULTIMÉDIAS Stratégie d'entreprise et tic 24 h 5 ECTS
 4.4 TRANSCULTURALITÉ ET ADAPTATION DE LA COMMUNICATION INTERNATIONALE Création transculturelle et marques à l'international 24 h 5 ECTS
 4.4 TRANSCULTURALITÉ ET ADAPTATION DE LA COMMUNICATION INTERNATIONALE Communication transculturelle 24 h 5 ECTS

Le bénéfice des composantes acquises peut être gardé de manière illimitée.

Validité des composantes acquises : non prévue

| CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION | QUINON | | COMPOSITION DES JURYS |
|--|--------|---|---|
| Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant | X | | Personnes ayant contribué aux enseignements (loi n°84-52 du 26/01/1984 modifiée sur l'enseignement supérieur) |
| En contrat d'apprentissage | | X | |
| Après un parcours de formation continue | X | | Personnes ayant contribué aux enseignements (loi n°84-52 du 26/01/1984 modifiée sur l'enseignement supérieur) |
| En contrat de professionnalisation | X | | Personnes ayant contribué aux enseignements (loi n°84-52 du 26/01/1984 modifiée sur l'enseignement supérieur) |
| Par candidature individuelle | | X | |
| Par expérience dispositif VAE | X | | Personnes ayant contribué aux enseignements (loi n°84-52 du 26/01/1984 modifiée sur l'enseignement supérieur) |

| | 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 25 avril 2002 publié au journal officiel du 27 avril 2002.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

www.univ-lille1.fr/ofip

Autres sources d'information :

USTL

Lieu(x) de certification :

USTL

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

USTL

Historique de la certification :