

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 6194**

### Intitulé

MASTER : MASTER Sciences Economiques et de Gestion Mention Marketing Spécialité Marketing industriel international et Innovation

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

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Ce professionnel analyse un marché industriel sur le plan international (veille + étude de marché), à participe à la construction d'une offre pertinente au travers d'un process innovant (recherche-développement + brevet ou licence). Il commercialise cette offre sur le plan international.

Veille, étude de marché industriel Capacité à mener un projet innovant (process RD)

Capacité de vision marketing et de construction d'une stratégie de lancement

Opérationnalisation (commercialisation, vente)

Compétence d'appréhension de la dimension interculturelle dans les échanges commerciaux

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

Tout secteur industriel

Chef de projet innovant, Responsable développement, Directeur recherche-développement Chef de produit (de marché, de secteur) en marketing industriel

Responsable marketing international, Directeur marketing en B2b

Analyste marketing international,

Ingénieur commercial grands comptes, chargé d'affaires

**Codes des fiches ROME les plus proches :**

H1206 : Management et ingénierie études, recherche et développement industriel

M1707 : Stratégie commerciale

M1705 : Marketing

H1102 : Management et ingénierie d'affaires

D1407 : Relation technico-commerciale

### Modalités d'accès à cette certification

**Descriptif des composantes de la certification :**

S1 M1

UE 6 ECTS

SIM (Système d'Information Marketing) et

DataBase Marketing

UE 5 ECTS

Stratégies de marketing et de marketing direct intégrés

UE 5 ECTS

Médias et stimulations

UE 4 ECTS

Systèmes d'analyse

et de contrôle de rentabilité

UE 5 ECTS

Aspects juridiques

UE 5 ECTS

Langues et mission/projet international

## S2 M1

### UE 5 ECTS

SIM (Système d'Information Marketing) et  
DataBase Marketing

### UE 5 ECTS

Comportements de l'acheteur et du consommateur

### UE 4 ECTS

Créativité, développement des messages et des catalogues

### UE 4 ECTS

Stratégies de développement  
et stratégies relationnelles

### UE 4 ECTS

Langues et mission/projet international

### UE 8 ECTS

Développement  
de projet et stage long tutoré

## Semestre S3 : M2

LANGUES Anglais 24 h 5 ECTS

LANGUES Langue 2 allemand ou espagnol 24 h 5 ECTS

PROFESSIONNALISATION

Projet 10 h 5 ECTS

GESTION BUDGÉTAIRE Gestion budgétaire 24 h 5 ECTS

GESTION 2 Gestion des ressources humaines 24 h 5 ECTS

COMPRENDRE LES MARCHÉS INDUSTRIELS INTERNATIONAUX Dimension internationale des marchés industriels 24 h 5 ECTS

3COMPRENDRE LES MARCHÉS INDUSTRIELS INTERNATIONAUX

Le comportement d'achat industriel 24 h 5 ECTS

MARKETING INDUSTRIEL GLOBAL

Stratégie de marketing industriel international

24 h 5 ECTS

MARKETING INDUSTRIEL GLOBAL Intelligence économique et stratégique

24 h 5 ECTS

GESTION DE L'INNOVATION

Culture scientifique (niveau 2) 24 h 5 ECTS

GESTION DE L'INNOVATION

Recherche développement et gestion de l'innovation 24 h 5 ECTS

## Semestre S4 :M2

PROFESSIONNALISATION 2

4 mois de stage minimum dont 2 mois minimum à l'étranger+ mémoire 560 h 15 ECTS

LANGUES Anglais 24 h 5 ECTS

LANGUES Langue 2 allemand ou espagnol 24 h 5 ECTS

LE CHOIX INTERNATIONAL

Stratégie de marketing industriel international niveau 2- études de cas 24 h 5 ECTS

LE CHOIX INTERNATIONAL Commercialisation internationale et e-business 24 h 5 ECTS

OPÉRATIONNALISATION DU MARKETING INDUSTRIEL INTERNATIONAL

Négociation internationale niveau 2 24 h 5 ECTS

OPÉRATIONNALISATION DU MARKETING INDUSTRIEL INTERNATIONAL

Communication et promotion industrielles internationales 24 h 5 ECTS

Le bénéfice des composantes acquises peut être gardé de manière illimitée

**Validité des composantes acquises : non prévue**

Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		personnes aynat 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 aynat contribué aux enseignements (loi n°84-52 du 26-01-1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
En contrat de professionnalisation	X		personnes aynat 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 aynat 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](http://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 :**