

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 6386**

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 Management spécialité Marketing

Nouvel intitulé : Marketing, vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION

QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION

Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Université de Caen Normandie

Président de l'université de Caen

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

Elaborer une stratégie et un plan marketing
Rassembler l'information et analyser l'environnement,
Réaliser des études de marché et prévoir la demande,
Développer la politique marketing d'un producteur, d'une entreprise de services ou d'un distributeur,
Comprendre les comportements des consommateurs,
Segmenter les marchés et choisir ses cibles,
Elaborer le positionnement,
Définir la stratégie produit,
Concevoir et développer une stratégie de services en intégrant le « service » et les « services »,
Choisir et animer les circuits de distribution et maîtriser le retailing mix,
Manager et piloter sa force de vente,
Construire sa stratégie de communication,
Capacité à réaliser une étude marketing (qualitative et quantitative)
Aptitude à développer une démarche marketing
Capacité à organiser une opération de marketing (promotionnelle, événementielle...)
Pratique de l'anglais des affaires
Capacité d'encadrement
Maîtriser les enjeux du développement à l'export,
Maîtriser les évolutions des nouvelles tendances de consommation : la consommation verte, la décroissance, le développement soutenable,
Intégrer l'état d'esprit marketing

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

La grande distribution
Les entreprises du secteur agro-alimentaire
L'industrie manufacturière
L'immobilier
Les services aux entreprises
La banque et l'assurance
Les agences marketing et communication
Les organismes publics (villes, offices de tourisme, comité départemental...)
Responsable marketing
Responsable commercial
Directeur des ventes
Chef des ventes
Directeur de clientèle
Responsable export
Chef de secteur
Chef des ventes
Chef de groupe marketing
Chef de produit
Assistant et chef de produit
Consultant marketing
Responsable marketing et communication

Responsable communication
Assistant et chef de projet marketing

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

D1406 : Management en force de vente

M1704 : Management relation clientèle

M1703 : Management et gestion de produit

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Seconde année du Master de Management, accessible à un niveau bac + 4, soit 240 ECTS (diplôme ou validation des acquis).

Dispositif de formation décliné en formation initiale et continue.

Premier semestre de septembre à janvier, 30 ECTS et 3 UE

UE0 - Comprendre le Marketing, sa dimension stratégique et ses pratiques

UE1 - Marketing Opérationnel (16 ECTS)

UE2 - Outils et Méthodes appliqués au Marketing (14 ECTS)

Second semestre de janvier à juin. 30 ECTS et 4 UE

UE3 - Marketing, Distribution (10 ECTS)

UE4 - Marketing spécialisé (6 ECTS)

UE5 - Jeu d'entreprise (4 ECTS)

UE6 - Projet Professionnel (10 ECTS)

Contrôle des connaissances : L'admission au Master 2 Marketing est conditionnée à l'obtention d'une moyenne générale minimum de 10 sur 20. Une session d'examen est organisée à l'issue de chaque semestre d'enseignement ainsi qu'une 2ème session unique en septembre pour les deux semestres. Le jury délibère à l'issue de chaque semestre ainsi qu'à l'issue de la seconde session. Dès lors qu'un semestre est validé par le jury, toutes les unités d'enseignement constitutives de ce semestre sont acquises et ne peuvent, en aucun cas, être repassées en seconde session. Chaque UE est affectée d'une valeur de crédits. Les UE acquises confèrent les crédits européens correspondants. La compensation est totale, pour autant que l'étudiant n'ait pas obtenu une note égale à 0 à une (ou plusieurs) UE, tant à la première qu'à la seconde session :

- entre les deux semestres sur la base de la moyenne générale obtenue à chaque semestre,

- entre les UE

Le bénéfice des composantes acquises : capitalisation, sans condition de durée, de toutes les UE pour lesquelles une note au moins égale à 10 sur 20 a été obtenue.

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	Equipe pédagogique de la spécialité
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	Equipe pédagogique de la spécialité
En contrat de professionnalisation	X	Equipe pédagogique de la spécialité
Par candidature individuelle	X	Equipe pédagogique de la spécialité
Par expérience dispositif VAE	X	Président de jury : 1 Professeur d'Université Membres du jury : 2 enseignants + 2 professionnels de la spécialité concernée

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
	Possibilités d'effectuer le stage à l'étranger pour les étudiants de formation initiale.

Base légale

Référence du décret général :

Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master

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

Arrêté du 14 janvier 2005 Master Sciences de gestion et du management spécialité Marketing

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Décret n° 2002-590 du 24 avril 2002 relatif à la validation des acquis de l'expérience par les établissements d'enseignement supérieur (publié au JO n° 98 du 26 avril 2002)

Références autres :**Pour plus d'informations****Statistiques :**

Inscrits (FI+FC)
2008/2009 : 46
2009/2010 : 42
2010/2011 : 45
2011/2012 : 47
2012/2013 : 57
Diplômés
2008/2009 : 46
2009/2010 : 42
2010/2011 : 43
2011/2012 : 46

Autres sources d'information :

www.unicaen.fr
www.iae.unicaen.fr
www.reseau-iae.org
Adresse du forum électronique de l'IAE de Caen :
<http://www.iae.unicaen.fr/forum/viewforum.php?id=15>

Lieu(x) de certification :

Université de Caen Basse-Normandie
Esplanade de la Paix
CS 14032
14032 CAEN Cedex 5

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

IAE
3 rue Claude Bloch
CS 14032
14032 CAEN Cedex 5

Historique de la certification :

Arrêté du 5 mars 2012 Master Management spécialité Marketing,
Arrêté du 16 septembre 2008 Master Management spécialité Marketing,
Arrêté du 14 janvier 2005 Master Sciences de gestion et du management spécialité Marketing,
2000 DESS Mercatique opérationnelle,
1995 DESUP Marketing opérationnel,

Certification suivante : [Marketing, vente](#)