

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 12389**

Intitulé

MASTER : MASTER Master à finalité Professionnelle et Recherche
Domaine : Sciences humaines et sociales
Mention : Géographie et aménagement
Spécialité : Géomarketing et stratégies territoriales des entreprises et des institutions publiques [FI/FA]

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Université Paris-Est Créteil Val-De-Marne	Recteur de l'académie, Président de l'université de Paris XII

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

121 Géographie, 214 Aménagement paysager (parcs, jardins, espaces verts, terrains de sport), 341 Aménagement du territoire, urbanisme

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

L'objectif du Master à finalité Professionnelle et Recherche, Domaine Sciences humaines et sociales, Mention Géographie et aménagement, Spécialité Géomarketing et stratégies territoriales des entreprises et des institutions publiques [FI/FA] est de former les étudiant(e)s à la compréhension des différences entre les territoires, à l'analyse des comportements des acteurs dans l'espace et aux outils d'aide à la décision relatifs aux caractéristiques spatiales des marchés, aux stratégies de localisation des entreprises et des administrations, aux politiques de marketing territorial et de développement économique des collectivités. La formation combine la formation aux savoirs disciplinaires avec les méthodes de connaissances et d'analyse des stratégies territoriales des acteurs et la maîtrise des outils (SIG, traitement des bases de données, cartographie, etc.).

Dans le cadre de la professionnalisation, de nombreux partenariats, avec les entreprises et les collectivités locales, sont développés.

Le cycle de formation est orienté vers la professionnalisation, mais une voie de recherche est possible

A l'issue du Master à finalité Professionnelle et Recherche, Domaine Sciences humaines et sociales, Mention Géographie et aménagement, Spécialité Géomarketing et stratégies territoriales des entreprises et des institutions publiques [FI/FA], le diplômé est capable de :

- Participer à l'analyse, à la définition ou à l'évaluation des stratégies territoriales d'entreprises ou d'institutions publiques.
- Analyser les comportements des acteurs impliqués sur un territoire.
- Mettre en oeuvre les stratégies d'implantation des entreprises et les politiques de développement économique des collectivités.
- Mener des études stratégiques commerciales, industrielles et de services.
- Conduire des études de développement et de marketing territorial.
- Maîtriser les outils d'aide à la décision relatifs aux caractéristiques spatiales des marchés, aux stratégies de localisation des entreprises et des administrations, aux politiques de marketing territorial et de développement économique des collectivités.
- Utiliser les outils SIG (GéoConcept, MapInfo et ArcGIS)
- Exploiter, élaborer et gérer des bases de données.
- Utiliser les techniques de la cartographie numérique.
- Appliquer les méthodes d'analyse statistique.
- S'intégrer dans un groupe-projet ou l'animer.

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

- Grande et moyennes entreprises, cabinet d'études ou de conseil en implantation/développement
- Grande distribution
- Bancassurance
- Télécommunications
- Transports, automobile
- Energie
- Santé
- Conseil
- Immobilier d'entreprise
- Tourisme
- Collectivités locales, intercommunale ou dans un service de l'Etat (Communes, Conseil Général, Conseil Régional, etc. : études d'implantation d'activités ou d'immobilier d'entreprise, de développement économique sectoriel ou global et de marketing territorial dans un service d'activité économique
- Organismes et administrations publics (DDE, DRE, DRIRE, etc.) et parapublics (CCI, Chambres de métiers ou d'agriculture, etc.)
- Institutions européennes, nationales, régionales, départementales ou intercommunales
 - Analyste en géomatique

- Concepteur/Conceptrice analyste en systèmes d'information géographique SIG
- Administrateur/Administratrice de bases de données géographiques
- Développeur territorial
- Chargé(e) d'études
- Chargé(e) d'études économiques
- Chargé(e) de mission économique
- Chargé(e) de mission développement territorial
- Chargé(e) de projet et de développement territorial
- Spécialiste de l'analyse d'entreprises ou de branches dans des organisations professionnelles patronales ou syndicales, des administrations centrales ou déconcentrées (DDE, SGAR, etc.), des collectivités locales ;
- Conseil en développement
- Conseil en immobilier.
- Chef de projet
- Responsables de service
- Directeur ou Chargé d'étude en développement des territoires

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1808 : Information géographique

M1403 : Études et perspectives socio-économiques

K1802 : Développement local

K1401 : Conception et pilotage de la politique des pouvoirs publics

K1404 : Mise en œuvre et pilotage de la politique des pouvoirs publics

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

L'étudiant(e) titulaire d'un master 1 des domaines (indiquer les domaines) :

Gestion, Géographie, Économie, Informatique, Urbanisme ou Sciences Géomarketing pour les étudiant(e)s intégrant le M2 en apprentissage ou, Géomatique, Géographie, Aménagement, Urbanisme, Economie et Gestion, AES, Histoire, Marketing ou d'un diplôme de même niveau d'une filière universitaire française ou étrangère et diplômes équivalents pour les étudiant(e)s intégrant le M2 à plein temps.

peut accéder à la deuxième année dès lors qu'il ou elle a satisfait aux conditions d'admission propres à la commission d'admission de l'UFR des Lettres, langues et sciences humaines.

L'octroi du diplôme s'effectue après une formation en 4 semestres de M1 et de M2 décrits ci-dessous :

Descriptif des composantes de la certification :

Master 1 – semestres 1 et 2 – 60 ECTS

Semestre 1

UE 1 : immersion et mise à niveau (2 ECTS) ; 1 ECU au choix parmi ECU 1.1.1-outils automatisés de traitements ou ECU 1.1.2- analyse des marchés ou ECU 1.1.3- statistiques descriptives

UE 2 : fondamentaux du géomarketing (8 ECTS) : ECU 1.2.1 Géomarketing, théorie et réalisation ; ECU 1.2.2 Marketing niveau I ; ECU 123 Fondements géographiques de l'économie et de l'humain

UE 3 : Aspects économiques et sociaux du géomarketing (9 ECTS) : ECU 131 Géométrie de l'entreprise ;

ECU 132 Géographie socio démographique, cartes et données ; ECU 133 initiation à l'analyse spatiale ; ECU 134 Mobilité, mode de vie, environnement

UE 4 : Méthodes, théorie et outils (11 ECTS) : ECU 141 SIG ; ECU 142 Gestion des bases de données ; ECU 143 Statistiques spatiales ; ECU 144 anglais géo éco et géomarketing

Semestre 2

UE 5 : Applicatifs du géomarketing (10 ECTS) : ECU 211 Marketing niveau II

Parcours « entreprises » (3 ECU au choix): ECU 213a Services, Finances, Industrie ; ECU 214a Commerces et distribution ; ECU 215a Télécommunication et transports ; ECU 216a Métiers de l'immobilier ;

Parcours « institutions » (3 ECU au choix) : ECU 213b Développement économique et marketing territorial ;

ECU 214b Observatoire économique et immobilier ; ECU 215b Questions foncières ; 216b Géographie de la santé

UE 6 : Méthodes et outils (8 ECTS) – ECU 221 Cartographie et sémiologie graphique ; ECU 222 Utilisation des SGBD et des SIG ; ECU 223 Statistiques et analyse spatiale ; ECU 224 anglais géo éco et géomarketing

UE 7 : Mémoire (obligatoire) et stage (optionnel) (12 ECTS)

Master 2 Formation Initiale – semestres 3 et 4 – 60 ECTS :

Semestre 3

UE 8 : Pratiques avancées du géomarketing (9 ECTS) - ECUE 3.1.1 : Théorie et pratique du géomarketing et des SGBD ; ECUE 3.1.2 : Théorie et pratique de la relation client ; ECUE 3.3.3 : Modèles anal spatiale des marchés

UE 9 : Projets Géomarketing (11 ECTS) - ECUE 3.2.1 : Entreprises et acteurs institutionnels plus 3 ECU au choix

parmi : ECUE 3.2.2a : Commerce et grande distribution ; ECUE 3.2.2b : Services, finances, industrie ; ECUE 3.2.2c : Télécommunications et transports ; ECUE 3.2.2d : Santé ; ECUE 3.2.2e : Développement et immobilier

UE 10 : Méthodes et outils (10 ECTS) - ECUE 3.3.1 : Pratiques comparées ; ECUE 3.3.2 : Théorie et gestion des

BDDR ; ECUE 3.3.3 : statistiques approfondies ; ECUE 3.3.4 : anglais géo éco et de géomarketing

Semestre 4

UE 11 : Management des projets de secteurs (4 ECTS) - ECUE 4.1 : Gestion de projets

UE 12 : Pratiques innovantes en SIG (4 ECTS) - ECU 42 BDD sur le Web

UE 13 : Mémoire et stage de 6 mois, sous la conduite conjointe d'un Maître de stage professionnel et du Professeur directeur du mémoire (22 ECTS)

Master 2 en apprentissage - 60 ECTS

UE 1 : Fondamentaux du géomarketing : ECUE 1.1 Analyse des marchés (2ECTS);ECUE 1.2 Principes du géomarketing (3 ECTS);ECUE 1.3 Analyse et statistiques spatiales (3ECTS);ECUE 1.4 Introduction aux systèmes d'information géo (3 ECTS)

UE 2 : Méthodologie : théorie et outils : ECUE 2.1 Systèmes d'information géo avancés (3 ECTS);ECUE 2.2 SGBD

(Système de gestion de base de données) (2 ECTS);ECUE 2.3 Datamining (3 ECTS);ECUE 2.4 Modèles d'analyse spatiale (3 ECTS);ECUE 2.5 Management de projet (2 ECTS)

UE 3 : Applicatifs du géomarketing : ECUE 3.1 Services, finance, industries (3 ECTS);ECUE 3.2 Commerce et distribution (3 ECTS);ECUE 3.3 Secteur public, territoire et collectivités (3 ECTS);ECUE 3.4 Télécoms (2 ECTS)

U.E.4 : Pratiques professionnelles : ECUE 4.1 Anglais (2 ECTS);ECUE 4.2 Programmation (3 ECTS);ECUE 4.3

Analyse et traitement de données (3ECTS);ECUE 4.4 Mémoire de fin d'études (2 ECTS);ECUE 4.5 Pratique professionnelle (15 ECTS)

Validité des composantes acquises : illimitée

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 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
En contrat d'apprentissage	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
Après un parcours de formation continue	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur) L'admission se fait seulement en cours d'emploi, avec l'accord de l'employeur préalablement au dépôt du dossier. La FC concerne particulièrement des : - salariés d'entreprises travaillant dans des domaines proches des thématiques du DESS/Master - fonctionnaires des collectivités locales (Communes, Départements, Régions) - fonctionnaires de l'Etat (DDE, Travail et main d'oeuvre, autres Services extérieurs) - membres d'associations professionnelles ou consulaires
En contrat de professionnalisation	X	oui
Par candidature individuelle	X	Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)

Par expérience dispositif VAE prévu en 2002	X	<p>Cette formation est accessible via :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la Validation des Acquis Professionnels (VAP) qui permet un accès dérogatoire à une formation (décret n°85-9 06 du 23 août 1985) Examen du dossier constitué des cursus de formation, professionnel et personnel par une commission pédagogique. - la Validation des Acquis de l'Expérience (VAE) permettant d'obtenir tout ou partie d'un diplôme (loi de modernisation sociale du 17 janvier 2002, décret n°2002-590 du 24 avril 2002) Examen du dossier constitué des cursus de formation, professionnel et personnel et audition du candidat par un jury de validation. <p>Tous les diplômes proposés à l'université Paris-Est Créteil Val de Marne sont susceptibles de faire l'objet d'une VAP ou d'une VAE.</p> <p>La VAE concerne particulièrement des profils de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chargé d'étude géomarketing dans des cabinets de conseils spécialisés - Chargé d'étude géomarketing dans des départements d'entreprises telles que les banques, les assurances, les télécommunications, les entreprises de distribution commerciales, etc - Chargé d'études dans des services d'activités économiques des communes, départements ou régions
---------------------------------------------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
	<p>Laboratoires de recherche partenaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lab'Urba - UMR-Unité mixte de recherche du CNRS LAUTE (Laboratoire Aménagement, Urbanisme, Transports, Environnement n°9403) - GEONAT EA 435 <p>Accords institutionnels ou entreprises partenaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Géocible - géo concept - Pyrène Conseil - ACXIOM - AXA - TéléAtlas

Base légale

Référence du décret général :

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

Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master publié au JO du 27 avril 2002

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

<http://www.u-pec.fr/pratiques/universite/observatoire-etudiant/enquetes-d-insertion-professionnelle-336228.kjsp?rh=1181035608921>

Autres sources d'information :

Université Paris-Est Créteil Val de Marne

Faculté des Lettres, langues et sciences humaines

Statistiques

Master Géomarketing

Lieu(x) de certification :

Université Paris-Est Créteil Val de Marne

61, avenue du Général de Gaulle

94010 Créteil Cedex France

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

Faculté des Lettres, langues et sciences humaines

Créteil CMC

Université Paris-Est Créteil Val de Marne

61, avenue du Général de Gaulle

94010 Créteil Cedex France

Historique de la certification :

2000-2004 : DESS

2004-2007 : master professionnel

2005 - : nouvelle maquette

2010 : Master 2 en apprentissage