

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 14121**

### 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 : Management Spécialité : Marketing et prospective

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 1967)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

314 Comptabilité, gestion

**Formacode(s) :**

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

#### Liste des activités visées par le diplôme, le titre ou le certificat

- Réaliser des études de marché (approches quantitative et qualitative)
- Modifier les produits ou lignes de produits sur la base des études menées
- Dynamiser la notoriété d'une marque
- Repositionner un produit
- Définir une politique de prix
- Mettre en place une campagne promotionnelle
- Déterminer et analyser la chaîne de valeur d'une entreprise et de ses concurrents....

#### Compétences ou capacités attestées

##### 1) Les compétences disciplinaires

- Analyser les sociétés et les marchés : dimensions économiques, sociales, politiques, culturelles et juridiques
- Maîtriser la planification et le contrôle de la décision marketing,
- Prendre des décisions managériales sur la base des résultats des études
- Porter un jugement critique sur la qualité méthodologique d'études réalisées

##### 2) Les compétences techniques

- Maîtriser des techniques de collecte d'information qualitative et quantitative
- Maîtriser des méthodes d'analyse de données
- Maîtriser les méthodes de prospective
- Maîtriser l'outil informatique (logiciel de traitement de données statistiques)
- Maîtriser la langue anglaise

##### 3) Les compétences comportementales

- Maîtriser les techniques de communication
- Développer des capacités d'analyse et d'écoute
- Maîtriser la conduite de projets d'étude sur le plan relationnel et humain

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

services, industrie, commerce, agriculture  
Chargés d'études qualitatives et quantitatives  
Consultant marketing  
Responsable marketing  
Manager et gestionnaire de produit  
Responsable achats

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

M1403 : Études et perspectives socio-économiques

M1705 : Marketing

M1703 : Management et gestion de produit

M1102 : Direction des achats

### Modalités d'accès à cette certification

#### Descriptif des composantes de la certification :

Pré-requis pour intégrer ce Master 2 : équivalence M1 dans le domaine de la gestion des entreprises.

Ce Master 2 est sélectif. Modalités de sélection : sélection en deux temps : première sélection sur dossier puis sélection sur entretien.

#### **MASTER 2 MARKETING ET PROSPECTIVE : 60 ECTS**

UE 1 : Compréhension du monde et des sociétés 10 ECTS

UE 2 : Etude du marché et du consommateur 10 ECTS

UE 3 : La prise de décision et l'action marketing 10 ECTS

UE 4 : L'analyse des données marketing 10 ECTS

UE 5 : Simulation et applications de gestion 10 ECTS

UE 6 : Actualité du marketing 3 ECTS

UE 7 : Expérience en entreprise (stage, alternance) 7 ECTS

La délivrance du diplôme est subordonnée aux conditions suivantes :

- L'obtention d'une moyenne générale à l'ensemble des UEF 1 à 6 d'au moins 10 sur 20. Quand un candidat n'obtient pas cette moyenne, il doit repasser en septembre les éléments constitutifs ayant une moyenne inférieure à 10 dans les UEF non validées ;
- L'obtention d'une moyenne d'au moins 10 au rapport de gestion de projet (projet réalisé entre octobre et mars pour le compte d'une entreprise) et d'au moins 10 au rapport de stage.

**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). Eventuellement % enseignants/professionnels
En contrat d'apprentissage	X	Si l'ingénierie est prévue à cet effet
Après un parcours de formation continue	X	Si l'ingénierie est prévue à cet effet
En contrat de professionnalisation	X	Oui
Par candidature individuelle	X	Possible pour partie du diplôme par VES ou VAP
Par expérience dispositif VAE	X	Enseignants-chercheurs et professionnels

	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) :**

Masters : Arrêté du 25/04/2002 publié au JO du 27/04/2002

**Référence du décret et/ou arrêté VAE :**

**Références autres :**

Masters: arrêté d'habilitation du 29 septembre 2009

#### Pour plus d'informations

**Statistiques :**

A 6 mois, taux d'insertion entre 60% et 70%, variable selon les années. (statistiques relatives à l'ancien Master 2 « Etudes de marché et prises de décisions marketing »).

**Autres sources d'information :**

Site de l'Institut : [www.iemn-iae.univ-nantes.fr](http://www.iemn-iae.univ-nantes.fr)

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

**Lieu(x) de certification :**

Université de Nantes, Institut d'économie et de Management de Nantes - IAE, Chemin de la Censive du Tertre - BP 52231 44322 - Nantes Cedex 3

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

Institut d'économie et de Management de Nantes - IAE

**Historique de la certification :**

Le changement proposé pour ce nouveau quinquennal est le premier depuis l'habilitation du diplôme.

Ce master succède au Master 2 Management - Spécialité « Etudes de marché et prises de décisions marketing », créé en 2004, en continuité du DESS « Etudes de marché et prises de décisions marketing », suite à la réforme LMD.