

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 14395**

Intitulé

MASTER : MASTER Domaine : Droit, Economie, Gestion Mention Marketing Spécialité Conseil et Marketing stratégique

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Toulouse 1 Capitole Modalités d'élaboration de références : CNESER du 19 avril 2011	Université Toulouse 1 Capitole, Président de l'université Toulouse 1 Capitole

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente, 312n Etudes de marchés et projets commerciaux, 313n Etudes économiques et financières

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

- Elaborer la stratégie commerciale de l'entreprise et définir les plans d'actions annuels (promotion des produits, marchés à investir, ...)
- Elaborer le plan marketing et contrôler le déploiement des opérations
- Elaborer et suivre les éléments du budget marketing pour l'ensemble des produits de l'entreprise
- Concevoir la campagne promotionnelle des produits et la mettre en œuvre
- Réaliser le bilan des actions marketing et proposer des axes d'évolution
- Coordonner l'activité des commerciaux
- Apporter un appui technique aux commerciaux lors des plans d'actions commerciales
- Apporter un appui stratégique aux commerciaux : faire de la veille stratégique, analyser les tendances pour suivre au plus près la demande du client.
- Réaliser la veille concurrentielle des produits (marché, prix, nouvelles tendances, ...)
- Suivre et analyser les données d'activité du service ou de la structure et proposer des axes d'évolution
- Réaliser le suivi des clients grands comptes de la structure et analyser le potentiel de clients/prospects

- Conduire toutes les étapes d'une étude de marché :
 - § réponse à un appel d'offres
 - § établissement d'un devis
 - § formulation du problème à résoudre
 - § choix d'une méthodologie
 - § gestion du terrain : recrutement et gestion d'un réseau d'enquêteur
 - § rédaction d'un questionnaire
 - § Conduite d'une réunion de groupe et d'entretien semi-directif
 - § Organiser un test de produit (hédonique et sensoriel)
 - § analyse des données univariées et multivariées
 - § analyse des données textuelles
 - § maîtrise des logiciels d'analyse : SPSS , Excel, Sphinx Lexica
 - § rédaction du rapport d'étude
 - § présentation orale du projet

- Etablir une proposition de consultance marketing dans les domaines suivants :
 - § Marketing évènementiel
 - § Grande consommation
 - § Recherche de nouveaux produits et nouveaux marchés
 - § Analyse fonctionnelle (coûts)
 - § Veille marketing
 - § Grande distribution (implantation d'un linéaire)

- Préparation d'un plan marketing:
 - § Diagnostic marketing
 - § Plan marketing
 - § Budget marketing
 - § Recommandation stratégique
 - § Mise en oeuvre

- Programmation et suivi d'actions de marketing opérationnel :

- § Analyse de l'environnement
- § Gestion de la force de vente
- § Animation d'un réseau commercial
- § Rédiger un cahier des charges marketing
- § Brief agence de communication
- § Brief institut d'études
- § Média planning
- § Fixation d'un prix
- § Développement à l'international

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

- Industrie (tous secteurs)
- Commerce et grande distribution
- Banques et assurances
- Communication publicité
- Cabinets conseils ..
- Chef de produit,
- Consultant marketing
- Chargé d'études et recherche marketing,
- Chef de marque,
- Chef de marché,
- Chef de secteur,
- Responsable développement commercial,
- Mediaplaner stratégique.

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

M1403 : Études et perspectives socio-économiques

E1401 : Développement et promotion publicitaire

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Master 2

Semestre 3 48 ECTS

UE1 Stratégie marketing 8

Stratégie de marque

Tendances stratégiques

Planification et audit

UE2 Marketing digital 8

UE3 Conseil en marketing 8

UE4 Marketing qualitatif 8

UE5 Marketing quantitatif 8

UE6 Management marketing 8

Semestre 4 12 ECTS

UE7 Stage en entreprise 12

UE parcours Recherche en remplacement des UE2, UE3, UE6 et UE7.

Semestre 3

UE8 Théorie des organisations 2

UE9 Protocole de recherche 10

UE10 Méthodes de recherche 10

Semestre 4

UE11 Mémoire de recherche 14

Stage

Au cours de l'année universitaire, chaque étudiant doit effectuer un stage professionnel d'une durée minimale de six mois dans une entreprise, une organisation internationale, une administration, une ONG ou une association.

La réalisation du stage professionnel donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit évalué en septembre et éventuellement d'une soutenance orale en master 2.

Evaluation et compensation

Les unités d'enseignement font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu des connaissances et/ou d'une session écrite d'examen à la fin de chaque semestre.

La note attribuée dans le cadre du contrôle continu d'une unité d'enseignement découle d'une ou de plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe.

Il est organisé une seconde session d'examen donnant aux étudiants la possibilité de valider les unités d'enseignement qui leur ont fait défaut sur les deux semestres. Cette session est mise en place au mois de septembre de chaque année universitaire.

La validation d'une unité d'enseignement est définitivement acquise pour tout étudiant ayant obtenu la moyenne (10/20) dans les épreuves de contrôle des connaissances mises en place pour l'unité d'enseignement.

Une unité d'enseignement peut également être validée par compensation. La compensation est organisée sur le semestre sur la base de la moyenne générale des notes obtenues pour les diverses unités d'enseignement hors l'unité d'enseignement de stage professionnel ou mémoire de recherche.

Une unité d'enseignement n'est pas compensable si la moyenne des notes obtenues aux épreuves de l'UE est inférieure à 8/20.

Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à 10/20 et que la moyenne des notes obtenues aux épreuves de chaque unité est supérieure ou égale à 8/20.

L'unité d'enseignement de stage/projet tuteuré et l'unité d'enseignement de stage professionnel ou mémoire de recherche doivent être obligatoirement validées pour être admis au diplôme.

Accès et formation préalable requise

L'accès en master 2 Droit, Économie, Gestion, mention Marketing spécialité Conseil et marketing stratégique est ouvert aux étudiants ayant validé les 60 crédits de la première année de la même mention, ayant satisfait aux conditions d'évaluation spécifiques et sur examen de leur dossier. Les étudiants ayant validé 60 ECTS au-delà d'une licence, ayant validé un diplôme d'ingénieur ou un diplôme d'école supérieure de commerce, peuvent accéder à la deuxième année après examen de leur dossier académique et résultat à un test de sélection. Les épreuves de sélection peuvent être organisées au niveau national et/ou local.

Ces diplômes sont également ouverts aux personnes ayant bénéficié, soit d'une validation partielle des acquis de l'expérience, soit d'une validation des études supérieures accomplies en France ou à l'étranger, soit d'une validation des études, des expériences professionnelles ou des acquis personnels dans le domaine.

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	Oui Composition des jurys : équipe pédagogique
En contrat d'apprentissage	X	Oui si l'ingénierie est prévue à cet effet Composition des jurys : Equipe pédagogique
Après un parcours de formation continue	X	Oui si l'ingénierie est prévue à cet effet Composition des jurys : Equipe pédagogique
En contrat de professionnalisation	X	Non
Par candidature individuelle	X	Oui possible pour partie du diplôme par VES ou VAP Composition des jurys : Equipe pédagogique
Par expérience dispositif VAE	X	Oui Composition des jurys : Enseignants chercheurs et professionnels

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 :

Arrêté du 25 avril 2002 publié au JO du 27 avril 2002

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

Arrêté du 27 septembre 2004

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté d'habilitation du 23 juin 2011

Pour plus d'informations

Statistiques :

Liens vers statistiques : www.univ-tlse1.fr

www.iae-toulouse.fr

Autres sources d'information :

Lieu(x) de certification :

Université Toulouse 1 Capitole : Midi-Pyrénées Languedoc-Roussillon - Haute-Garonne (31) [Toulouse]

Université Toulouse 1 Capitole

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

IAE

Toulouse

Historique de la certification :