

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 16477**

Intitulé

MASTER : MASTER Marketing spécialité Marketing et communication commerciale

Nouvel intitulé : Marketing, vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université d'Auvergne - Clermont-Ferrand 1	Président de l'Université d'Auvergne, Recteur de l'Académie de Clermont-Ferrand, Chancelier des Universités

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente, 320m Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le titulaire du diplôme peut accéder à différents métiers du marketing et de la communication comme chargé de communication, chef de produit, responsable de projet marketing ou de communication.

Il exerce les activités suivantes :

- Analyse et synthèse de l'information notamment en ce qui concerne les évolutions des marchés, des tendances et des comportements des consommateurs

- Diagnostic marketing de l'entreprise et du produit ou service concerné, réalisation d'études de marché

- Conception des plans d'actions commerciales

- Capacité de vision marketing et de construction d'une stratégie de communication

- Proposition, conception et réalisation de campagnes de communication

- Planification, organisation et pilotage des projets de communication, animation des équipes de gestion des contacts à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise (équipe de création, clients, sous traitants...)

- Mise en place de campagnes publicitaires, de relations publiques, d'évènementiel, de communication interne (journal d'entreprise) et de communication sur internet (site web, bannières), conception de documents publicitaires, rédaction des dossiers et communiqués de presse

- Achat, vente de supports médias et des espaces publicitaires

- Présentation des projets à des clients ou à l'équipe de direction

- Analyse et évaluation de l'efficacité des solutions proposées.

Le titulaire du diplôme est capable de :

- Analyser un marché afin de définir une stratégie marketing, une stratégie de communication adaptée aux besoins de l'entreprise

- Adopter un positionnement différent afin de proposer des solutions innovantes

- Proposer des solutions permettant de maximiser l'impact des stratégies décisionnelles marketing et de communication sous des contraintes budgétaires, techniques et humaines

- Mobiliser, animer et organiser une équipe autour des projets dont il a la charge afin de les mener à terme

- Conduire un projet marketing du début à la fin.

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

Tous les secteurs d'activités sont visés.

- Chargé de communication en agence

- Chargé de communication chez l'annonceur

- Chef de produit

- Chargé d'études

- Chef de publicité junior en agence

- Chargé de mission en communication événementielle

- Responsable de la communication externe et/ou interne

- Responsable du sponsoring et/ou du mécénat

- Responsable de la promotion des ventes

- Responsable du marketing opérationnel

- Responsable marketing

- Responsable communication

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1103 : Communication

E1401 : Développement et promotion publicitaire

M1401 : Conduite d'enquêtes

M1703 : Management et gestion de produit

M1705 : Marketing

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Cette formation est ouverte au titre de la formation initiale et de la formation professionnelle continue s'adresse aux jeunes diplômés de l'enseignement supérieur désireux de se former aux métiers du marketing et de la communication, ainsi qu'aux cadres d'entreprises désirant évoluer dans leur carrière.

Le Master s'obtient après une formation de 4 semestres. Les deux premiers sont réalisés dans le cadre d'un Master 1ère année de la même spécialité de l'Ecole Universitaire de Management ou équivalent.

Maquette du Master 2ème année :

Semestre 3 :

- UE 1 : Plan de communication et marque : 6 crédits ECTS
- UE 2 : Stratégie et mesure : 6 crédits ECTS
- UE 3 : Création et réalisation : 6 crédits ECTS
- UE 4 : Animation et communication interne : 6 crédits ECTS
- UE 5 : Outils d'insertion professionnelle 1 : 6 crédits ECTS

Semestre 4 :

- UE 6 : Communication et nouveaux médias : 6 crédits ECTS
- UE 7 : Communication hors média : 6 crédits ECTS
- UE 8 : Séminaires spécifiques : 4 crédits ECTS
- UE 9 : Outils d'insertion professionnelle 2 : 5 crédits ECTS
- UE 10 : Applications professionnelles (mémoire ou stage) : 9 crédits ECTS

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OU	NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Personnes ayant contribué aux enseignements
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue	X		Personnes ayant contribué aux enseignements
En contrat de professionnalisation	X		Personnes ayant contribué aux enseignements
Par candidature individuelle	X		Personnes ayant contribué aux enseignements
Par expérience dispositif VAE	X		Accès par la commission VAP ou par le jury de VAE

	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 :

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

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

Arrêté du 5 mars 2012

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Environ 25 étudiants par promotion

<http://www.u-clermont1.fr/insertion-professionnelle-des-etudiants.html>

Autres sources d'information :

Site Web de l'Université d'Auvergne : <http://u-clermont1.fr/offre-de-formation.html>

Site Web de l'École Universitaire de Management : <http://www.u-clermont1.fr/ecole-universitaire-de-management.html>

Lieu(x) de certification :

Université d'Auvergne

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

Université d'Auvergne - École Universitaire de Management - Clermont-Ferrand

Historique de la certification :

- De 1971 à 1976, elle était dénommée Diplôme d'Études Supérieures en Marketing
- De 1976 à 2004, elle était dénommée DESS Marketing (appelé CEREM). Plus de 900 étudiants ont été formés durant cette période
- De 2004 à 2010, elle était dénommée Master Professionnel 2ème année, domaine "Economie, gestion, management", mention "Sciences et métiers de la gestion, spécialité "Marketing développement commercial", option "Marketing"
- De 2010 à 2012, elle était dénommée Master Professionnel 2ème année, spécialité Marketing Management et développement de projet
- Depuis l'année universitaire 2012/2013, elle est dénommée Master Professionnel 2ème année mention Marketing, spécialité Marketing et Communication Commerciale.

Certification suivante : Marketing, vente