

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 19107**

### Intitulé

MASTER : MASTER Droit Economie Gestion mention Science du Management spécialité Marketing

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Aix-Marseille Université	Aix-Marseille Université, Rectorat de l'Académie d'Aix Marseille, Président de l'Université d'Aix Marseille

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion, 312n Etudes de marchés et projets commerciaux, 312 Commerce, vente

**Formacode(s) :**

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

Les activités professionnelles que peut exercer un diplômé du Master en Sciences du management spécialité Marketing sont celles d'un cadre supérieur dans les services marketing d'entreprises quel que soit leur secteur d'activité : en tant qu'assistant chef de produit, chef de produit, chef de marché ou chargé d'études, il assure la responsabilité ou participe au développement d'un produit ou d'une ligne de produits, d'un service ou d'une ligne de services, depuis leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché. A partir d'une analyse de marché (information du terrain, études externes) et en fonction des objectifs de l'entreprise, il propose une définition du produit, conçoit les plans d'action commerciale et les campagnes promotionnelles. Il suit l'évolution commerciale de sa gamme, assiste la force de vente, coordonne les activités qui concourent à la réalisation du plan marketing/produit. Il peut être responsable des résultats et dans les entreprises industrielles, suivre la production et veiller à la qualité.

Comme chef de publicité, il élabore, organise et coordonne une campagne publicitaire. Il définit une stratégie commerciale en tenant compte des caractéristiques du produit (nature du produit, circuits de distribution, clientèle, concurrence...) et du budget prévu. Il détermine une stratégie de communication fixant les thèmes publicitaires, la teneur du message, la répartition du budget selon les différents médias. Il peut être chargé de suivre la conception, la fabrication et l'exécution du plan média, ainsi que d'animer les équipes de réalisation. Si son emploi est celui de responsable Média, il conçoit ou applique le plan média en prévoyant et en organisant le passage des annonces dans les différents supports (presse, affichage, radio, télévision, salles de cinéma...) il peut exercer essentiellement un rôle d'étude et d'analyse. Dans ce cas, il élabore une stratégie média à partir des informations disponibles sur les différents supports (audiences, public, prix des espaces publicitaire...). Il rassemble ces données dans un document de synthèse appelé "plan média", le propose à sa direction ou à l'annonceur. Il peut participer à la conception des supports média ou multimédia. Il peut aussi négocier les achats d'espaces publicitaires dans les supports (prix, périodicité, durée). Comme consultant Marketing, il est capable, en toute autonomie, de réaliser des missions en entreprise pour toute question relative aux traitements des rapports que l'entreprise entretient avec ses marchés et produits. Il est au fait de l'impact des technologies de communication sur l'entreprise et ses marchés. Il peut assurer une veille concurrentielle sur internet, effectuer une analyse des médias utiles et sélectionner ceux qui apporteront les meilleurs résultats dans une campagne de communication. Comme, plus en amont, lors des études de nouveaux produits il pourra être le personnage "chef d'orchestre" des conseils post production pour la réussite du premier lancement. Comme tout consultant ses qualités personnelles lui permettent de conduire ses interventions en ayant à l'esprit sa position de conseil et les limites de son intervention. Il est fréquent que la réussite de ses missions lui permette d'être sollicité pour prendre en main un service marketing au sein d'une entreprise ayant bénéficié de son intervention.

Le diplômé maîtrise les outils les plus pointus : logiciels d'analyse des données, méthodes d'analyses statistiques, il sait appliquer des concepts et des modèles (critères de décisions d'achat, identité de la marque...) à une prise de décision marketing adaptée.

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

Ce professionnel peut occuper des fonctions d'encadrement supérieur dans les services marketing de toutes les catégories d'entreprises quel que soit leur secteur d'activité.

Cette formation permet d'être opérationnel dans les fonctions de chef de produit, responsable de marché et responsable d'études quantitatives et qualitatives. Le diplômé peut également exercer dans un cabinet de consultant en tant que Consultant marketing.

### Codes des fiches ROME les plus proches :

M1702 : Analyse de tendance

M1703 : Management et gestion de produit

M1705 : Marketing

M1403 : Études et perspectives socio-économiques

E1401 : Développement et promotion publicitaire

### Modalités d'accès à cette certification

#### Descriptif des composantes de la certification :

Le diplôme comporte 120 crédits ECTS et se déroule sur quatre semestres et comprend un stage sauf sous la modalité alternance.

Les semestres 1 et 2 (60 ECTS) sont généralistes (tronc commun), les semestres 3 et 4 (60 ECTS) correspondent au parcours de spécialité. Sous certaines conditions le candidat qui a déjà validé les 60 premiers ECTS peut accéder directement au semestre 3. La

formation est accessible en formation initiale, en alternance ou en formation continue.

Pour le tronc commun :

**Semestres 1 et 2 (60 ECTS et 384 h)** les UE correspondent aux semestres ci-dessous ou au Master 1 obtenu par l'étudiant

- 1 Markstrat 6 ECTS
- 2 L'humain dans l'entreprise 6 ECTS
- 3 Foreign language 6 ECTS
- 4 Libre choix (2 modules parmi 7) 6 ECTS
- 5 Ouverture (focus et séminaires internationaux) 6 ECTS

Parcours expérience professionnelle

- 6 Communication, management de projet 6 ECTS
- 7 Analyse et contrôle 6 ECTS
- 8 Le stage ou l'apprentissage valorisant une expérience en entreprise 12 ECTS
- 9 Libre choix (2 module parmi 7) 6 ECTS

Parcours expérience internationale

- 6 Foreign Expérience (en université étrangère) 27 ECTS
- 7 Mission en entreprise 3 ECTS

**Semestres 3 et 4 (60 ECTS et 312 h)** : parcours marketing

- 1 Market and brand analysis 48 H 6 ECTS
- 2 Etudes qualitatives et comportement du consommateur 48 H 6 ECTS
- 3 Quantitative analysis 48 H 6 ECTS
- 4 Marketing Management 48 6 ECTS
- 5 Product and Brand Management 48 h 6 ECTS
- 6 Communication and nex challenges 48 h ECTS
- 7 Mise en situation professionnelle (stage ou apprentissage) 9 ECTS
- 8 Field Project 24 h 3 ECTS
- 9 Mémoire de fin d'études 12 ECTS

Le diplôme est obtenu après évaluation des unités d'enseignement s'effectuant comme suit:

- contrôle écrit et/ou oraux concernant les modules de cours
- Évaluation du mémoire par un jury composé de professionnels et d'universitaires
- le stage ou l'apprentissage est apprécié conjointement par l'entreprise (maître de stage ou d'apprentissage) et un enseignant (tuteur)

Pour valider une UE l'étudiant a obtenu une note moyenne égale ou supérieure à 10/20 (sous réserve de n'avoir obtenu aucune note inférieure à 8/20 pour les modules de cours et 9/20 pour le mémoire et l'UE stage ou apprentissage)

A l'issue de cette formation le diplômé a validé 120 ECTS.

Les 60 premiers ECTS sont validés par l'obtention et/ou la capitalisation de chacune des UE composant les semestres 1 et 2, ou par compensation entre les différentes UE des semestres 1 et 2, constituées de modules de cours.

Les 60 derniers ECTS sont validés par l'obtention et/ou la capitalisation de chacune des UE composant les semestres 3 et 4, ou par compensation entre les différentes UE des semestres 3 et 4 constituées de modules de cours.

**Validité des composantes acquises : illimitée**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI	NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Enseignants
En contrat d'apprentissage	X		Enseignants
Après un parcours de formation continue	X		Enseignants
En contrat de professionnalisation	X		Enseignants
Par candidature individuelle	X		Enseignants
Par expérience dispositif VAE prévu en 2002	X		Enseignants et professionnels conformément aux textes

	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

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

arrêté d'habilitation n°20081103 du 6 novembre 2013

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

code de l'éducation article L 613-3

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

	2010/11	2011/12	2012/13
Nombre total de diplômés	23	24	31
nombre d'hommes	3	4	13
nombre de femmes	20	20	18

<http://deve.univ-amu.fr/ove/suivi-insertion>

**Autres sources d'information :**

<http://www.iae.aix.com>

<http://www.univ-amu.fr>

**Lieu(x) de certification :**

MARSEILLE

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

Puyricard (Aix Marseille Graduate School of Management - IAE, Chemin de la Quille)

**Historique de la certification :**

Accréditation EQIS depuis 1999 (European Quality improvement System) délivrée par l'European Foundation for management développement

Accréditation AMBA depuis 2004 délivrée par l'Association of MBAd, AMBA est un organisme d'accréditation qui reconnaît la qualité des MBA et des Masters

Arrêté MENSER 21 juillet 2009 n°20081073-09 master sciences du management spécialité marketing appliqué

arrêté MENSER 3 août 2005 n° 20042342 master sciences du management spécialité marketing appliqué

master créé en 2004 en remplacement du DESS Marketing appliqué (850961 créé en 1977)