

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 20960**

Intitulé

DGE_GM : DGE grade Master Sciences des organisations, Mention Marketing et stratégie

| AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION | QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION |
|--|--|
| Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Université Paris-Dauphine | Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Président de l'université |

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, 312 Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Parcours Distribution et relation client. Finalité professionnelle. Diplôme de Grand Etablissement (DGE).

- Analyser l'environnement commercial de l'entreprise (grande distribution, distribution spécialisée, commerce en franchise, vente à distance...)
- Décider ou participer à la décision en matière de politique commerciale : négociation et achats, management des marques de distributeurs, animation d'un réseau commercial
- Préconiser et mettre en œuvre une démarche de marketing relationnel : fidélisation du client, marketing direct, CRM (Customer Relationship management)

D'une manière plus détaillée, les titulaires du master sont en charge de :

- L'analyse du marché afin de segmenter la demande, trouver des idées de nouveaux produits, évaluer le positionnement des marques, préparer des actions de communication, tester certaines options du mix marketing en cours d'élaboration ;
- La mise au point et le lancement de nouveaux produits (définition et test du concept, conception du cahier des charges en liaison avec les services techniques, choix d'un mix cohérent avec la gamme existante, adoption d'une formule de distribution pertinente...)
- L'élaboration et le suivi des plans marketing (fixation des objectifs commerciaux, analyse des indicateurs appropriés, réalisation d'actions correctrices) ;
- La mise en œuvre et le suivi du plan de communication en veillant à la cohérence des opérations, en négociant ou supervisant les prestations en matière de publicité, de relations publiques ou de marketing direct ainsi qu'en exerçant une veille permanente (tracking Internet, etc.).
- La mise en place et interprétation des indicateurs statistiques, des outils de prévision et des tableaux de bord portant sur la clientèle de l'entreprise ;
- L'analyse des fichiers clients afin de segmenter la clientèle en détectant les cibles prioritaires ainsi que les opérations de fidélisation ou de conquête à effectuer ;
- La conception et la mise en place des solutions intégrées de CRM en lançant des appels d'offre auprès des fournisseurs de progiciels, en pilotant l'implantation des outils sélectionnés et en formant les utilisateurs à leur maniement.

Compétences transversales :

- Maitriser les concepts fondamentaux de la discipline
- Mettre en pratique les méthodes d'analyse et utiliser les outils du champ disciplinaire
- Savoir faire une recherche documentaire et utiliser les sources à bon escient, être capable d'en faire une synthèse tout en développant un esprit critique. Réaliser une veille environnementale dans son champ d'activité
- Construire et rechercher des données fiables, savoir les interpréter et les analyser afin de mettre en place des procédures d'évaluation
- Rédiger et présenter oralement un travail élaboré sur une problématique complexe
- Communiquer dans une langue étrangère et notamment en anglais
- Maitriser les méthodes et outils informatiques et de communication usuels.

Compétences pré-professionnelles :

- Conduire un projet (conception, pilotage, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion)
- Travailler en autonomie et en équipe, s'adapter à différents contextes socio-professionnels et interculturels
- Comprendre les enjeux et problématiques des différentes parties prenantes de l'organisation pour être force de proposition et de dialogue
- Coordonner et animer une équipe.

Compétences métier :

- Connaitre de manière approfondie le secteur de la distribution
- Appréhender les fonctions d'interface entre le distributeur et l'industriel

- Détecter les tendances du marché, concevoir des nouveaux produits, mettre au point un mix adapté (packaging, distribution, etc..) et élaborer des messages en mobilisant les outils de la communication
- Effectuer des études répondant à des problématiques de marketing, en collectant et traitant des données qualitatives ou quantitatives, puis en utilisant les logiciels d'analyse de données appropriés ou les techniques d'analyse de contenu pertinentes
- Dialoguer avec les autres fonctions de l'entreprise
- Maîtriser les outils du data mining, appréhender les fondements des principales méthodes statistiques, les nouvelles techniques qui se développent dans le domaine du CRM
- Concevoir des solutions de CRM adaptées aux besoins en mobilisant les progiciels dédiés au management de la relation client

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

Secteurs de la distribution et de la grande consommation

-Métiers du marketing et du management dans le secteur de la distribution : chef de produit MDD, responsable communication, responsable études marketing, manager de rayon et de magasin, responsable marketing de centre commercial, responsable de l'animation et du développement des réseaux en franchise.

-Métiers d'interface entre le marketing et la distribution dans la distribution et les entreprises de grande consommation : acheteur, chef de secteur, category manager, responsable merchandising, responsable trade-marketing, marketing opérationnel.

-Métiers de la relation client dans le secteur de la distribution et tous secteurs d'activité : chef de projet CRM, commerce électronique et vente à distance, responsable promotion des ventes, responsable marketing direct et marketing interactif, responsable des programmes de fidélité, management des services consommateurs.

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

D1509 : Management de département en grande distribution

M1702 : Analyse de tendance

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

Le master est ouvert aux étudiants titulaires d'une licence (BAC + 3 - 180 ECTS) de l'université Paris-Dauphine.

Les semestres S1 et S2 du master Marketing et stratégie apportent le socle de connaissances en marketing indispensable aux différentes spécialisations développées en S3 et S4 (soit 19 Unités d'Enseignement, 2 enseignements électifs, un mémoire et un stage obligatoire). Dès le M1, la formation accorde aussi une place importante à la recherche (méthodologie et rigueur scientifique, analyse d'articles scientifiques), renforcée notamment par une convention signée avec l'ENS Cachan.

Semestre 1 : Business game ; Comportement du consommateur ; Etudes et recherche ; Marketing international ; Management stratégique ; Anglais ; Chef de produit ; droit de la conso et de la distribution ; Le monde des affaires dans l'art.

Semestre 2 : Systèmes d'information et marketing ; Distribution ; Communication publicitaire ; Innovation et société ; Anglais ; Stratégie de marque ; Service marketing ; Statistiques. Mémoire ; Apprentissage ; Projet international.

Un cycle de conférences sur les métiers du marketing et sur la recherche de stage est également proposé.

L'année de césure peut s'insérer dans le programme de formation de Master : Elle se déroule généralement sous la forme de 2 stages de 6 mois.

Les semestres 3 et 4 sont accessibles aux étudiants français et étrangers après validation des 60 crédits ECTS du M1 Marketing et stratégie ou d'une autre M1 (Bac+4) en gestion, économie appliquée, économétrie de l'université Paris-Dauphine, d'une autre université, d'un diplôme de Grande Ecole de commerce ou de management, d'ingénieurs ou de Grand Etablissement reconnu équivalent. Il est également accessible à des professionnels disposant d'au moins 3 années d'expérience dans le domaine.

Enseignements fondamentaux et de spécialisation des semestres 3 et 4 regroupés autour de 4 thématiques :

- Management de la distribution (15 ECTS): Stratégie des distributeurs / Management des MDD / Management des systèmes d'information / Management de la supply-chain / Séminaire Pilotage et management des enseignes

- Relations industrie-commerce (15 ECTS) : *Category management / Négociation commerciale / Management des achats / Merchandising / Les études dans les relations industrie-commerce*

- Relation client (15 ECTS) : Management de la relation client / CRM analytique et opérationnel / Marketing interactif / Marketing client cross-canal / Promotion des ventes

- Projets et accompagnement vers le monde de l'emploi (15 ECTS) : Séminaire d'intégration : cas d'entreprise / SCOPS : Observatoire de l'innovation commerciale / Séminaire Innovation / *Global retail marketing, voyage d'étonnement / Projet c-store / Anglais de la distribution et de la relation client / Techniques de recherche d'emploi / Séminaire création d'entreprise / Stage de fin d'études 6 mois minimum.*

Contrôle des connaissances : l'octroi du diplôme nécessite l'obtention d'une moyenne pondérée de 10/20 à chaque semestre, sans note éliminatoire (inférieure ou égale à 7/10).

Validité des composants 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 | | Jury désigné par le Président de l'Université, présidé par un professeur ou un Maître de conférences des Universités et comprenant le responsable de la formation, des enseignants... |
| En contrat d'apprentissage | | X | |
| Après un parcours de formation continue | X | | idem |
| En contrat de professionnalisation | X | | idem |
| Par candidature individuelle | X | | Possible pour partie du diplôme par VES ou VAP |
| Par expérience dispositif VAE | X | | Majorité d'enseignants-chercheurs, ainsi que des personnes ayant une activité principale autre que l'enseignement et compétentes pour apprécier la nature des acquis, notamment professionnels, dont la validation est sollicitée |

| | 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 19 septembre 2014 conférant le grade de master aux Diplômes de Grand Etablissement de l'université Paris Dauphine pour la période 2014-2019

Arrêté du 28 septembre 2009 relatif aux habilitations des masters de l'université Paris Dauphine

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Promotions d'une 30aine de diplômés chaque année.

répartition hommes/femmes : environ ¼ d'hommes et ¾ de femmes

<http://www.dauphine.fr/fr/formations-et-diplomes/orientation-insertion/insertion-professionnelle/enquete-pluricite-dauphine-2014.html>

Autres sources d'information :

www.master4206.dauphine.fr

<http://www.dauphine.fr>

Lieu(x) de certification :

Université Paris-Dauphine, Place du Maréchal de Lattre de Tassigny, 75775 Paris cedex 16

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

Université Paris-Dauphine, Place du Maréchal de Lattre de Tassigny, 75775 Paris cedex 16

Historique de la certification :

DESS Logistique et organisation commerciale, devenu en 1990 DESS Distribution : logistique, vente et négociation. Il devient Master Distribution et relation client en 2004.

Diplôme de Grand Etablissement en 2010, grade de master en 2012