

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 21465**

Intitulé

MASTER : MASTER Master Economie Gestion mention Sciences de gestion spécialité Management Marketing international finalité professionnelle

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Panthéon Assas - Paris 2, Ministère de l'Enseignement Supérieur	Le Président de l'Université Panthéon-Assas (Paris 2), Recteur de l'académie

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

122 Economie, 312 Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Les activités visées par le diplôme concernent l'activité marketing à l'échelle internationale dans le cadre de très grandes entreprises et notamment :

- Gestion internationale des relations client
- Marketing international
- E-Marketing
- Gestion de marques internationales
- Communication internationale (Interne ou Externe)
- Communication 'Corporate'
- Gestion internationale des réseaux de distribution

L'acquisition des connaissances et des compétences nécessaires à l'exercice de responsabilités de marketing international est le fruit de la combinaison de plusieurs approches pédagogiques :

- Des enseignements généraux indispensables : fondamentaux du marketing international, aspects économiques, juridiques ou encore organisationnels ;

- Des mises en situation au moyen de cas d'entreprises dans lesquels la scène d'action est le monde dans sa globalité avec notamment une simulation de lancement ou de suivi de produit évoluant sur un marché international de manière à favoriser l'acquisition de techniques opérationnelles intégrées ;

- Le partage d'expériences et de savoirs au travers de séminaires assurés par des professionnels et des chercheurs ;

La réalisation d'un mémoire de fin d'étude, avec une problématique internationale, dont le sujet est décidé par l'étudiant en concertation avec le maître d'apprentissage et le tuteur qui l'accompagnent de façon personnalisée.

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

Le Master en Management Marketing International a pour objet de former des cadres-managers spécialistes du marketing capables de travailler dans un environnement anglophone et multiculturel en France et/ou à l'étranger pour le compte de grandes entreprises d'envergure internationale quel que soit leur secteur d'activité.

- Directeur du marketing international
- Directeur international des relations clients
- Chef de produit international
- Chef de marque international
- Responsable de gamme international
- Directeur de filiale à l'étranger
- Acheteur international
- Area manager

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1703 : Management et gestion de produit

M1101 : Achats

M1301 : Direction de grande entreprise ou d'établissement public

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Le Master en Management Marketing International s'adresse aux étudiants qui souhaitent se doter d'une vision stratégique et opérationnelle aussi exhaustive que possible des évolutions du marketing management en rapport avec le commerce international et

la globalisation des marchés. A l'issue de la formation, les diplômés sont en mesure de concevoir et de mettre en œuvre des dispositifs de marketing appropriés dans la complexité de marchés multiculturels.

- Ce Master est ouvert aux étudiants étrangers et français,
 - Il propose des enseignements en anglais étant donné que celui-ci constitue la langue de travail des emplois visés.
- La formation se déroulera sur une année avec une longue mission en apprentissage.

Le master se déroule sur 2 années d'études.

L'accès au master 1 est ouvert aux titulaires d'une licence en sciences de gestion.

L'accès au master 2 Management Marketing international est ouvert aux titulaires d'un master 1. Un niveau d'anglais de 850 points au TOEIC est demandé. Une seconde langue est souhaitée.

Le master 1 mention Sciences de gestion de l'Université Paris 2 est particulièrement adapté.

L'accès au master 2 se fait sur dossier puis sur entretien.

La formation en master 1 mention Sciences de gestion est la suivante :

1er semestre :

UEF1 - 20 ECTS

3 matières obligatoires :

- Stratégie I
- Gestion des ressources humaines
- Marketing international

UEC1 - 10 ECTS

3 matières obligatoires :

- Droit approfondi des affaires
- Finances de marché
- Anglais

2ème semestre :

UEF2 - 20 ECTS

3 matières obligatoires :

- Stratégie II
- Gestion de production
- Stratégie financière internationale

UEC2 - 10 ECTS

3 matières obligatoires :

- Fiscalité de l'entreprise
- Gestion de projet/Négociation commerciale
- Anglais

Modalités de contrôle des connaissances

Master 1 mention Sciences de gestion

Les examens comportent des épreuves terminales et de contrôle continu.

Les connaissances sont évaluées :

- par un contrôle continu pour les travaux dirigés
- par un examen terminal écrit ou oral à la fin de chaque semestre pour les autres matières

Un mémoire est rédigé au cours de l'année universitaire. Il porte soit sur le stage, soit sur un projet, soit sur l'expérience en apprentissage. Il fait l'objet d'une soutenance.

La compensation s'opère au sein de chaque UE et entre les UE de chaque année d'études.

L'étudiant admis à l'année d'études de M1 se verra attribuer 60 crédits ECTS.

La formation dispensée en master 2 Management Marketing international est la suivante :

Module A – COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT DU MARKETING INTERNATIONAL

- Le contexte du Marketing International et la question interculturelle
- Marketing international
- Culture nationale et management interculturel
- Construire une équipe internationale
- Economie internationale

Module B – ATTIRER, SÉLECTIONNER ET DÉVELOPPER DES MARCHÉS

- Gestion des marques internationales
- Segmentation des marchés internationaux
- Négociation et commerce en contexte international
- Gestion des compétences et mesure de la performance

- Coaching en gestion et développement des équipes

Module C – MAITRISER LES OUTILS MARKETING

- Statistiques et analyse de données pour le marketing
- Introduction aux méthodes de recherche qualitatives et quantitatives
- Droit et Finance pour le marketing international
- ERPs et gestion de l'information
- Gestion du savoir et apprentissage organisationnel

Module D – MAITRISER LE CONTEXTE TECHNOLOGIQUE ET LES RELATIONS CLIENTS-FOURNISSEURS

- Nouvelles technologies de l'information et comportement du consommateur
- Communication digitale
- Stratégies de communication internationales intégrées
- Développement des relations client-fournisseurs
- Gestion des canaux et réseaux de distribution

Module E – SEMINAIRES, CONFERENCES ET TRAVAUX DE GROUPES

- Séminaire de revue de la littérature académique
- Cas pratiques – Directeurs marketing et Juristes
- Conférences d'experts, de professeurs et de spécialistes internationaux
- Visites d'apprentissage sur sites
- Mémoire de fin d'année
- Tutorat d'apprentissage

Modalités de contrôle des connaissances

- Chaque cours est assorti d'épreuves écrites et/ou orales.
- L'étudiant est admis s'il obtient au moins 320 points sur 640.

L'étudiant admis à l'année d'études de M2 se verra attribuer 60 crédits ECTS.

Des mentions sont attribuées :

17-20 : mention très bien

15-17 : mention bien

13-15 : mention assez bien

10-13 : mention passable

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		Le diplôme est délivré sur délibération du jury du master concerné. Le jury est désigné chaque année par le président de l'Université dans les conditions prévues à l'article L.613-1 du Code de l'éducation.
En contrat d'apprentissage	X		Le diplôme est délivré sur délibération du jury du master concerné. Le jury est désigné chaque année par le président de l'Université dans les conditions prévues à l'article L.613-1 du Code de l'éducation.
Après un parcours de formation continue		X	
En contrat de professionnalisation	X		Le diplôme est délivré sur délibération du jury du master concerné. Le jury est désigné chaque année par le président de l'Université dans les conditions prévues à l'article L.613-1 du Code de l'éducation.
Par candidature individuelle		X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2003	X		Jury composé d'enseignants-chercheurs et de 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 :

Arrêté du 25 avril 2002 modifié relatif au diplôme national de master.

Arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle, de master.

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

Arrêté du 14 octobre 2014 - n°20051905 - accréditant l'Université Paris II en vue de la délivrance de diplômes nationaux.

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Code de l'éducation - articles R613-32 à R613-37 relatifs à la VAE.

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Le master ouvrira à la rentrée 2016.

Autres sources d'information :

[Site Internet de l'autorité délivrant la certification](#)

Lieu(x) de certification :

Université Panthéon-Assas Paris 2 - 12 place du Panthéon Paris 5ème

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

Université Paris 2 - 1 rue Guy de la Brosse Paris 5ème

Historique de la certification :

Le master ouvrira à la rentrée 2016.