

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 27105**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible (La certification existe désormais sous une autre forme (voir cadre "pour plus d'information"))

MASTER : MASTER Marketing et Vente spécialité Innovations alimentaires et marketing

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Ministère chargé de l'enseignement supérieur (Université Haute Alsace - Mulhouse)	Présidente de l'Université de Haute Alsace, Recteur de l'Académie de Strasbourg

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

La spécialité Innovations Alimentaires et Marketing du Master Marketing et Vente de l'Université de Haute Alsace vise à former aux différents métiers en lien avec le marketing agroalimentaire et le management de l'innovation alimentaire.

Les diplômés de ce Master exercent leurs compétences dans la conception, la conduite et l'évaluation d'une stratégie marketing et sa mise en œuvre. Les compétences transversales attendues des diplômés sont :

- maîtriser l'analyse d'une situation concurrentielle,
- analyser la performance d'une gamme de produits et/ou services,
- élaborer des recommandations marketing stratégiques et opérationnelles adaptées,
- gérer l'administration des ventes (prévisions, reportings,...) et manager l'équipe de vente,
- gérer les interfaces avec la Direction Générale (stratégie), la direction financière, les équipes techniques et de R&D,...,
- développer la capacité de travail en équipe pluridisciplinaire, dans un cadre interculturel, et participer à la conduite du changement.
- maîtriser la veille informationnelle du domaine (collecte, traitement, analyse et diffusion de l'information commerciale et marketing).

Pour la spécialité Innovations Alimentaires et Marketing, les compétences spécifiques attendues pour les diplômés sont :

- identifier les attentes du consommateur et analyser les ressorts de sa satisfaction,
- analyser les changements en cours dans le cadre des dynamiques de consommation alimentaire,
- maîtriser les ressorts de l'innovation agro-alimentaire (produit, packaging, modes de distribution,...) et des systèmes de protection des innovations,
- élaborer, planifier et réaliser un projet innovant en coordonnant une équipe,
- maîtriser les procédures qualité et de sécurité des produits,
- gérer les opérations de traçabilité et de retrait des produits dans un contexte de crise.

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

La formation vise à former des cadres capables de répondre aux besoins des industries alimentaires, des PME/PMI de l'agroalimentaire et des entreprises de distribution en termes de politiques marketing pour des produits alimentaires.

Les emplois accessibles pour la spécialité sont :

- chef de produit dans le secteur agro-alimentaire,
- responsable recherche et développement agro-alimentaire,
- responsable marketing alimentaire,
- responsable d'études en analyse sensorielle,
- animateur/responsable commercial dans le secteur agro-alimentaire

Codes des fiches ROME les plus proches :

D1406 : Management en force de vente

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

M1701 : Administration des ventes

M1704 : Management relation clientèle

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Le diplôme est acquis après validation des deux semestres de chacune des deux années de la formation. Chaque semestre se compose d'Unités d'Enseignement qui se compensent entre elles pour l'obtention du semestre et qui sont capitalisables.

Master 1ère année - 1er semestre

UE Marketing et comportement du consommateur - 12 ECTS

UE Management des entreprises I - 9 ECTS

UE Outils d'aide à la décision - 6 ECTS

UE Langues et méthodes I - 3 ECTS

Master 1ère année - 2ème semestre

UE Marketing et comportement du consommateur II - 12 ECTS

UE Stratégie marketing- 6 ECTS

UE Ingénierie d'affaires commerciales - 6 ECTS

UE Management des entreprises II - 3 ECTS

UE Langues et méthodes II - 3 ECTS

Master 2ème année - semestres 3 et 4

UE Management de la filière agroalimentaire - 9 ECTS

UE Etudes et recherche marketing - 9 ECTS

UE R&D et innovations alimentaires - 6 ECTS

UE Marketing et communautés - 6 ECTS

UE Mission professionnelle - 27 ECTS

UE Libre - 3 ECTS

La mission professionnelle donne lieu à la rédaction d'un mémoire et fait l'objet d'une soutenance devant un jury composé d'universitaires et de professionnels. L'évaluation du stage tient compte également d'une notation du comportement et des résultats obtenus dans l'entreprise. Toutes les autres évaluations se font en contrôle continu.

Validité des composantes acquises : non prévue

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 de l'université et professionnels
En contrat d'apprentissage	X	M2 uniquement Enseignants de l'université et professionnels
Après un parcours de formation continue	X	Enseignants de l'université et professionnels
En contrat de professionnalisation	X	Enseignants de l'université et professionnels
Par candidature individuelle	X	Enseignants de l'université et professionnels
Par expérience dispositif VAE prévu en 2009	X	Enseignants de l'université et professionnels selon les modalités définies par l'UHA

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
	Co-diplômation : Hochschule Niederrhein de Mönchengladbach (Allemagne) Southwestern University of Finance and Economics (Chine) Accords Erasmus : Technische Universität Dortmund (Allemagne), Académie d'Etudes Economiques de Bucarest (Roumanie) Université de Cork (Irlande), Université d'Economie de Katowice (Pologne) Université Pablo de Olavide (Espagne) Université de Séville (Espagne) Université de Portalegre (Portugal) Université de Marmara (Turquie) Université de Galatasaray (Turquie)

Base légale

Référence du décret général :

Arrêté du 22 avril 2012 publié au JO du 27 avril 2012

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

Arrêté d'habilitation du 4 juillet 2013

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

L'enquête sur le taux d'insertion pour le Master Marketing et Vente montre un taux compris entre 85% et 87% à 18 mois sur les trois spécialités.

Autres sources d'information :

Enquêtes de l'Observatoire Régional (ORESIFE)

Site de l'Université de Haute Alsace

Lieu(x) de certification :

Ministère chargé de l'enseignement supérieur : Alsace Lorraine Champagne-Ardennes - Haut-Rhin (68) [Colmar]

Université de Haute Alsace (UHA)

Faculté de Marketing et d'Agrosciences

32, rue du Grillenbreit

68000 Colmar

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

Université de Haute Alsace (UHA)

Faculté de Marketing et d'Agrosciences (FMA)

32, rue du Grillenbreit

68000 Colmar

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31501