

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 27107**

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 Marketing et relation aux consommateurs

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 Marketing et Relation aux Consommateurs du Master Marketing et Vente de l'Université de Haute Alsace vise à former des spécialistes en marketing relationnel qui sont orientés vers des métiers de gestion de la relation client en ligne et hors-ligne, de gestion des réclamations, de conseil et de communication,... Le positionnement est d'aborder la relation client à partir du point de vue du consommateur pour analyser et maîtriser les stratégies relationnelles développées au cours des interactions consommateurs - entreprises.

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 de ces diplômés sont :

- analyser 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 Marketing et Relation aux Consommateurs, les compétences spécifiques sont :

- maîtriser les outils du marketing relationnel et de la relation client en ligne et hors-ligne,
- maîtriser un ensemble de concepts, de principes et de méthodologies permettant l'analyse approfondie des divers facteurs affectant les comportements de consommation,
- détecter les tendances du marché et effectuer des études répondant à des problématiques de marketing, en collectant et traitant des données qualitatives et/ou quantitatives,
- identifier les attentes et analyser la satisfaction du consommateur,
- prévenir et anticiper les menaces pour l'entreprise liées notamment aux questions de la réputation et de l'e-réputation, de la traçabilité et de la sécurité des produits et services,
- déterminer les nouvelles opportunités d'adaptation et de développement des biens et des services au travers de la remontée d'informations via les consommateurs.

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

Les professionnels titulaires du Master Marketing et Vente, spécialité Marketing et Relation aux Consommateurs travaillent en entreprise ainsi que dans les agences ou les sociétés de conseil, et ce dans la plupart des secteurs de l'industrie et des services.

Les emplois accessibles pour la spécialité sont (liste non exhaustive) :

- chargé d'études marketing,
- chef de produit,
- responsable qualité client,
- animation des services consommateurs
- responsable service client
- responsable marketing direct,
- responsable du marketing interactif
- responsable de la communication online.
- responsable marketing, directeur marketing, consultant en marketing
- responsable d'association de consommateurs.

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 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 Politique et stratégie marketing - 12 ECTS

UE Etudes et recherches marketing - 9 ECTS

UE Marketing et communautés - 6 ECTS

UE Modules complémentaires en gestion - 3 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	
Après un parcours de formation continue	X		Enseignants de l'université et professionnels
En contrat de professionnalisation		X	
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 25 avril 2002 publié au JO du 27 avril 2002

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

Arrêté 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 (ORESIPÉ)

[Site de l'Université de Haute Alsace](#)

[Site de la Faculté de Marketing et d'Agrosciences](#)

Lieu(x) de certification :

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

Université de Haute Alsace (UHA)

Faculté de Marketing et d'Agrosciences (FMA)

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

La formation est développée en Master depuis 2005. Elle s'inscrit dans le prolongement direct de l'IUP Commerce et vente, Conseillers en Consommation développé à l'UHA à partir de l'année 2001.