

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 27477**

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 vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Paris-Est Marne-La-Vallée (UPEM), Université Paris-Est Créteil Val-De-Marne	Président de l'Université Paris-Est Marne-la-Vallée, Président de l'Université Paris-Est Créteil, Recteur de l'académie

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Liste des activités visées par le diplôme, le titre ou le certificat

La mention propose six parcours types : Innovation Design et Luxe (IDL) ; Marketing et Management des services (MMS) ; Ingénieur d'Affaires; Chef de Produit; Management Opérationnel des Réseaux Commerciaux; Géomarketing.

Les activités visées par les titulaires de la certification sont:

- assurer l'interface entre les créatifs et les responsables marketing
- gérer le développement commercial de l'unité et la relation de service avec les clients
- administrer les ventes (prévisions, reporting, mesure des résultats)
- analyser et interpréter les études de marchés et les tendances
- animer un réseau commercial

Compétences ou capacités évaluées

A l'issue du parcours Innovation Design & Luxe, le diplômé est capable de :

- Développer la stratégie marketing, merchandising ou retail pour accompagner la création et le développement de nouveaux produits
- Gérer l'identité d'une marque et coordonner les activités marketing d'une maison de luxe ou d'une entreprise créative tout en maîtrisant les techniques de gestion, de conception innovante et la connaissance approfondie du secteur du luxe
- Accompagner les projets de développement des nouveaux produits d'entreprises recherchant une montée en gamme ou d'une maison de luxe
- Développer de nouveaux outils de gestion et améliorer les processus de production, de qualité et de logistique des entreprises

A l'issue du parcours Marketing et Management des services le diplômé est capable de :

- Elaborer une offre de services compétitive, innovante et omni-canal dans une organisation prestataire de services, réaliser sa communication et sa commercialisation et en évaluer les résultats
- Gérer des projets d'innovation de service : conception, développement, évaluation
- Gérer la qualité de service et de l'expérience client: enquête de satisfaction, gestion de la relation client, traitement des réclamations, web 2.0
- Gérer des ressources humaines et notamment une équipe de travail en front office (attitudes et comportement, motivation ...)
- Concevoir, améliorer et piloter des processus de production de service et des parcours clients

A l'issue du parcours Ingénieur d'Affaires, le diplômé est capable de :

- Négocier des solutions d'affaires Mettre en oeuvre et suivre des projets commerciaux
- Contribuer à la définition de la politique commerciale
- Gérer l'équipe de vente avec une capacité à présenter des résultats en se servant de différents outils de gestion
- Gérer les interfaces avec les directions (marketing, stratégie, finance, fabrication)
- Développer une gestion globale des affaires, une optimisation des référencements et des opérations promotionnelles internationales, ainsi que toutes prestations marketing ou commerciales demandées par les clients/fournisseurs

A l'issue du parcours Chef de Produit en apprentissage et en formation initiale, le diplômé est capable de :

- Maîtriser l'analyse d'une situation concurrentielle et de la performance des produits et des marques
- Maîtriser la stratégie digitale de la marque
- Formuler un positionnement, élaborer une stratégie marketing et concevoir le plan d'actions marketing
- Formuler une stratégie de déploiement de la marque à l'international en comprenant l'ensemble des enjeux
- Contrôler l'efficacité des actions marketing
- Piloter une gamme de produits en coordonnant et fédérant les interlocuteurs internes et externes
- Piloter le développement de nouveaux produits et coordonner des projets d'innovation
- Travailler en équipe dans une fonction marketing ;

- Travailler en anglais dans une fonction marketing.

A l'issue du parcours Management Opérationnel des Réseaux Commerciaux, le diplômé est capable de :

- Piloter la mise en oeuvre d'une stratégie marketing et d'une politique commerciale au sein des réseaux commerciaux
- Concevoir et développer des innovations commerciales
- Gérer les enjeux de la vente multicanal
- Manager un projet en mode transverse
- Mesurer et contrôler la performance commerciale

A l'issue du parcours Géomarketing, le diplômé est capable de :

- Etablir des stratégies de développement territorial pour les activités de distribution et de service
- Réorganiser les réseaux de distribution (fusion, restructuration, joint-venture)
- Délimiter, cartographier et analyser les zones de chalandises d'activités commerciales
- Déterminer les lieux d'implantation optimale de points de vente et de service
- Composer un marketing-mix efficace en fonction des variables espace et temps
- Gérer des projets liés aux systèmes d'information géographique et aux bases de données spatiales

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

Le **parcours Innovation, Design et Luxe** concerne :

- Toute entreprise à dimension internationale ou des PME, françaises ou étrangères engagées dans un positionnement de marque haut de gamme, premium ou luxe.
- L'étude et le conseil dans des agences travaillant pour les maisons de luxe.

Le **parcours Marketing et production de services** forme des cadres travaillant au sein des départements marketing stratégique, marketing opérationnel, qualité ou innovation, dans les entreprises de service ou les entreprises industrielles proposant une offre de services associée à leurs produits, que cela soit en B to C, B to B, C to C.

Selon le parcours suivi, le diplômé a accès aux emplois suivants:

Chef de produit, de gamme ou de collection

- Acheteur, responsable des ventes, responsable identité visuelle dans le secteur du luxe
- Cadre des départements marketing stratégique et opérationnel
- Responsables d'unités de commercialisation/production de services
- Responsables qualité de services et satisfaction clients
- Responsable / Chef de projet marketing opérationnel
- Responsable de l'animation d'un réseau commercial
 - Chargé de développement enseignes
- Chargé du développement de concept / univers
- Ingénieur d'affaires
- Commercial grand compte
- Ingénieur technico-commercial
- Chef de marché
- Commercial export...
- Responsable géomarketing

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1402 : Conseil en organisation et management d'entreprise

M1703 : Management et gestion de produit

D1402 : Relation commerciale grands comptes et entreprises

M1705 : Marketing

M1707 : Stratégie commerciale

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Descriptif des composantes de la certification :

Master 1 : Marketing, vente - Université Paris-Est Marne-la-Vallée (60 ECTS)

U.E.1 : Fondamentaux gestion : 7 ECTS

U.E.2 : Communication et Méthodologie: 8 ECTS

U.E.3 : Marketing: 8 ECTS

U.E.4 : Option Luxe ou services: 7 ECTS

U.E.5 : Fondamentaux de la gestion et anglais: 10 ECTS

U.E.6 : Communication/distribution: 6 ECTS

UE 7 : Qualité 4 ECTS

U E 8 : TER : 8 ECTS

UE 9 Stage 2 ECTS

Master 1 - Marketing, vente - Université Paris-Est Créteil : (60 ECTS)

UE 1 : Fondamentaux de la gestion (15 ECTS)

UE 2 : Langues et professionnalisation (10 ECTS)
UE 3 : Outils d'aide à la décision (5 ECTS)
UE 4 : Outils d'aide à la décision marketing (9 ECTS)
UE 5 : Langues et professionnalisation (7 ECTS)
UE 6 : Spécialisation Marketing (12 ECTS)
UE 7 : Stage ou apprentissage (2 ECTS)

Master 1 : Géomarketing - Université Paris-Est Créteil : (60 ECTS)

U.E.1 : Management (19 ECTS)
U.E.2 : Géomatique (13 ECTS)
U.E.3 : Fondamentaux du géomarketing (15 ECTS)
U.E.4 : Analyse et traitement des données 1 (13 ECTS)

Master 2 : Innovation, design et Luxe: 60 crédits EC

UE1 : Marketing du luxe : 9 ECTS
UE2 : Stratégie du luxe : 7 ECTS
UE3 : Approche socioculturelle du luxe : 7 ECTS
UE4 : Approche professionnelle : 7 ECTS
Anglais du Luxe
RH et animation d'équipe
Méthodologie de stage
UE5 : Gestion et innovation : 7 ECTS
Management Innovation en Luxe
Outils de gestion et protection propriété intellectuelle
RSE et développement durable
UE6 : Design : 4 ECTS
UE7 : Approfondissement du luxe : 7 ECTS
Distribution du luxe
International Issues in Luxury Management
Etudes qualitatives et créativité

UE8 : Stage ou apprentissage : 12 ECTS

Master 2 : Marketing et Management de services : 60 crédits ECTS

UE1 : Management de l'expérience de service : 11 ECTS
Management de la production de services
Management de la qualité et de l'expérience de service
Conduite du changement
UE2 : Marketing des services et innovations : 14 ECTS
Stratégie marketing dans les services
Gestion des projets d'innovation dans les services
Conception innovante de services
UE3 : Outils et professionnalisation : 15 ECTS
Anglais
Projet professionnel et recherche d'emploi
UE4 : Marketing des services et gestion de la relation clients : 8 ECTS
UE5 : Management des services : 7 ECTS
UE6 : Marketing des services et gestion de la relation clients : 8 ECTS
UE7 : Mémoire et pratiques professionnelles : 10 ECTS

Master 2 : Marketing et management des services (60 ECTS)

UE 1 : Management de la production (11 ECTS)
UE 2 : Marketing des services et innovations (14 ECTS)
UE 3 : Outils de professionnalisation (5 ECTS)
UE 4 : Marketing des services et gestion de la relation clients (8 ECTS)
UE 5 : Management des services (7 ECTS)
UE 6 : Mémoire et pratiques professionnelles (10 ECTS)
UE 7 : Outils de professionnalisation (5 ECTS)
Master 2 : Ingénieur d'Affaires (60 ECTS)
U.E.1 : Vente, négociations et achats (18 ECTS)
U.E.2 : Environnement des Affaires (14 ECTS)
U.E.3 : Solution d'Affaires (8 ECTS)
U.E.4 : Pratiques Professionnelles (20 ECTS)

Master 2 : Chef de Produit (60 ECTS)

La formation en apprentissage propose les UEs suivants :

UE 1 : Développement des « personal skills » (15 ECTS)

UE 2 : Connaissance, croissance et développement des affaires (14 ECTS)

UE 3 : Management et développement de produit (10 ECTS)

UE 4 : Gestion opérationnelle du produit auprès des partenaires (9 ECTS)

UE 5 : Pratiques professionnelles (12 ECTS)

La formation initiale propose les UEs suivants :

UE 1 : Chef de produit (15 ECTS)

UE 2 : Analyse des marchés (15 ECTS)

UE 3 : Marketing opérationnel (10 ECTS)

UE 4 : Pratiques professionnelles (20 ECTS)

Master 2: Management Opérationnel des Réseaux Commerciaux

UE 1 : Marketing opérationnel (14 ECTS)

UE 2 : Management des réseaux commerciaux (9 ECTS)

UE 3 : Management de projets transverses (7 ECTS)

UE 4 : Business développement Marketing (10 ECTS)

UE 5 : Projet professionnel (20 ECTS)

Master 2 : Géomarketing (60ECTS)

U.E.1 : Fondamentaux du géomarketing (11 ECTS)

U.E.2 : Méthodologie : théorie et outils (13 ECTS)

U.E.3 : Applicatifs du géomarketing (11 ECTS)

U.E.4 : Pratiques professionnelles (25 ECTS)

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		Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n° 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
En contrat d'apprentissage		X	
Après un parcours de formation continue	X		Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n° 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
En contrat de professionnalisation	X		Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n° 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
Par candidature individuelle	X		Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)
Par expérience dispositif VAE	X		Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n° 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)

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

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
	Erasmus et accord avec l'University College of Birmingham

Base légale

Référence du décret général :

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

Arrêté du 15 juin 2015 accréditant l'Université de Marne-la-Vallée en vue de la délivrance de diplômes nationaux

Arrêté du 16 juillet 2015 accréditant l'Université de Paris-XII en vue de la délivrance de diplômes nationaux

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

<http://www.u-pem.fr/ofipe/>

Autres sources d'information :

<http://www.u-pem.fr>

<http://www.u-pem.fr/formations/loffre-de-formations/masters/>

Lieu(x) de certification :

Université Paris-Est Marne-La-Vallée (UPEM) : Île-de-France - Seine-et-Marne (77) [Champs-sur-Marne]

Université Paris-Est Créteil Val-De-Marne : Île-de-France - Val-de-Marne (94) [Créteil]

5 boulevard Descartes - Champs-sur-Marne - 77454 Marne-la-Vallée Cedex2

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

Institut d'Administration des Entreprises (IAE) Gustave Eiffel

Université Paris-Est Marne la Vallée

5, Boulevard Descartes 77545 Marne la Vallée Cedex 2

UPEC Mail des Mèches

61, avenue du Général de Gaulle 94010 Créteil Cedex

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31501