

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 28922**

### 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 mention Marketing vente

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université de Rouen	Université de Rouen, Recteur de l'académie, Chancelier des universités, 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, 320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

**Formacode(s) :**

34052 marketing, 34026 développement sens commercial

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le titulaire réalise les activités suivantes :

- Etudier et analyser le comportement du consommateur
  - Participer aux actions stratégiques relatives au marketing
  - Contrôler l'évolution des marchés
  - Etablir une veille concurrentielle
  - Gérer la communication des marques et de l'entreprise
  - Manager des équipes marketing et commerciales de l'entreprise
  - Comprendre les nouveaux outils utilisés en marketing
  - Appréhender une organisation de manière globale
  - Gérer une offre de produits ou services
  - Intégrer du digital dans l'ensemble des activités
- Le titulaire est capable de :
- Savoir traduire la stratégie de l'entreprise en stratégie marketing (offre, produit, marque)
  - Assurer l'analyse et la veille des marchés
  - Analyser les données de panels pour la prise de décision
  - Intégrer le digital dans la stratégie et l'opérationnel
  - Mettre en place une politique de communication intégrée : à l'interne et à l'externe
  - Lancer et développer une offre de produits/services
  - Définir la politique commerciale, développe un plan d'action commerciale
  - Elaborer et conduit la politique promotionnelle
  - Mettre en place et manager des équipes complémentaires, transversales ou interculturelles
  - Commanditer ou réaliser des études qualitatives ou quantitatives
  - Maîtriser des logiciels d'analyse numérique et textuelle (SAS, SPSS, R, N-Vivo, Lexica, Sphinx, ...).
  - Analyser les données et opérationnalise les résultats
  - Elaborer et suivre des budgets
  - Elaborer /analyser des tableaux de bord d'activité
  - Gérer un compte d'exploitation

### Compétences pré-professionnelles

- Se situer dans un environnement socio-professionnel et interculturel, national et international, pour s'adapter et prendre des initiatives
- Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.
- Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder.
- Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte.
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique

## Compétences transversales

- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Actualiser ses connaissances par une veille dans son domaine, en relation avec l'état de la recherche et l'évolution de la réglementation
- Evaluer et s'autoévaluer dans une démarche qualité
- S'adapter à différents contextes socio-professionnels et interculturels, nationaux et internationaux
- Rédiger des cahiers des charges, des rapports, des synthèses et des bilans,
- Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, en français et dans au moins une langue étrangère, et dans un registre adapté à un public de spécialistes ou de non-spécialistes
- Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information de manière adaptée ainsi que pour collaborer en interne et en externe

Chaque mention peut être déclinée en parcours (anciennement spécialités) permettant d'acquérir des compétences complémentaires. Pour plus d'information, se reporter aux liens renvoyant sur les sites des différentes universités habilités/accrédités.

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

- Quasiment tous les secteurs, avec des secteurs moins concernés (A, B, M, N, T, U).
- G : Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles
- J : Information et communication
- H : Transport et entreposage
- I : Hébergement, restauration
  - Chef de projet
- Chef de produit
- Chef de secteur
- Chef de publicité
- Chargé d'études
- Chargé de e-communication
- Trafic manager
- Responsable marketing
- Directeur commercial
- Cadre dans la distribution
- Responsable export
- Responsable merchandising
- Category manager
- Trade marketer

### Codes des fiches ROME les plus proches :

**M1703** : Management et gestion de produit

**M1706** : Promotion des ventes

**E1103** : Communication

**E1401** : Développement et promotion publicitaire

**M1705** : Marketing

### Modalités d'accès à cette certification

#### Descriptif des composantes de la certification :

Approches innovantes de la consommation (98h)

- Étude socio-anthropologique du consommateur
- Étude psychologique du consommateur
- Étude qualitatives
- Étude quantitatives et analyses de données
- Données de panels et décisions marketing

Marketing stratégique et opérationnel (81h)

- Techniques de ciblage et du positionnement
- Brand management
- Marketing de l'innovation
- Communication marketing intégrée
- Marketing des générations

Évolution de la distribution (48h)

- Category management
  - Ethnomarketing
  - Customer Relationship Management
- Pratiques professionnelles et compétences personnelles (42h)
- Mise en scène en milieu professionnel
  - Gestion d'équipe et leadership
  - Créativité et outils de création
  - Pilotage de l'activité et performance marketing

Environnement digital (58h)

- E-marketing
- E-commerce
- Réseaux sociaux et community management

Spécialisation : 2 options à choisir (42h)

Marketing du tourisme ou marketing culturel ou communication digitale ou communication hors-média

Recherche, mémoire et insertion professionnelle (20h)

- Méthodologie de la recherche et du mémoire
- Connaissance de l'entreprise et insertion professionnelle

Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances et compétences constitutives du diplôme. Celles-ci sont appréciées soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés.

Chaque bloc d'enseignement a une valeur définie en crédits européens (ECTS). Le nombre de crédits par unité d'enseignement est défini sur la base de la charge totale de travail requise et tient donc compte de l'ensemble de l'activité exigée : volume et nature des enseignements dispensés, travail personnel requis, des stages, mémoires, projets et autres activités. Pour l'obtention du diplôme de master, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 120 ECTS au-delà du grade de licence.

Quand les parcours-types identifient des blocs d'enseignement qui correspondent à des blocs de compétences, ceux-ci sont détaillés dans la fiche de l'établissement.

**Validité des composantes acquises : non prévue**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Le jury est composé : - d'une majorité d'enseignants-chercheurs - 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.
En contrat d'apprentissage	X	Le jury est composé : - d'une majorité d'enseignants-chercheurs - 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.
Après un parcours de formation continue	X	Le jury est composé : - d'une majorité d'enseignants-chercheurs - 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.
En contrat de professionnalisation	X	Le jury est composé : - d'une majorité d'enseignants-chercheurs - 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.
Par candidature individuelle	X	

Par expérience dispositif VAE prévu en 2002	X	Le jury est composé : - d'une majorité d'enseignants-chercheurs - 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 22 janvier 2014 fixant les modalités d'accréditation d'établissements d'enseignement supérieur

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

Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master, publié au J.O du 27 avril 2002

Arrêté du 4 février 2014 fixant la nomenclature des mentions du diplôme national de master

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

Arrêté du 09/05/2017 accréditant l'université de Rouen en vue de la délivrance de diplômes nationaux.

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Décret VAE - Code de l'éducation : article L 613-3 modifié par la loi n° 2015-366 du 31 mars 2015

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

##### Autres sources d'information :

##### Lieu(x) de certification :

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

##### Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31501