

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 15259**

Intitulé

MASTER : MASTER Domaine Droit, Economie, Gestion Mention Marketing Spécialité Marketing des technologies innovantes

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Toulouse 1 Capitole Modalités d'élaboration de références : CNESER du 19 avril 2011	Mr le Président de l'université, Université Toulouse 1 Capitole

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente, 312n Etudes de marchés et projets commerciaux, 313 Finances, banque, assurances, immobilier

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le titulaire du master peut exercer les activités suivantes :

- Il détecte et évalue les évolutions du marché, des tendances, d'usages, de comportements de consommateurs et de clients ou l'émergence de nouveaux marchés
- Il établit le cahier de tendances ou les propositions de projets à partir des analyses et études
- Il suit et met à jour l'information culturelle, réglementaire, professionnelle
- Il définit les caractéristiques de nouveaux produits, l'adaptation de produits existants
- Il analyse le produit, le service, la marque et détermine son positionnement sur le marché
- Il collecte les tests, enquêtes, et observe un produit, un service, une marque, des usages ou des comportements
- Il analyse et détermine la segmentation et le ciblage de clientèle
- Il réalise le plan marketing classique et digital du produit ou de la gamme après élaboration du cahier des charges technique
- Il conçoit le plan média classique et digital de mise sur le marché du produit ou de la gamme et les supports de promotion (fiche technique, argumentaire de vente, catalogue, ...)
- Il gère le community management
- Il conçoit et gère le site web
- Il apporte un appui technique au réseau commercial sur le produit ou la gamme (caractéristiques techniques, innovation, ...)
- Comprendre les composantes d'un système global de veille au service de la veille marketing et de l'innovation écologiquement et socialement responsable.
- Maîtriser les études de marché quantitatives et qualitatives off- et on-line.
- Aborder les composantes des stratégies marketing, en particulier la marque.
- Maîtriser la planification marketing.
- Intégrer les différents aspects des stratégies d'e-marketing et de la gestion de la relation clients, découvrir les spécificités du marketing digital.
- Maîtriser des Nouvelles Technologies et du Développement Durable (technologies « propres » : clean tech, green tech) en B to C.
- Connaître les procédures d'innovation et d'éco conception.
- o- Mettre en application les enseignements dans une situation réelle d'entreprise ou de conseil.

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

- Agence de communication
- Agence de promotion et de marketing direct
- Annonceur
- Cabinets conseils en innovation, e-marketing
- Commerce, Distribution & E-commerce
- Communication / multimédia
- Entreprise industrielle
- Entreprise publique/établissement public Industrie (tous secteurs)
- Organisme d'études et de sondage
- Sociétés de services
- Support/régie publicitaire
- *adjoint au directeur marketing*
- *chargé d'études et de veille,*
- *chef de produit b to b ou b to c,*
- *community Manager*
- *responsable de la gestion de la relation clients (CRM) et de clientèle*
- *responsable de marketing opérationnel,*

- responsable e-marketing & marketing digital
- responsable de communication commerciale
- responsable e-commerce

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1707 : Stratégie commerciale

M1703 : Management et gestion de produit

M1705 : Marketing

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composants de la certification :

Semestre 1 48 ECTS

UE1 Stratégie marketing 8

Stratégie de marque

Tendances stratégiques

Planification et audit

UE2 Marketing digital 8

UE3 Spécificités du marketing des technologies innovantes 8

UE4 Marketing de l'innovation technologique et développement durable 8

UE5 Stratégie e-marketing 8

UE6 Veille marketing 8

Semestre 2

UE7 Stage en entreprise 12

UE parcours Recherche en remplacement des UE2, UE3, UE4 et UE7.

Semestre 3

UE8 Théorie des organisations 2

UE9 Protocole de recherche 10

UE10 Méthodes de recherche 10

UE11 Mémoire de recherche 14

Stage

Au cours de l'année universitaire, chaque étudiant doit effectuer un stage professionnel d'une durée minimale de six mois dans une entreprise, une organisation internationale, une administration, une ONG ou une association.

La réalisation du stage professionnel donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit évalué en septembre et éventuellement d'une soutenance orale.

Evaluation et compensation

Les unités d'enseignement font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu des connaissances et/ou d'une session écrite d'examen à la fin de chaque semestre

La note attribuée dans le cadre du contrôle continu d'une unité d'enseignement découle de une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe.

Il est organisé une seconde session d'examen donnant aux étudiants la possibilité de valider les unités d'enseignement qui leur ont fait défaut sur les deux semestres. Cette session est mise en place au mois de septembre de chaque année universitaire.

La validation d'une unité d'enseignement est définitivement acquise pour tout étudiant ayant obtenu la moyenne (10/20) dans les épreuves de contrôle des connaissances mises en place pour l'unité d'enseignement.

Une unité d'enseignement peut également être validée par compensation. La compensation est organisée sur le semestre sur la base de la moyenne générale des notes obtenues pour les diverses unités d'enseignement hors l'unité d'enseignement de stage professionnel ou mémoire de recherche.

Une unité d'enseignement n'est pas compensable si la moyenne des notes obtenues aux épreuves de l'UE est inférieure à 8/20.

Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à 10/20 et que la moyenne des notes obtenues aux épreuves de chaque unité est supérieure ou égale à 8/20.

L'unité d'enseignement de stage/projet tuteuré et l'unité d'enseignement de stage professionnel ou mémoire de recherche doivent être obligatoirement validées pour être admis au diplôme.

Accès et formation préalable requise

L'accès en master 2 Droit, Économie, Gestion, mention Marketing spécialité marketing des technologies innovantes est ouvert aux étudiants ayant validé les 60 crédits de la première année de la même mention, ayant satisfait aux conditions d'évaluation spécifiques et sur examen de leur dossier. Les étudiants ayant validé 60 ECTS au-delà d'une licence, ayant validé un diplôme d'ingénieur ou un diplôme d'école supérieure de commerce, peuvent accéder à la deuxième année après examen de leur dossier académique et résultat à un test de sélection. Les épreuves de sélection peuvent être organisées au niveau national et/ou local.

Ces diplômes sont également ouverts aux personnes ayant bénéficié, soit d'une validation partielle des acquis de l'expérience, soit d'une validation des études supérieures accomplies en France ou à l'étranger, soit d'une validation des études, des expériences professionnelles ou des acquis personnels dans le domaine.

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI	NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Oui Composition des jurys : équipe pédagogique
En contrat d'apprentissage	X		Oui si l'ingénierie est prévue à cet effet Composition des jurys : Equipe pédagogique
Après un parcours de formation continue	X		Oui si l'ingénierie est prévue à cet effet Composition des jurys : Equipe pédagogique
En contrat de professionnalisation	X		Non
Par candidature individuelle	X		Oui possible pour partie du diplôme par VES ou VAP Composition des jurys : Equipe pédagogique
Par expérience dispositif VAE	X		Oui Composition des jurys : Enseignants chercheurs et 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 publié au JO du 27 avril 2002

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

Arrêté d'habilitation du 27 septembre 2004

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Arrêté d'habilitation du 23 juin 2011

Pour plus d'informations

Statistiques :

Liens vers statistiques : www.univ-tlse1.fr

www.iae-toulouse.fr

Autres sources d'information :

Lieu(x) de certification :

Université Toulouse 1 Capitole : Midi-Pyrénées Languedoc-Roussillon - Haute-Garonne (31) [Toulouse]

Université Toulouse 1 Capitole

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

Université Toulouse 1 Capitole

Historique de la certification :