

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 20962**

Intitulé

DGE_GM : DGE grade Master Sciences des organisations, Mention Marketing et stratégie

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Paris-Dauphine, Ministère chargé de l'enseignement supérieur	Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Président de l'université

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

312 Commerce, vente, 310p Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion (organisation , gestion)

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Parcours Business Development. Finalité professionnelle. Diplôme de Grand Etablissement (DGE).

Le titulaire du master est un manager opérationnel qui a pour mission principale le développement d'affaires au sein d'une entreprise. Ses activités sont orientées vers le management de la relation client et le marketing avec une forte composante stratégique.

Les missions du *business development manager* sont les suivantes :

A partir de l'analyse de l'environnement concurrentiel, technologique et commercial, il

-élabore ou participe à l'élaboration de la stratégie relation clientèle et détermine les plans d'actions annuels et les objectifs (expansion de l'entreprise vers de nouveaux marchés, développement de produits répondant aux besoins spécifiques des clients...)

-conçoit les indicateurs de performance du service, analyse les résultats, réalise les bilans d'activité, propose des actions correctives, des axes d'évolution

-recueille les remarques de la clientèle et les étudie avec les services production, marketing, recherche, développement..., et propose des solutions

-négocie les contrats avec les grands comptes

-coordonne une équipe de vente composée de commerciaux et de technico-commerciaux

-développe le management relationnel au sein de l'entreprise et auprès des clients.

Compétences transversales :

-Maitriser les concepts fondamentaux de la discipline

-Mettre en pratique les méthodes d'analyse et utiliser les outils du champ disciplinaire

-Savoir faire une recherche documentaire et utiliser les sources à bon escient, être capable d'en faire une synthèse tout en développant un esprit critique. Réaliser une veille environnementale dans son champ d'activité

-Construire et rechercher des données fiables, savoir les interpréter et les analyser afin de mettre en place des procédures d'évaluation

-Rédiger et présenter oralement un travail élaboré sur une problématique complexe

-Communiquer dans une langue étrangère et notamment en anglais

-Maitriser les méthodes et outils informatiques et de communication usuels.

Compétences pré-professionnelles :

-Conduire un projet (conception, pilotage, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion)

-Travailler en autonomie et en équipe, s'adapter à différents contextes socio-professionnels et interculturels

-Comprendre les enjeux et problématiques des différentes parties prenantes de l'organisation pour être force de proposition et de dialogue

-Coordonner et animer une équipe.

Compétences métier :

-Maitrise des techniques de négociation, de vente et de marketing opérationnel

-Maitrise de la gestion de grands comptes

-Capacité d'élaborer une réflexion stratégique

-Capacité à développer des outils d'e-marketing et à intervenir sur les médias sociaux

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

Tout type d'entreprise ayant des activités marchandes

Consultant en marketing , responsable CRM, responsable marketing, Business Development Manager, ingénieur commercial, responsable grands comptes

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1707 : Stratégie commerciale

M1704 : Management relation clientèle

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Le master est ouvert aux étudiants titulaires d'une licence (BAC + 3 - 180 ECTS) de l'université Paris-Dauphine. Le M1 en apprentissage accueille des étudiants non dauphinois, ce n'est pas le cas pour le M1 en formation initiale classique.

Les semestres S1 et S2 du master Marketing et stratégie de l'Université de Dauphine apportent le socle de connaissances en marketing indispensable aux différentes spécialisations développées en S3 et S4 (soit 19 Unités d'Enseignement, 2 enseignements électifs, un mémoire et un stage obligatoire). Dès le M1, la formation accorde aussi une place importante à la recherche (méthodologie et rigueur scientifique, analyse d'articles scientifiques), renforcée notamment par une convention signée avec l'ENS Cachan.

Semestre 1 : Business game ; Comportement du consommateur ; Etudes et recherche ; Marketing international ; Management stratégique ; Anglais ; Chef de produit ; droit de la conso et de la distribution ; Le monde des affaires dans l'art.

Semestre 2 : Systèmes d'information et marketing ; Distribution ; Communication publicitaire ; Innovation et société ; Anglais ; Stratégie de marque ; Service marketing ; Statistiques. Mémoire ; Apprentissage ; Projet international.

Un cycle de conférences sur les métiers du marketing et sur la recherche de stage est également proposé.

L'année de césure peut s'insérer dans le programme de formation de Master : Elle se déroule généralement sous la forme de 2 stages de 6 mois. Elle est obligatoire pour les étudiants qui n'auraient pas fait d'apprentissage en semestres S1 et S2.

La deuxième année de master est accessible aux étudiants qui ont validé la première année du Master. Certains étudiants sélectionnés peuvent suivre un semestre d'études à l'étranger.

Enseignements :

Géopolitique des organisations ; Economie internationale ; Management interculturel ; Anglais des affaires et préparation au TOEIC ; Management des systèmes d'information ; Stratégie et responsabilité sociale ; Gestion d'équipe et leadership ; Management de l'innovation ; Conférences professionnelles ; Méthodologie du mémoire ; Stage de 6 mois/apprentissage.

Intelligence économique et pratique de la stratégie ; Supply chain management ; Processus d'innovation, de l'idée au lancement ; Global marketing management ; Business development ; Customer Relationship Management ; Marketing opérationnel ; Key account management ; Digital marketing.

Modalités du contrôle des connaissances :

Les étudiants doivent obtenir une moyenne générale de 10/20 au semestre 3 ainsi qu'au semestre 4. L'obtention d'une note minimum de 8/20 pour chaque enseignement est exigée, l'objectif d'un score de 780 points minimum au TOEIC est également visé.

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Jury désigné par le Président de l'Université, présidé par un professeur ou un Maître de conférences des Universités et comprenant le responsable de la formation, des enseignants...
En contrat d'apprentissage	X	idem
Après un parcours de formation continue	X	
En contrat de professionnalisation	X	idem
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE	X	Majorité d'enseignants-chercheurs, ainsi que 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 25 avril 2002 publié au JO du 27 avril 2002

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

Arrêté du 19 septembre 2014 conférant le grade de master aux Diplômes de Grand Etablissement de l'université Paris Dauphine pour la période 2014-2019.

Arrêté du 28 septembre 2009 relatif aux habilitations des masters de l'université Paris Dauphine

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

environ 50 diplômés par an

<http://www.dauphine.fr/fr/formations-et-diplomes/orientation-insertion/insertion-professionnelle/enquete-pluricite-dauphine-2014.html>

Autres sources d'information :

<http://www.mastermanagement.dauphine.fr/fr.html>

<http://www.dauphine.fr>

Lieu(x) de certification :

Université Paris-Dauphine, Place du Maréchal de Lattre de Tassigny, 75775 Paris cedex 16

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

Université Paris-Dauphine, Place du Maréchal de Lattre de Tassigny, 75775 Paris cedex 16

Historique de la certification :

Le master « Management » a été créé en 2010 avec 5 parcours, dont Business Development.

En 2014 le master est réorganisé avec 3 parcours qui sont rattachés à 3 masters distincts.

Diplôme de Grand Etablissement en 2010, grade de master en 2012