

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 27430**

Intitulé

MASTER : MASTER Sciences des organisations, Mention Marketing et stratégie, parcours Management du luxe. Finalité professionnelle. Diplôme de Grand Etablissement (DGE).

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 :

310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion, 312 Commerce, vente, 312v Commerce, vente (production à caractère artistique)

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le titulaire du master est un spécialiste du marketing qui **exerce dans les entreprises françaises du secteur du luxe, notamment sur le marché asiatique.**

- Il est en charge de projets marketing **utilisant les** nouvelles technologies de la communication : e-commerce, médias sociaux et différents canaux
 - Il détermine les différents canaux de diffusion (multi-channel) à adopter
 - Il coordonne le processus, notamment le CRM (Customer Relationship Management) et la supply chain (déroulement de la chaîne logistique)
 - Il assure la responsabilité ou participe au développement d'un produit, d'une ligne de produits, voire d'une marque depuis sa conception jusqu'à sa mise à disposition sur le marché
 - Il prépare des actions de communication.
- 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 :
 - Parfaite connaissance de l'industrie et de l'économie du luxe, de son environnement culturel, sociologique, historique
 - Maitrise des canaux de distribution
 - Mise en œuvre de stratégies marketing en concevant les solutions CRM adaptées, en utilisant le e-commerce et les médias sociaux
 - Très bonne connaissance des nouvelles technologies de la communication
 - Bonne connaissance des fonctions de management : finance, commerce et stratégie
 - Sens du client
 - Bonne culture générale, en particulier dans le domaine des arts
 - Aptitude à manager dans l'interculturel

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

Industries du luxe
Entreprises multinationales ayant des préoccupations de gestion de marque
Chef de projet dans l'industrie du luxe
Marketing manager dans le luxe utilisant les nouvelles technologies de la communication
Brand manager

Category manager
 Manager médias sociaux
 Manager e-commerce

Codes des fiches ROME les plus proches :

M1705 : Marketing

M1702 : Analyse de tendance

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Le master est accessible essentiellement aux titulaires de la licence de gestion de l'Université Dauphine mais est également ouvert à différents types d'étudiants venant d'autres établissements d'enseignement supérieur.

Les semestres S1 et S2 du master recouvrent 17 Unités d'Enseignement obligatoires ainsi que des UE optionnelles : Comportement du consommateur ; Distribution et commercialisation ; Etudes et recherches (outils, méthodes...) ; Marketing relationnel ; Stratégie ; Tendance et applications sectorielles en marketing et stratégie ; Communication marketing ; Marketing management ; Anglais.

Séminaire d'insertion professionnelle ; Rapport de stage ; Mémoire de recherche.

L'année de césure peut s'insérer dans le programme de formation de Master : un an pour effectuer un stage en entreprise, partir à l'étranger ou mener à bien un projet plus personnel. Elle se déroule généralement sous la forme de 2 stages de 6 mois. Pour les étudiants qui n'auraient pas fait d'apprentissage en semestres S1 et S2, l'année de césure est obligatoire

Le master 2 accueille pour moitié des étudiants chinois sélectionnés à Shanghai et pour moitié des étudiants en France sélectionnés par les méthodes habituelles de recrutement dauphinois : dossiers et entretiens. Les étudiants en France proviennent en très grande partie du master 1 Marketing et stratégie de l'Université de Dauphine et des candidats d'ouverture maîtrisant parfaitement l'anglais. Ils doivent également avoir une expérience en entreprise significative acquise par des stages, un apprentissage et/ou une année de césure.

Les cours se déroulent pendant les S3 à l'université Paris-Dauphine, pendant le S4 à Shanghai Jiaotong University. Ils sont tous dispensés en anglais.

Les enseignements des semestres 3 et 4 couvrent les domaines suivants :

Advanced marketing and management : Marketing planning ; International marketing ; International financial management-business game

Luxury : History, art and environment : History of art; Art, design and creativity management with business; Luxury consumer behavior and sociology; The future of luxury; Economic issues in emerging countries.

Luxury industries : Luxury industries key market players in luxury; Managing specific industries in Europe and China;

Luxury management : Luxury management product and collection management; Brand management; E-marketing and luxury; Business process management in luxury industries; HR management in luxury and high-end tourism; Licensing and legal issues in tourism and luxury; Multi channel marketing; Consumer studies and tools for luxury.

Personnel development. Foreign language (mandarin or French).

Modalités du contrôle des connaissances : pour l'octroi du master il est exigé une moyenne de 10/20 au semestre 3 ainsi qu'au 4, sans aucune note éliminatoire (inférieure à 8/20).

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	oui
En contrat de professionnalisation	X	oui
Par candidature individuelle	X	oui
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

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Nombre de titulaires de la certification en moyenne par an : master créée en 2013. 22 diplômés en 2014.

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

Autres sources d'information :

<http://master-management-luxe.dauphine.fr/>

<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

Shanghai Jiaotong University, Shanghai, Chine

Historique de la certification :

Le Master a été créé en tant que parcours du master2 « Marketing » en 2013. En 2014 il devient master Marketing et stratégie, parcours Management du luxe.