

Droit, économie, gestion, mention marketing, spécialité marketing stratégique et opérationnel

RNCP11341 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	312
Code(s) ROME	M1403, M1705, M1707, E1103, M1704
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Université Rennes I

<http://www.univ-rennes1.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

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

Le master de marketing, spécialité « marketing stratégique et opérationnel », vise des activités professionnelles assumées par des cadres, chercheurs, experts polyvalents, capables de s'adapter aux fluctuations et à l'évolution des besoins dans ce domaine.

Quatre « métiers » sont spécifiquement visés – donnant lieu à la définition dans le master de quatre parcours d'acquisition et construction de portefeuilles de compétences adaptées :

- "Chef de produit", en réponse à la demande toujours très prononcée des entreprises pour des spécialistes du marketing opérationnel ayant bénéficié d'une formation de haut niveau. De plus en plus d'entre elles pratiquent effectivement un marketing d'une technicité affirmée, et sont à la recherche de professionnels pouvant apporter leur expertise en ce domaine.
- "Chargé d'études", en réponse à la demande, exprimée sur le marché de l'emploi, des sociétés d'études de marché et des grands groupes industriels qui internalisent leur département " études de marché ". La fonction même de responsable d'études nécessite une formation de haut niveau en méthodologie marketing, tant du point de vue de la maîtrise des techniques quantitatives que qualitatives.
- "Responsable de Communication" vise également des postes essentiels que ce soit en entreprises, en agences, en régies, ou encore en organisations publiques et non marchandes. Le marché de l'emploi recrute des profils de haut niveau pour occuper des postes de chef de publicité, responsable de communication, chargé de clientèle, médiaplanneur.
- "Négociateur d'affaires à l'international", vise les postes achat et vente - dans la double perspective de l'efficacité de l'action marketing sur place et de la coordination des actions marketing sur des marchés multiples.

En complément, un axe d'activités économiques est également visé : le développement durable et le champ de la responsabilité sociale des entreprises, pour des postes opérationnels en marketing.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences ou capacités attestées

- Maîtriser les méthodes d'analyse stratégique (techniques de segmentation, analyse typologique, matrice SWOT et autres outils diagnostic) et maîtriser les outils d'aide à la décision
- Définir et mettre en œuvre la politique marketing en cohérence avec les orientations stratégiques de l'entreprise, la

législation sur les marques, les produits, les pratiques de vente et les droits des consommateurs

- Maîtriser les processus et comportements achats des entreprises industrielles, négocier avec des centres de décision (acheteur, responsable projet, responsable technique ...)
- Concevoir un marketing d'offres B to B dans une approche « solution » répondant aux attentes des clients
- Définir une politique d'assortiment et d'implantation des produits
- Connaître les circuits de la grande distribution, les réseaux succursalistes et franchisés, leurs cultures et leurs pratiques
- Positionner les gammes, présenter la politique merchandising, le plan d'assortiment aux enseignes et négocier les conditions d'implantation des lignes de produits
- Maîtriser les techniques des études quantitatives (analyse de données statistiques multidimensionnelles, descriptives ou explicatives)
- Maîtriser les techniques des études qualitatives (terrain ethnographique, entretiens semi-structurés, structurés, focus group, pour des tests de produits, d'image, de campagnes de communication)
- Construire un plan marketing, décliner les objectifs et les moyens par segment, pays et ou par service
- Analyser les résultats de vente, la croissance, la rentabilité, le positionnement de la marque, la satisfaction client, par produit, par gamme, circuit de distribution, région, pays, en tendances, pour orienter la politique produits et tarifaire
- Mettre en place des stratégies de distribution multicanal en B to B (clients directs, revendeurs ...) les gérer et les animer
- Optimiser l'organisation commerciale, le dimensionnement des équipes, leur répartition sectorielle et géographique, leur mode de rémunération, leur animation et leur contrôle
- Mettre en place des actions de trade marketing (événements sur le point de vente, jeu concours, dégustation...) auprès des clients, pour maximiser volume et rentabilité
- Définir, animer et gérer les actions de marketing opérationnel, campagnes publicitaires, de marketing direct (mailing, e-mailing, télé marketing ...) et promotionnelles, concevoir et optimiser les plans média, sélectionner les supports en fonction de l'adéquation avec la cible visée
- Mettre en place une stratégie d'internationalisation (faire adopter ou adapter ses produits, vendre ou s'implanter) définir une politique d'implantation et animer les circuits de distribution
- Contribuer au développement d'une culture interne « orientée client », garantir la qualité de service
- Communiquer efficacement en public et en situation de négociation avec des partenaires internes ou externes

Principales compétences transversales

Traitement de l'information

- Produire du sens à partir de données brutes (calculs de coûts, ratios, statistiques, schémas ...)
- Contextualiser l'information et la mettre en perspective
- Trier, synthétiser et hiérarchiser l'information

Résolution de problème

- Traiter et résoudre des problèmes complexes
- Adopter une approche interdisciplinaire

Conduite de projet

- Concevoir et planifier son travail et celui de ses équipes ou de ses équipiers
- Organiser, coordonner et conduire un travail collectif impliquant des profils professionnels variés

Communication

- Écouter, pour comprendre et analyser les situations, l'expression de divers points de vue
- Argumenter et défendre ses idées pour convaincre
- Exposer ses arguments et prendre la parole en public, se confronter à un auditoire
- Rédiger des rapports de synthèse et des recommandations
- Sélectionner, structurer et organiser logiquement les idées
- Communiquer en anglais

Autres compétences transversales – en termes de savoir-être

- Sens de l'écoute et des relations humaines
- Esprit d'analyse et de synthèse
- Créativité et rigueur
- Ouverture d'esprit et curiosité, goût de l'innovation
- Développement de l'esprit critique
- Charisme et aisance relationnelle

- Culture du résultat

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Environnement professionnel

- Grandes entreprises industrielles ou de services
- PME industrielles ou de services
- Grande distribution
- SSII
- Cabinets de conseil
- Cabinets d'études marketing
- Agences de publicité et de promotion des ventes
- Cabinets de marketing opérationnel
- Agences spécialisés en web marketing
- Fédérations ou syndicats professionnels
- Collectivités locales
- Organisations non marchandes, associations
- Administrations
- Banques et assurances
- Organismes de formation

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Types d'emplois accessibles

- Responsable marketing et commercial
- Chef de groupe
- Chef de produit
- Chef de marché
- Chef de produit marketing direct
- Category manager
- Responsable e-marketing
- Responsable relation client et responsable service client
- Chef de projet CRM
- Chargé d'études pricing
- Consultant marketing
- Chargé d'études qualitatives ou quantitatives
- Chargé d'études d'implantation
- Consultant veille marketing
- Responsable centre d'appels
- Responsable administration des ventes
- Directeur des ventes
- Chef de secteur commercial
- Directeur des ventes régional ou national
- Mediaplanner
- Responsable de communication
- Chef de publicité
- Ingénieur d'affaires/vente de solutions complexes N
- Ingénieur commercial spécialisé dans le secteur
- Responsable technico-commercial et marketing développement durable
- Négociateur d'affaires internationales
- Développeur d'affaires (business developer),
- Chercheur en marketing
- Enseignant - formateur

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 929 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	19 079
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	10 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques L5X93 — Chargés d'études socio-économiques R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Enseignants du diplôme et professionnels

COMPOSITION DU JURY — VAE

Composition du jury votée par l'université

ACCESSIBLE EN OUTRE-MER

Nouvelle-Calédonie, Polynésie française

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP29879

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<http://www.igr.univ-rennes1.fr/fr/formation-initiale/Présentation-10002-15-46.htm>

<http://www.univ-rennes1.fr/>

<http://soie.univ-rennes1.fr/>

Université Rennes 1

Institut de Gestion de Rennes

Service Orientation Insertion Entreprise

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/11341/>