

Domaine Droit, Economie, Gestion Mention Marketing

Spécialité Marketing des technologies innovantes

RNCP15259 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	313, 312n, 312
Code(s) ROME	M1707, M1703, M1705
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/10/2019

Certificateur(s)

Université Toulouse 1 Capitole
<http://www.univ-tlse1.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

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 déterminer 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, ...)

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- 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.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- 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

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- 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

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 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 113 €
Familles professionnelles (FAP)	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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %

Familles professionnelles (FAP)

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

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Oui

Composition des jurys :

équipe pédagogique

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Oui si l'ingénierie est prévue à cet effet

Composition des jurys :

Equipe pédagogique

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Oui si l'ingénierie est prévue à cet effet

Composition des jurys :

Equipe pédagogique

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Non

COMPOSITION DU JURY — CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Oui possible pour partie du diplôme par VES ou VAP

Composition des jurys :

Equipe pédagogique

COMPOSITION DU JURY — VAE

Oui

Composition des jurys :

Enseignants chercheurs et professionnels

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/10/2019

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

