

Master mention " Marketing" Spécialité "marketing des services"

RNCP15927 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	313n, 312n, 312
Code(s) ROME	M1704, M1705, M1707, M1403
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 master marketing, spécialité marketing des services, s'intéresse à l'ensemble des activités professionnelles assurées par des cadres, des consultants et des experts dans le domaine du marketing d'entreprises nationales et internationales.

Ces activités se structurent autour des domaines suivants :

- L'étude et l'analyse du comportement du consommateur de services et de l'acheteur industriel ce qui induit la maîtrise des techniques qualitatives et quantitatives d'étude de marché ainsi que des techniques statistiques.
- La participation aux actions stratégiques relatives au marketing telles que le lancement d'une nouvelle offre marketing, la gestion des marques / enseignes et le développement de l'image corporate de l'entreprise.
- Le contrôle de l'évolution des marchés et la veille concurrentielle à travers la gestion d'un benchmarking.
- La gestion de la communication des marques / enseignes et de l'entreprise vis-à-vis de ses parties prenantes.
- Le management des équipes marketing et commerciales de l'entreprise.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les diplômés du master marketing, spécialité marketing des services, développent des compétences spécifiques au marketing et des compétences managériales transversales.

Principales compétences spécifiques :

- Maîtriser l'analyse de marché et toutes les techniques permettant cette analyse (études statistiques, études de contenu, analyse de données).
- Réaliser des diagnostics internes et externes des situations marketing.
- Elaborer des stratégies marketing pour l'entreprise et ses marques.

- Elaborer des stratégies de communication pour l'entreprise et ses marques.
- Créer des plans d'actions marketing.
- Budgéter les plans marketing.

Principales compétences managériales :

- Maîtriser la communication écrite et orale
- Piloter la gestion de projet.
- Assurer le management d'une équipe et les relations avec les fournisseurs et les clients.
- Gérer la diversité dans les équipes.
- Gérer un budget.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Secteurs d'activité et environnement professionnel :

- Téléphonie mobile
- Commerce et grande distribution
- Tourisme et loisir
- Transport et logistique
- Banque et de l'assurance
- Agences de communication et de publicité
- Sociétés d'études de marché
- Cabinets conseils
- Sociétés de service

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Type d'emplois accessibles :

- Chef de projet,
- Chef de produit,
- Chef de marque
- Chef de publicité
- Chargé d'études
- Responsable de communication,
- Chef de publicité on line
- Community manager
- Responsable d'agence

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 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 067 €

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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	13 733
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	5 %
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

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 du jury : équipe pédagogique

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

non

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

non

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

Enseignants chercheurs et professionnels

Base légale

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

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/15927/>