

Master Sciences des organisations, Mention Marketing et stratégie, Spécialité Marketing. Finalité professionnelle.

RNCP17073 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DGE_GM — Diplôme de grand établissement grade master
Code(s) NSF	320p, 321n, 312
Code(s) ROME	M1705, M1703, M1702
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Ministère chargé de l'enseignement supérieur

Université Paris-Dauphine

<http://www.dauphine.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le master forme aux métiers du marketing et à ceux des études marketing.

A. Dans la première catégorie de métiers, le Chef de produit est responsable du développement d'un produit ou d'une gamme de produits, depuis sa conception, jusqu'à sa commercialisation ; il doit l'adapter en permanence à l'évolution du marché. Il est chargé :

- de recueillir en permanence toutes les informations se rapportant directement ou indirectement au produit (concurrence, évolution du marché, des comportements des consommateurs, des circuits de distribution...)
- de proposer des axes de développement
- de concevoir / faire évoluer le produit en collaboration avec les services fabrication et commercial, en assurant l'ajustement en termes de prix, d'image, de valeur ajoutée
- de définir la stratégie de communication la plus adaptée
- de concevoir les outils d'aide à la vente
- d'assurer les relations avec les fournisseurs (agences de publicité...)
- de coordonner les partenaires : logistique, approvisionnement, design, agence de communication...
- d'accompagner la force de vente afin d'assurer la promotion du produit (élaboration d'argumentaires, formation...)
- d'analyser les résultats d'actions de lancement ou de développement d'un produit, de suivre les ventes
- de contrôler et optimiser le budget

Le titulaire du diplôme ayant choisi le parcours « Luxe » est un spécialiste du marketing chargé tout particulièrement de la promotion de l'image de la marque en utilisant les canaux habituels mais également les nouvelles technologies de la communication (e-commerce, médias sociaux) et les techniques CRM (Customer Relationship Management).

B. Le chargé d'études marketing conçoit et réalise des études, avec pour objectif d'éclairer les décisions en matière de stratégie marketing. Ses études, se fondant sur la connaissance du marché, permettent l'élaboration et l'évaluation d'une stratégie marketing. Ses activités sont les suivantes :

- collecter les besoins des équipes marketing et commerciale
- définir les moyens et méthodologie adéquats : études qualitatives ou quantitatives, sources documentaires, veille concurrentielle, appel à des prestataires...
- piloter les relations avec les services, prestataires ou partenaires permettant d'obtenir des informations quantitatives ou qualitatives
 - effectuer des études qualitatives (création de guides d'entretien, réunions consommateurs...)
- effectuer des enquêtes quantitatives (conception de questionnaires, encadrement des enquêteurs...)
- analyser, manipuler les données afin de faire émerger des informations lisibles et pertinentes
- synthétiser et formaliser les résultats
- établir des prévisions, des évaluations, des préconisations en matière de politique de produit et/ou service, prix, distribution, promotion et communication.
- présenter le reporting auprès des directions concernées.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences ou capacités évaluées :

- Posséder de solides connaissances du mix-marketing (prix, produit, promotion, distribution) et des outils statistiques.
- Maîtriser la totalité de la démarche marketing, tant au niveau du marketing-développement qu'au niveau du marketing opérationnel.
- Maîtriser les outils informatiques spécifiques liés aux bases de données, logiciels de traitement statistiques, présentation des résultats.
- Savoir interpréter et analyser les informations qualitatives et quantitatives des études marketing (panels, études ad hoc) et des bases de données clients.

Plus particulièrement pour le parcours luxe,

- Connaître parfaitement l'industrie du luxe, son environnement culturel, sociologique
- Maîtriser la gestion d'équipes multinationales
- Posséder une bonne connaissance du e-commerce et des médias sociaux dans l'industrie du luxe

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Entreprises produisant des biens ou des services de grande consommation, grande distribution
Industries du luxe, entreprises multinationales ayant des préoccupations de gestion de marque
Cabinets de conseil en marketing ou en communication

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Les métiers du marketing, ouverts à l'international : Chef de produit (opérationnel et développement), Responsable e-marketing, Promotion manager, Manager médias sociaux, Manager e-commerce
- Les métiers des études marketing : Chargé d'études, Conseil marketing, Analyste marketing.

RÈGLEMENTATIONS 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, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

oui

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

non

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/17073/>