

Marketing et Vente

RNCP17359 · RNCP · Publiée

L'essentiel

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

Certificateur(s)

Université Jean Moulin - Lyon 3

<http://www.univ-lyon3.fr>

IAE LYON

<http://iae.univ-lyon3.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Master Mention Marketing et Vente, parcours en Alternance forme de futurs cadres compétents dans plusieurs domaines liés au marketing, dans tous les secteurs d'activité. En collaboration avec le chef de produits, ces professionnels sont à l'interface du marketing, de la communication et de la vente avec des niveaux de pilotage stratégiques et/ou opérationnels. Ils participent à l'étude approfondie des marchés. Ils contribuent à gérer l'image d'une entreprise en déclinant la stratégie en communication produits. Ils coopèrent au développement d'offres de produits/services en négociant avec les clients et prospects.

Plus précisément, cela concerne :

- 1 la veille et l'analyse du comportement d'achat du client, de la concurrence, de l'environnement, l'élaboration d'un plan d'études
- 2 la réalisation de campagnes de marketing direct, de campagnes promotionnelles, l'organisation d'événements, la gestion de communautés, la conception de supports de communication
- 3 l'élaboration d'argumentaires, la création d'outils commerciaux, la prospection et la fidélisation clients
- 4 la négociation et le management de la relation avec les partenaires externes de la communication et avec les autres services internes de l'entreprise
- 5 l'élaboration d'indicateurs, le suivi et l'analyse de la performance des actions de communication et des ventes, le pilotage de la satisfaction client

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le diplômé devra savoir :

1 compétences relationnelles :

- Identifier les interlocuteurs professionnels pertinents
- Communiquer efficacement en public et convaincre les collègues, les partenaires et les clients
- Travailler en équipe et en mode projet

2 compétences organisationnelles :

- Hiérarchiser les priorités et planifier ses actions sur l'année pour mener un projet à bien
- Elaborer un reporting et présenter des résultats de façon claire, concise et convaincante
- Réagir et mettre en œuvre des actions correctives

3 compétences techniques :

- Comprendre les processus d'achat du client intermédiaire et du consommateur final
 - Elaborer un plan d'études de marché et choisir les méthodologies et techniques adéquates
 - Concevoir et mener des études quantitatives et qualitatives
 - Elaborer des messages et mobiliser les bons outils de communication
 - Utiliser les logiciels de conception d'outils de communication, de CRM et d'analyse des données et maîtriser les NTIC
 - Analyser, interpréter et manipuler les données afin de faire émerger des informations lisibles et pertinentes
- Mesurer la performance et intégrer l'impact humain, sociétal et environnemental des actions menées

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Master étant transversal, les débouchés concernent

- toutes les entreprises (PME, ETI, GE) ou associations ou collectivités
- commercialisant des produits et/ou services
- pour différents types de relations : B to B, B to C...
- dans des secteurs d'activité variés : énergie, médical, conseil, agroalimentaire, banque, négoce, communication, domotique ...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Assistant chef de produit, chargé de communication, community manager, chargé d'études, chargé de développement, chargé de relation clients...

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 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 950 €
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) 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)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %

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
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

Jury composé d'Universitaires et de professionnels

COMPOSITION DU JURY — VAE

Jury spécifique composé d'Universitaires et de professionnels

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Site Internet de l'IAE Lyon

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/17359/>