

Marketing et Vente, Spécialité Marketing et Commercialisation de Produits de Grande Consommation

RNCP17441 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	312
Code(s) ROME	M1703, D1506, D1406
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

Pour répondre efficacement aux besoins du marché et à ses évolutions, le responsable de marketing doit disposer de compétences allant de la gestion des processus d'innovation à la présentation et au suivi des produits sur les linéaires. Il doit composer et adapter l'assortiment, détecter les opportunités de développement sur de nouvelles gammes, formuler et modifier le mix, négocier avec la distribution, organiser la disposition des produits sur les lieux de vente, animer les équipes de vente. Par conséquent, le titulaire du diplôme dispose des compétences pour l'élaboration, la mise en œuvre opérationnelle et le suivi de la stratégie marketing. Il peut :

- assurer et/ou participer à la formulation et à la gestion de l'offre produits et de l'assortiment (marketing mix).
- mettre en place les outils de planification marketing et commerciale de l'entreprise : études de marché, mise en œuvre du plan marketing, gestion de l'assortiment et négociation.
- mesurer l'efficacité des opérations marketing menées pour en tirer les implications sur la stratégie produit/assortiment : analyse des ventes, analyse des contributions, mesure de l'efficacité des actions opérationnelles.
- mettre en œuvre et animer les opérations promotionnelles en liaison avec les fabricants/distributeurs.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- L'analyse des données marketing et la prise de décision : category management, marketing management.
- La maîtrise des leviers d'action du marketing des produits de grande consommation : gestion de l'innovation, gestion de la marque, design, promotion et publicité, marketing agroalimentaire.
- La connaissance de la distribution et de ses outils : trade marketing, merchandising et gestion de l'assortiment, marketing et nouvelles technologies, droit de la distribution.
- Les techniques de la négociation commerciale : communication interpersonnelle, rédaction des argumentaires de vente, négociation avec la distribution.

L'étudiant, après l'année de master 2, maîtrise les outils théoriques et techniques du marketing et de la vente mais a également de solides compétences en termes d'impacts financiers, humains, juridiques et informationnels des décisions marketing.

Capacités développées : analyse, synthèse, anticipation, pragmatisme, mais aussi de la créativité lui permettant de

développer l'offre de produits et/ou de service de l'entreprise mais également de faire face aux situations critiques, de proposer et de mettre en œuvre des actions correctives face aux évolutions du marché.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

La spécialité de Master 2 Marketing et Commercialisation de Produits de Grande Consommation étant transversal, les débouchés concernent l'ensemble des entreprises commercialisant des produits de grande consommation (PME et grandes entreprises) pour lesquelles les enjeux de développement commercial requièrent une parfaite connaissance des consommateurs et de la grande distribution (alimentaire et hors alimentaire).

Les secteurs d'activités de ces entreprises sont très variés : la grande distribution, l'agroalimentaire, l'hygiène, la parfumerie et cosmétique, le bricolage, l'électroménager, l'électronique, le textile, les jouets...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Category manager, chef de produit, merchandiseur, chef de secteur, chef de marché, commercial grands comptes, directeur des ventes.

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)	2 833 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X80 — Maîtrise des magasins · tension 2/5 (Faible) 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)	15 583
Jugés difficiles à recruter	32 %
Emplois saisonniers	10 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X80 — Maîtrise des magasins 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, 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/17441/>