

Droit Economie Gestion mention Science du Management spécialité Marketing

RNCP19107 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	312, 312n, 310
Code(s) ROME	M1702, M1703, M1705, M1403, E1401
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/10/2019

Certificateur(s)

Aix-Marseille Université
<http://www.univ-amu.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités professionnelles que peut exercer un diplômé du Master en Sciences du management spécialité Marketing sont celles d'un cadre supérieur dans les services marketing d'entreprises quel que soit leur secteur d'activité : en tant qu'assistant chef de produit, chef de produit, chef de marché ou chargé d'études, il assure la responsabilité ou participe au développement d'un produit ou d'une ligne de produits, d'un service ou d'une ligne de services, depuis leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché. A partir d'une analyse de marché (information du terrain, études externes) et en fonction des objectifs de l'entreprise, il propose une définition du produit, conçoit les plans d'action commerciale et les campagnes promotionnelles. Il suit l'évolution commerciale de sa gamme, assiste la force de vente, coordonne les activités qui concourent à la réalisation du plan marketing (marketing)/produit. Il peut être responsable des résultats et dans les entreprises industrielles, suivre la production et veiller à la qualité.

Comme chef de publicité, il élabore, organise et coordonne une campagne publicitaire. Il définit une stratégie commerciale en tenant compte des caractéristiques du produit (nature du produit, circuits de distribution, clientèle, concurrence...) et du budget prévu. Il détermine une stratégie de communication fixant les thèmes publicitaires, la teneur du message, la répartition du budget selon les différents médias. Il peut être chargé de suivre la conception, la fabrication et l'exécution du plan média, ainsi que d'animer les équipes de réalisation. Si son emploi est celui de responsable Média, il conçoit ou applique le plan média en prévoyant et en organisant le passage des annonces dans les différents supports (presse, affichage, radio, télévision, salles de cinéma...) il peut exercer essentiellement un rôle d'étude et d'analyse. Dans ce cas, il élabore une stratégie média à partir des informations disponibles sur les différents supports (audiences, public, prix des espaces publicitaire...). Il rassemble ces données dans un document de synthèse appelé "plan média", le propose à sa direction ou à l'annonceur. Il peut participer à la conception des supports média ou multimédia. Il peut aussi négocier les achats d'espaces publicitaires dans les supports (prix, périodicité, durée). Comme consultant Marketing, il est capable, en toute autonomie, de réaliser des missions en entreprise pour toute question relative aux traitements des rapports que l'entreprise entretient avec ses marchés et produits. Il est au fait de l'impact des technologies de communication sur l'entreprise et ses marchés. Il peut assurer une veille concurrentielle sur internet, effectuer une analyse des médias utiles et sélectionner ceux qui apporteront les meilleurs résultats dans une campagne de communication. Comme, plus en amont, lors des études de nouveaux

produits il pourra être le personnage "chef d'orchestre" des conseils post production pour la réussite du premier lancement. Comme tout consultant ses qualités personnelles lui permettent de conduire ses interventions en ayant à l'esprit sa position de conseil et les limites de son intervention. IL est fréquent que la réussite de ses missions lui permette d'être sollicité pour prendre en main un service marketing au sein d'une entreprise ayant bénéficié de son intervention.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le diplômé maîtrise les outils les plus pointus : logiciels d'analyse des données, méthodes d'analyses statistiques, il sait appliquer des concepts et des modèles (critères de décisions d'achat, identité de la marque...) à une prise de décision marketing adaptée.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Ce professionnel peut occuper des fonctions d'encadrement supérieur dans les services marketing de toutes les catégories d'entreprises quel que soit leur secteur d'activité.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Cette formation permet d'être opérationnel dans les fonctions de chef de produit, responsable de marché et responsable d'études quantitatives et qualitatives. Le diplômé peut également exercer dans un cabinet de consultant en tant que Consultant 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 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 929 €
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) 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)	19 079
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	10 %

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
U0X80 — Assistants de la communication
U0X90 — Cadres de la communication

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, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Enseignants

COMPOSITION DU JURY — VAE

Enseignants et professionnels conformément aux textes

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/19107/>