

Manager marketing (MS)

RNCP19220 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312n
Formacode(s)	34052
Code(s) ROME	M1703, M1705, M1402, M1702, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	30/12/2022

Certificateur(s)

NEOMA BUSINESS SCHOOL · SIRET : 83429535400015

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager marketing participe à la stratégie globale de l'entreprise en concevant la stratégie marketing pour un produit, une gamme de produits, une ou plusieurs marques.

Dans un environnement en forte mutation (crise du pouvoir d'achat, révolution digitale, nouvelles tendances sociétales...), la stratégie définie doit permettre de conquérir et surtout de fidéliser la clientèle en nouant avec elle une relation durable et responsable.

Parce qu'il est résolument centré client, le Manager Marketing rend le citoyen acteur du processus de décision, choisit les projets à développer, mobilise le reste de l'entreprise autour de ces lancements et optimise la gestion du portefeuille de produits et de marques.

Sa mission est créatrice de valeur pour l'entreprise. Il est chargé de faire des reportings à la Direction sur les performances marketing des produits et des marques.

Il exerce les activités suivantes :

- - Analyser les marchés et leur potentiel
- - Concevoir et formaliser une stratégie marketing
- - Définir et piloter les plans marketing
- - Gérer les ressources humaines et financières dédiées au marketing

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire est capable de:

- - Maîtriser les outils d'analyse des marchés, des clients et des concurrents et les adapter à l'évolution des comportements
- - Déployer les méthodologies et les logiques d'analyse des panels et des marchés-test
- - Piloter les étapes clés d'une étude de marché
- - Appliquer les différentes méthodes de recueil, de traitement et d'analyse de données marketing
- - Présenter les résultats de façon synthétique et pertinente et formuler les recommandations pour la prise de décision
- - Elaborer un diagnostic marketing, mesurer le potentiel des produits et marques et anticiper les évolutions du marché
- - Définir la stratégie marketing et les axes stratégiques pour développer la croissance et/ou la rentabilité de l'entreprise

- - Concevoir la stratégie digitale relationnelle et intégrer le poids des médias sociaux dans la réflexion marketing
- - Identifier les segments de marché, choisir une cible et un positionnement adapté
- - Définir des objectifs marketing (volume, profit) pour les marques
- - Construire un plan marketing autour d'un marketing mix : gamme, nom, pack, prix, promotion, média et distribution
- - Elaborer les plans d'action en intégrant les programmes CRM et Web
- - Mettre en oeuvre les actions marketing du plan et les planifier dans le temps
- - Déceler le potentiel des collaborateurs en développant sa connaissance de soi et des autres
- - Communiquer de façon optimale avec les collaborateurs et faire preuve de persuasion
- - Mobiliser ses qualités de leadership pour manager un projet
- - Analyser les tableaux financiers d'un plan de marque
- - Construire le budget et le compte d'exploitation d'une marque et suivre son évolution
- - Piloter la performance et le retour sur investissements des actions marketing
- - Evaluer l'efficacité financière d'un projet

Blocs de compétences

RNCP19220BC01 — Concevoir et formaliser une stratégie marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- - Analyser l'environnement sur la base des données disponibles (internes et externes)
- - Mettre en application les concepts clés du marketing stratégique et opérationnel à partir d'une analyse de l'information marketing
- - Restituer les décisions marketing dans le cadre général de l'entreprise et comprendre leur interdépendance avec la production, la R&D, la force de vente et la finance
- - Déployer les outils de diagnostic des marques
- - Piloter les étapes de création d'une marque
- - Identifier les segments à cibler et choisir un positionnement adapté
- - Mesurer le potentiel de chacun des produits/marques du portefeuille et anticiper les évolutions du marché

Modalité d'évaluation :

Une simulation informatisée de marketing
stratégique (travail en groupe, 4,5 jours, en centre)

RNCP19220BC02 — Gérer des ressources financières et humaines dédiées au marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- - Utiliser les méthodes d'évaluation financière d'un projet
- - Suivre l'évolution d'un budget et du compte d'exploitation d'une marque lors de la mise en oeuvre du plan marketing
- - Construire et présenter un tableau de bord de la performance des marques et des profits dégagés
- - Implémenter les méthodes de prévision des ventes et de contrôle des coûts liés aux produits et aux marques
- - Piloter la performance et le retour sur investissements des actions CRM et Web
- - Déployer les techniques de management de projet
- - Déceler le potentiel des collaborateurs en développant sa connaissance de soi et des autres
- - Communiquer avec les collaborateurs et faire preuves de persuasion
- - Contribuer au travail d'une équipe et la manager

Modalités d'évaluation :

Des travaux dirigés (travail en groupe, 2 jours, en centre)

Des études de cas (travail en groupe, 4 jours, en centre)

Une simulation informatisée de marketing stratégique (travail en groupe, 4,5 jours, en centre)

RNCP19220BC03 — Définir et piloter les plans marketing

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- - Analyser des données de marché et de marques

- - Elaborer un diagnostic marketing
- - Définir une stratégie marketing et des axes stratégiques pour développer la croissance d'une marque
- - Définir des objectifs marketing, une cible consommateur et des axes de positionnement
- - Construire un plan marketing autour d'un marketing mix : gamme, nom, pack, prix, promotion, média et distribution
- - Planifier des actions marketing dans le temps
- - Définir les éléments clés d'une stratégie digitale relationnelle et intégrer le poids des médias sociaux dans sa réflexion
- - Elaborer un plan d'action intégrant les programmes CRM et web
- - Définir et optimiser un programme de fidélisation des consommateurs

Modalités d'évaluation :

2 études de cas (travail en groupe, 2 jours et 4,5 jours, en centre)

RNCP19220BC04 — Analyser les marchés et leur potentiel

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

- - Implémenter les outils d'analyse des marchés et des concurrents
- - Adapter les méthodes et outils à l'évolution des comportements des clients et des marchés
- - Déployer les méthodologies et les logiques d'analyse des panels et marché-tests
- - Analyser les besoins et formuler une proposition d'étude
- - Piloter les étapes clés d'une étude de marché
- - Appliquer les différentes méthodes de recueil de l'information en intégrant leurs limites
- - Traiter les données qualitatives
- - Appliquer les méthodes statistiques et d'analyse de données appropriées
- - Présenter les résultats de façon synthétique et optimale
- - Formuler des recommandations permettant la prise de décision marketing
- - Argumenter ses idées

Modalités d'évaluation :

2 études de cas (travail en groupe, 4 et 5 jours, en centre)

Travaux dirigés (travail en groupe, 2 jours, en centre)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tous les secteurs d'activité sont concernés, avec une prévalence des secteurs liés aux biens de consommation notamment secteurs cosmétique/pharmaceutique, agro-alimentaire.

Il exerce également dans le domaine des services et du digital. Le poste peut également être exercé en cabinet d'études Marketing.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Le Manager marketing exerce ses fonctions sous les intitulés suivants :

- Chef de produit / Brand Manager
- Responsable Marketing / Manager Marketing
- Responsable / Chargé d'études marketing / Consumer Insight Manager
- Responsable de projets CRM (Customer Relationship Management) / Customer Relationship Manager
- Responsable e-CRM et Fidélisation
- Chef de projet Marketing Interactif & Digital / chef de projets Innovation
- Chef de Marché / Responsable de secteur
- Category Manager
- Responsable Trade Marketing
- Business Data Analyst / Business Analyst / Analyste Marketing
- Direct to Consumer Marketing

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)	Modérée (3/5) 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)	2 983 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · 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)	25 448
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) 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, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury de validation de la certification est composé du Président du jury (Interne à NEOMA BS, Responsable des MS et MSc-Part time) et de 3 personnes en respectant la parité homme/femme,

- dont 1 membre dépendant de l'organisme (un enseignant)
- dont 2 membres extérieurs à l'organisme, représentants du secteur professionnel (dont 1 représentant les employeurs et 1 représentant les salariés)

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de validation de la certification est composé du Président du jury et de 3 personnes en respectant la parité homme/femme,

- dont 1 membre dépendant de l'organisme (un enseignant)
- dont 2 membres extérieurs à l'organisme, représentants du secteur professionnel (dont 1 représentant les employeurs et 1 représentant les salariés)

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	30/12/2022
--	------------

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP37164

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://neoma-bs.fr/formations/mastere-specialise-etudes-et-decision-marketing/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/19220/>