

Sciences des organisations, Mention Marketing et stratégie, Parcours Communication-marketing

RNCP20957 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DGE_GM — Diplôme de grand établissement grade master
Code(s) NSF	312, 320
Code(s) ROME	E1103, M1705, E1402, M1707, E1401
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2019

Certificateur(s)

Ministère chargé de l'enseignement supérieur

UNIVERSITE PARIS DAUPHINE · SIRET : 19754692200018

Université Paris-Dauphine

<http://www.dauphine.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Parcours Communication-marketing. Finalité professionnelle. Diplôme de Grand Etablissement (DGE)

Les missions exercées par les titulaires du master sont les suivantes dans le domaine de la communication et du marketing opérationnel :

- Piloter/réaliser les études nécessaires à la définition d'une stratégie de marque : veille marketing, suivi des tendances de consommation, analyse des communications et stratégies concurrentes.
- Définir et suivre les outils de mesure de notoriété et d'images de marque, ainsi que les outils de mesure d'impact d'actions (baromètres notoriété, bilans d'image, indicateurs de post-test).
- Définir et mettre en œuvre les stratégies de communication pour les marques, participer aux réflexions stratégiques pour les marques (modes d'expression, positionnement, cibles...)
- Définir et mettre en œuvre les stratégies de communication institutionnelle pour les publics internes et externes
- Choisir les canaux de communication les plus appropriés pour communiquer avec les cibles (approche globale, à 360° incluant tous les canaux disponibles)
- Négocier des achats d'espace (TV, radio, presse...), assurer des relations avec les fournisseurs (agence de publicité, de relations publiques, de promotion des ventes, sociétés d'étude, prestataires graphiques, etc....)
- Elaborer les supports de communication externes, les argumentaires de vente, les catalogues, etc.
- Définir, mettre en œuvre et coordonner le marketing mix en vue d'optimiser la cohérence et l'efficacité des messages (produit, prix, communication, promotion, distribution).
- Mesurer et suivre l'efficacité des actions de marketing opérationnel.
- Elaborer et suivre les éléments du budget marketing-communication.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences transversales :

- Maîtriser les concepts fondamentaux de la discipline
- Mettre en pratique les méthodes d'analyse et utiliser les outils du champ disciplinaire
- Savoir faire une recherche documentaire et utiliser les sources à bon escient, être capable d'en faire une synthèse tout en développant un esprit critique. Réaliser une veille environnementale dans son champ d'activité
- Construire et rechercher des données fiables, savoir les interpréter et les analyser afin de mettre en place des procédures d'évaluation
- Rédiger et présenter oralement un travail élaboré sur une problématique complexe
- Communiquer dans une langue étrangère et notamment en anglais
- Maîtriser les TICE
- Créativité et curiosité

Compétences pré-professionnelles :

- Conduire un projet (conception, pilotage, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion)
- Travailler en autonomie et en équipe, s'adapter à différents contextes socio-professionnels et interculturels
- Comprendre les enjeux et problématiques des différentes parties prenantes de l'organisation pour être force de proposition et de dialogue
- Coordonner et animer une équipe

Compétences métier :

- Comprendre l'environnement organisationnel et sociétal des entreprises de marque : économie des media, grandes tendances sociétales, sémiotique, art et culture, marketing responsable, marketing critique...
- Maîtriser les outils permettant d'analyser et d'anticiper la société et les marchés : méthodologies de la recherche, datamining...
- Comprendre l'environnement dans lequel les stratégies évoluent (comportement du consommateur, veille et intelligence marketing, connaissance des media)
- Mettre en œuvre les décisions marketing (pricing, product management, distribution et commercialisation)
- Mettre en œuvre les décisions de communication marketing (Social media marketing, communication digitale, stratégie média et médiaplanning)
- Maîtriser la chaîne graphique (logiciels de PAO) et le back-office du web (initiation aux langages informatiques, au développement de sites etc.)
- Proposer des stratégies marketing et de communication pour les organisations (management stratégique, communication marketing, relations publiques)

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Agence de publicité, agence média, agence de marketing services, agence digitale, agence de relations publiques, etc.

Médias (télévision, presse, radio)

Annonceur (tous types de secteurs).

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

En agence : chef de projet, chef de publicité, chargé d'étude, planneur stratégique, trafic manager, média-planneur

Dans les médias : chef de projet, chef de produit, chargé d'études

Chez l'annonceur : chargé de communication interne, chargé de communication externe, responsable de RSE, responsable du marketing relationnel, community manager, chef de projet, chef de produit, category manager, chargé d'études

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)	3 001 €
Familles professionnelles (FAP)	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)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	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 continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

idem

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Jury désigné par le Président de l'Université, présidé par un professeur ou un Maître de conférences des Universités et comprenant le responsable de la formation, des enseignants...

COMPOSITION DU JURY — CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Possible pour partie du diplôme par VES ou VAP

COMPOSITION DU JURY — VAE

Majorité d'enseignants-chercheurs, ainsi que des personnes ayant une activité principale autre que l'enseignement et compétentes pour apprécier la nature des acquis, notamment professionnels, dont la validation est sollicitée.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2019

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP34551

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

www.mastercmi.dauphine.fr

<http://www.dauphine.fr>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/20957/>