

Domaine DROIT, ÉCONOMIE, GESTION, Mention Marketing et Vente

RNCP26383 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	312p
Code(s) ROME	M1102, M1701, M1703, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Université de Bordeaux

<http://www.u-bordeaux.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

- Parcours Master 2 Commercial Business Developer :
 - Élaborer une stratégie d'achat pour l'entreprise ; Définir et mettre en œuvre la politique des achats de l'entreprise selon des objectifs de rationalisation et de réduction des coûts ; Rechercher et sélectionner des produits et des fournisseurs selon la stratégie d'achat de l'entreprise et négocier les contrats commerciaux selon des objectifs de coûts, délais et qualité
 - Définir et mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'entreprise selon des objectifs de rentabilité économique ; Organiser et suivre l'activité de la force de vente selon la politique commerciale de l'entreprise ; Prospecter une clientèle de professionnels, proposer des solutions techniques selon les besoins, impératifs du client et négocier les conditions commerciales de la vente ; Définir les conditions de vente avec des clients ; négocier et suivre les contrats grands compte ; Organiser et développer l'activité commerciale à l'international
 - Réaliser l'interface entre les clients, les services internes (commercial, production, planification,...) et les intervenants externes (transporteurs,...) de l'entreprise
 - Organiser ou réaliser la gestion des contrats de vente depuis la réception des commandes jusqu'à la livraison des produits chez le client
- Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :
 - Définir et mettre en œuvre la stratégie commerciale et marketing (tarifs, promotion, communication, gammes de produits, supports techniques,...) d'une structure de vins et spiritueux selon des objectifs de rentabilité économique
 - Définir et mettre en œuvre la stratégie d'achat d'une structure de vins et spiritueux selon des objectifs de rationalisation et de réduction des coûts ; Rechercher et sélectionner des produits et des fournisseurs selon cette stratégie et négocier les contrats commerciaux selon des objectifs de coûts, délais et qualité
 - Organiser et suivre l'activité de la force de vente selon la politique commerciale de la structure ; Négocier et suivre les contrats grands comptes ; Définir les conditions de vente avec les clients ; Organiser ou réaliser la gestion des contrats de vente depuis la réception des commandes jusqu'à la livraison des produits chez le client ; Réaliser l'interface entre les clients, les services internes (commercial, production, planification,...) et les intervenants externes (transporteurs,...) de l'entreprise
- Parcours Master 2 Marketing Stratégique :
 - Définir et mettre en œuvre la stratégie marketing (tarifs, promotion, communication, gammes de produits, supports

techniques,...) pour l'ensemble des produits de l'entreprise

- Définir et mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'entreprise selon des objectifs de rentabilité économique
- Organiser et développer l'activité commerciale à l'international ou un type de vente en e-commerce
- Diriger un service et coordonner une équipe
- Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :
- Définir et mettre en œuvre la stratégie de communication (media planning, support planning, encadrement créatif, conseil, supports techniques,...) de l'entreprise, de ses marques, ou de ses produits, offline et online,
- Définir et mettre en œuvre la stratégie de communication de l'entreprise selon des objectifs de rentabilité économique
- Réaliser l'interface entre les clients (annonceurs), les services internes (communication, publicité, stratégie) et les intervenants externes (medias,...)
- Diriger un service et coordonner une équipe

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Parcours Master 2 Commercial Business Developer :
- Identifier les besoins en approvisionnement de l'entreprise et prospecter ou analyser le marché des fournisseurs et des produits ; Élaborer le cahier des charges type, contrat type, catalogue de référencement ; Élaborer des appels d'offres ou des cahiers des charges fournisseurs, prestataires ; Analyser les réponses à appel d'offres et évaluer la capacité des fournisseurs à répondre aux demandes ; Négocier les prix et les délais de livraison des produits avec les fournisseurs ; Suivre l'exécution des contrats d'achats jusqu'à liquidation selon les clauses (quantité, qualité, délais de livraison,...) ; Mettre en place les modalités de suivi des fournisseurs ; Évaluer les fournisseurs, les produits (audits, enquêtes de satisfaction, prélèvement d'échantillons,...) ; Optimiser la politique d'achats de l'entreprise
- Déterminer les objectifs de stratégie de vente de son secteur ; Analyser le potentiel de clients/prospects ; Développer un portefeuille de clients/prospects ; Concevoir l'étude de faisabilité technique (chiffrage, relevé de mesures,...) de la demande du client et établir le devis ; Négocier avec le client les modalités du contrat de vente ; Suivre et analyser les résultats des ventes et proposer des ajustements
- Définir les procédures administratives de traitement des commandes et en contrôler l'application ; Établir la planification de traitement des commandes et déclencher l'ordre de production ou le transmettre au service concerné ; Contrôler ou enregistrer les contrats de vente et informer le client sur le traitement de sa commande ; Suivre l'état d'avancement de la fabrication des produits et proposer des actions correctives ; Organiser l'expédition des commandes et informer les clients sur la mise à disposition des produits ; Optimiser la politique de distribution de l'entreprise
- Contrôler le suivi administratif de comptes clients (avoirs, escomptes, encours,...) ; Réaliser le suivi des clients grands comptes de la structure ; Superviser la gestion de portefeuilles (dossiers de financement, solvabilité,...) ; Traiter les dossiers particuliers (litiges,...) ou transmettre au service concerné
- Élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise et définir les plans d'actions annuels (promotion des produits, marché à investir,...) ; Définir une stratégie d'internationalisation ; Élaborer et gérer les budgets ; Coordonner l'activité des commerciaux et leur apporter un appui technique ; Suivre et analyser les données d'activité du service ou de la structure et proposer des axes d'évolution ; Réaliser la veille concurrentielle des produits (marché, prix, nouvelles tendances,...)
- Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :
- Élaborer la stratégie commerciale d'une structure de vins et spiritueux et définir les plans d'actions annuels (promotion des produits, marchés à investir,...) ; Coordonner l'activité des commerciaux et leur apporter un appui technique ; Suivre et analyser les données d'activité de la structure et proposer des axes d'évolution
- Réaliser une veille concurrentielle sur les vins et spiritueux (marché, prix, nouvelles tendances,...) et analyser le marché des produits, les besoins des consommateurs et de la concurrence ; Définir les caractéristiques de nouveaux produits, l'adaptation de produits existants ; Établir les modalités de fabrication des produits selon les impératifs de production ; Réaliser le plan marketing du produit ou de la gamme après élaboration du cahier des charges technique ; Analyser les parts de marché, ventes, marges bénéficiaires du produit ou de la gamme et proposer des ajustements (opérations de promotion, alignement sur la concurrence,...) ; Concevoir le plan média de mise sur le marché du produit ou de la gamme et les supports de promotion (fiche technique, argumentaire de vente, catalogue,...)
- Définir la stratégie d'achat (investissements, équipements, spécialisation,...) d'une structure de vins et spiritueux ou participer à leur définition ; Analyser le marché des fournisseurs et des produits de la filière ; Élaborer ou faire évoluer les procédures de gestion des achats de la structure ; Définir et suivre les objectifs de performance des achats, analyser les résultats et identifier des axes de progrès ; Élaborer le cahier des charges type, contrat type, catalogue

de référencement ; Superviser la sélection des fournisseurs et attribuer les marchés ; Négocier les prix et les délais de livraison des produits avec les fournisseurs ; Mettre en place les modalités de suivi des fournisseurs pour proposer des axes d'évolution

- Déterminer la stratégie de vente d'une structure de vins et spiritueux ; Définir les procédures administratives de traitement des commandes de vins et spiritueux et en contrôler l'application ; Analyser les supports de suivi d'activité et proposer des axes d'évolution ; Contrôler les contrats de vente ; Établir la planification de traitement des commandes ; Organiser l'expédition des commandes ; Informer les clients sur le traitement de sa commande ; Réaliser le suivi des clients grands comptes de la structure et analyser le potentiel de clients/prospects ; Contrôler le suivi administratif de comptes clients (avoirs, escomptes, encours,...) et superviser la gestion de portefeuilles (dossiers de financement, solvabilité,...) ; Traiter des dossiers particuliers (litiges,...) ou transmettre au service concerné
- Parcours Master 2 Marketing Stratégique :
 - Concevoir et traiter une étude de marché qualitative ou quantitative en utilisant les outils statistiques et logiciels d'analyse des données tel SPSS
 - Comprendre la contribution spécifique du marketing au management stratégique de l'entreprise et concevoir un plan stratégique en marketing
 - Produire des prévisions commerciales fondées sur des méthodes d'extrapolation de tendance ou sur des modèles de corrélation ou de causalité
 - Élaborer des procédures de suivi de la consommation et de fidélisation de la clientèle
 - Mettre en place des programmes de mesure de la qualité commerciale des produits ou des services proposés au marché
 - Élaborer des programmes de «trade marketing» efficaces
 - Optimiser le marketing du point de vente (merchandising)
- Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :
 - Élaborer la stratégie de communication en ligne et hors ligne
 - Diriger la mise en place de la stratégie de communication en collaboration avec des partenaires (media, annonceurs, agence media, agence de publicité, etc)
 - Optimiser la présence de la marque sur Internet (référencement, animation de communautés, veille,...)
 - Concevoir et traiter une étude de marché qualitative ou quantitative en utilisant les outils statistiques et logiciels d'analyse des données tel SPSS
 - Produire des prévisions commerciales fondées sur des méthodes d'extrapolation de tendance ou sur des modèles de corrélation ou de causalité
 - Mettre en place des programmes de mesure de l'efficacité de la communication

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- Parcours Master 2 Commercial Business Developer :
- Entreprises commerciales et de distribution
- Entreprises industrielles (tout secteur d'activité)
- Entreprises de services
- Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :
 - Commerce spécialisé
 - Coopératives et les propriétés viti-vinicoles
- Entreprises de négoce
- Grande distribution
- Parcours Master 2 Marketing Stratégique :
 - Agences de promotion et de marketing direct
- Entreprises industrielles et/ou commerciales
- Organismes d'étude et de sondage
- Société de conseil
- Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :
 - Communication, média et multimédia
- Entreprises industrielles et/ou commerciales
- Organismes d'étude et de sondage

- Société de conseil

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Parcours Master 2 Commercial Business Developer :
- Acheteur, acheteur à l'international, acheteur industriel
- Business Developer
- Cadre import/export
- Chef de secteur
- Commercial à l'international
- Directeur commercial
- Gestionnaire de stocks
- Négociateur à l'international
- Responsable de magasins
- Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux :
- Chef de produit
- Dirigeant d'entreprise
- Directeur ou responsable commercial
- Directeur de magasin spécialisé
- Responsable achat
- Responsable zone export, responsable marketing
- Parcours Master 2 Marketing Stratégique :
- Chef de groupe
- Chef de marque
- Chef de produit
- Directeur de points de vente
- Gestionnaire de base de données
- Ingénieur commercial
- Responsable grands comptes
- Responsable relation clientèle
- Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :
- Chef de publicité
- Chef de projet
- Chef de marque
- Chef de groupe
- Directeur de clientèle en agence de communication / publicité
- Directeur commercial en agence de communication / publicité
- Chargé d'études
- Community manager
- Webmaster éditorial

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

- Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :
- Les métiers auxquels prépare ce diplôme ne sont pas des activités réglementées

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agréés 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 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 033 €

Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats · tension 5/5 (Très élevée) 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)	11 889
Jugés difficiles à recruter	30 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X82 — Professions intermédiaires commerciales des achats 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

• Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :

Le jury comprend :

• des enseignants-chercheurs, des enseignants ou des chercheurs participant à la formation, des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements.

COMPOSITION DU JURY — VAE

• Parcours Master 2 Commercial Business Developer ; * Parcours Master 2 Commerce des Vins et Spiritueux ; * Parcours Master 2 Marketing Stratégique ; * Parcours Master 2 Communication Media et Hors Media :

Le jury est composé :

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

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP19808

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

- http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41133/312592/version/1/file/2016_03_10_M1%20CBD.pdf
- http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41132/312588/version/1/file/2016_03_10_M1%20MSC.pdf
- http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41119/312536/version/1/file/2016_03_10_M1%20DPGA%20FC.pdf
- http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41136/312604/version/1/file/2016_03_10_M2%20CBD.pdf
- http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41131/312584/version/1/file/2016_03_10_M2%20CVS.pdf
- http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41134/312596/version/1/file/2016_03_10_M2%20MS%20FI.pdf
- http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41135/312600/version/1/file/2016_03_10_M2%20MS%20FC.pdf
- http://www.iae-bordeaux.fr/content/download/41137/312608/version/1/file/2016_03_10_M2%20CMHM.pdf

- <http://www.u-bordeaux.fr/colleges-et-departements/college-droit-science-politique-economie-et-gestion/iae-bordeaux>
 - <http://www.u-bordeaux.fr>
- Université de Bordeaux

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/26383/>