

Droit, Economie, Gestion - Mention Marketing, Vente

RNCP26979 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	320, 312
Formacode(s)	34054, 34024, 34022
Code(s) ROME	M1705, M1707, E1103, M1704, D1406
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Université Lille 1 Sciences et Technologies<http://www.univ-lille1.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le titulaire de la certification, parcours Marketing, Communication, Culture - IAE Lille, Université Lille 1, est un spécialiste de la communication et de l'information. A partir d'une analyse de marché (informations du terrain, études externes, internes) et en fonction des objectifs de l'entreprise, ce professionnel propose une définition du produit, de la marque, de son image et une stratégie de communication commerciale et institutionnelle. Il doit concevoir les plans d'action commerciale, les campagnes de communication publicitaires, promotionnelles, de relations publiques, digitales et de stratégies médias. Les stratégies et plans d'actions seront élaborés tant au niveau local, national qu'international.

Le titulaire de la certification, parcours Marketing Direct et Digital - IAE Lille, Université Lille 1, est un expert du marketing direct et digital. Sa connaissance des médias directs et numériques et ses compétences en communication digitale, en vente à distance et en gestion des achats et logistique lui permettent de développer les stratégies, les programmes et les contrôles et les ajustements pour les différents marchés et segments cibles d'entreprises de produits et services, y compris dans leurs développements internationaux.

Le titulaire de la certification, parcours Commerce et Relation Client - IAE Lille, Université Lille 1, est un spécialiste du marketing et de la connaissance client. Il définit une stratégie Marketing orientée client destinée à prospecter et fidéliser sa clientèle. Ces activités clés sont considérées dans le cadre des modèles économiques traditionnels et des nouveaux business models, que les canaux de commercialisation et de communication soient offline, online ou mixtes.

Le titulaire de la certification, parcours Marketing Business to Business International et Innovation - IAE Lille, Université Lille 1, est un spécialiste de l'analyse d'un marché industriel sur le plan international. Il participe à la construction d'une offre pertinente au travers d'un process innovant et commercialise cette offre sur le plan international.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le titulaire du parcours Marketing, Communication, Culture est capable :

- Conduire un projet et un plan de communication pour un produit, une marque, une entreprise, une collectivité.

Capacité de vision marketing et de construction d'une stratégie de communication.

- Gérer, organiser et coordonner les plans de développement de la communication pour assurer la promotion de l'identité et de l'image de marque de l'entreprise et de ses produits et services.
- Planifier, budgétiser tous les aspects de la communication dans les domaines commercial, technique, social, dans les situations de crise.
- Définir une stratégie commerciale en tenant compte des caractéristiques du produit (nature du produit, circuits de distribution, clientèle, concurrence...) et du budget prévu
- Veiller à la qualité et la cohérence des formes et des contenus de communication interne ou externe, au service de la stratégie choisie.
- Analyser et évaluer l'efficacité des solutions proposées.
- Appréhender la dimension interculturelle dans les échanges du monde des affaires, des entreprises et des échanges commerciaux.
- Elaborer, organiser et coordonner une campagne publicitaire.
- Gérer les nombreux contacts à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise (équipes de création, services d'achat d'espaces, clients, sous-traitants...).
- Concevoir et/ou mettre en oeuvre tout moyen, action, réseau de communication visant à faciliter les relations de l'entreprise avec son environnement.
- Déterminer une stratégie de communication en fixant les thèmes publicitaires, la teneur du message et la répartition du budget selon les différents médias.
- Mettre en place des campagnes publicitaires, de relations publiques, d'évènementiel, de communication interne (journal d'entreprise) et de communication sur internet (site web, bannières).
- Rédiger des dossiers et communiqués de presse.
- Concevoir des arborescences de sites internet.
- Concevoir et/ou appliquer le plan média en prévoyant et en organisant le passage des annonces dans les différents médias classiques (presse, affichage, radio, télévision, cinéma) et électronique (internet).
- Elaborer une stratégie média à partir des informations disponibles sur les différents supports (audience, public, prix des espaces publicitaires...).

Le titulaire du parcours Marketing direct et digital est capable :

- Déterminer les orientations stratégiques marketing et la politique marketing direct et digitale
- Mettre en oeuvre et réaliser les programmes et campagnes de marketing direct et digital ; gérer les budgets correspondants
- Proposer des plans d'action et des budgets en multicanal dans les activités de vente à distance
- Animer, coordonner et contrôler les activités de conception et de suivi du management des la relation clients
- Collecter et analyser les informations sur bases de données clients et prospects
- Créer, gérer et animer des messages, catalogues et catalogues spécialisés.
- Gérer les achats en vente à distance et la logistique des produits distribués en vente à distance/e-commerce
- Maîtriser les aspects juridiques de la vente à distance et du commerce électronique
- Gérer les achats et la logistique en marketing direct et vente à distance
- Développer les activités marketing direct et vente à distance à l'international
- Développer des messages et catalogues en marketing interactif, pour les clientèles actives ou prospectives.
- Maîtriser une langue étrangère

Le titulaire du parcours Commerce et relation client est capable :

- Gérer le portefeuille de clients et sa dynamique (suivi client, animer et rentabiliser la relation commerciale) ainsi que les relations clients de manière plus ou moins individualisée
- Gérer le capital marque et développer la qualité des relations des clients avec la marque de produit, de service ou de distribution
- Lancer et promouvoir les nouvelles offres de produits ou de services
- Mettre en place des programmes de conquête de nouveaux clients.
- Développer les programmes de fidélisation/rétention des clients
- Collecter et Analyser les données clients (acquisition des compétences techniques poussées en statistiques, base de données et Big data).
- Mener des études marketing et e-marketing de A à Z.
- Développer et intégrer la gestion des canaux de distribution
- Gérer la relation commerciale avec les grands comptes nationaux et internationaux
- Manager les réseaux commerciaux et les partenariats marketing.

- Optimiser le merchandising et le e-merchandising
- Maîtriser les techniques de gestion de projet Marketing multicanal
- Elaborer, mettre en place et mesurer l'efficacité des campagnes de communication marketing multicanal
- Maîtriser le marketing stratégique et le marketing opérationnel

Le titulaire du parcours Marketing Business to business international innovation est capable :

- Définir une stratégie marketing BtoB international.
- Construire une stratégie de lancement de nouveaux produits à l'International.
- Développer une veille concurrentielle de dimension internationale.
- Réaliser des études de marché de A à Z.
- Conduire un projet innovant (process R&D).
- Maîtriser les outils collaboratifs de gestion de projets.
- Promouvoir de nouvelles offres de produits et/ou services.
- Mettre en place des programmes d'acquisition de clients.
- Développer des programmes de fidélisation/rétention des clients.
- Négocier les achats et gérer la relation commerciale avec les grands comptes nationaux et internationaux.
- Appréhender la dimension interculturelle dans les échanges commerciaux.
- Manager les réseaux commerciaux et les partenariats marketing.
- Etablir une stratégie de communication BtoB internationale.
- Maîtriser les outils et techniques de gestion de crise en BtoB.
- Développer des stratégies de lobbying.
- Maîtriser les concepts relatifs au développement d'une stratégie de marque industrielle.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les titulaires de la certification, parcours Marketing, Communication, Culture - IAE Lille, Université Lille 1, exercent leurs fonctions dans tous les secteurs d'activité, industriel, grand public, de services ou des collectivités, utilisant la communication (agences, annonceurs), dans les entreprises françaises et multinationales.

Les titulaires de la certification, parcours Marketing Direct et Digital - IAE Lille, Université Lille 1, exercent les métiers du marketing direct et de la vente à distance chez l'annonceur (VPC, grande distribution, marques, banques-assurances, presse...), en B to B et chez les prestataires spécialisés (agences de marketing direct...)

Les titulaires de la certification, parcours Commerce et Relation Client - IAE Lille, Université Lille 1, exercent leurs fonctions dans tous les secteurs d'activité, industriel, grand public, de services ou des collectivités, utilisant le marketing (agences, annonceurs), dans les entreprises françaises et multinationales.

Les titulaires de la certification, parcours Marketing Business to Business – Innovation et International - IAE Lille, Université Lille 1, exercent leurs fonctions dans tous les secteurs industriels.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les titulaires de la certification, parcours Marketing, Communication, Culture - IAE Lille, Université Lille 1, peuvent prétendre aux emplois suivants :

- Directeur de Clientèle (E1401)
- Directeur commercial (M1707)
- Directeur de la communication, Directeur de la communication et des relations publiques (E1103)
- Responsable communication interne, responsable de la communication externe (E1103)
- Responsable plan média (E1402)
- Responsable du développement (M1707)
- Chargé d'études (E1402)
- Coordinateur international, chef de groupe international (E1401, M1705)
- Chef de produit (M1703)
- Chargé d'analyse et de développement de la communication

- Responsable marketing (M1705)

Les titulaires de la certification, parcours Marketing Direct et Digital - IAE Lille, Université Lille 1, sont :

- Membre des équipes de direction marketing (M1705)
- Responsables du commerce électronique, chef de marché e-commerce (M1707)
- Responsables de prospection et/ou fidélisation de clientèle (M1704)
- Membre des équipes marketing multicanal (web, catalogue, magasins ou réseaux commerciaux) (M1705)
- Chefs de clientèle (agences de communication intégrée ; prestataires de l'adresse/data ; de la logistique) (M1704)
- Acheteurs en Vente à distance (M1101)

Les titulaires de la certification, parcours Commerce et Relation Client - IAE Lille, Université Lille 1, exercent des métiers de la direction marketing et commerciale :

- Directeur ou Responsable marketing (M1705)
- Directeur commercial (M1707)
- Chef de projet CRM (M1704)
- Chef de marché (M1707)
- Directeur de la relation client (M1704)
- Responsable fidélisation (M1705)
- Responsable acquisition clients (M1705)
- Responsable des partenariats Marketing (M1705)
- Responsable après-vente (M1704)
- Responsable multicanal (M1705)
- Relation Commerciale Grands comptes (D1402)
- Manager de réseaux commerciaux (M1707)
- Responsable de nouveaux projets marketing (M1705)
- Manager commercial (M1707)

Les titulaires de la certification, parcours Marketing Business to Business – Innovation et International - IAE Lille, Université Lille 1, peuvent prétendre aux emplois suivants :

- Chef de projet innovant (M1402)
- Responsable développement (M1402)
- Directeur recherche-développement (M1402)
- Chef de produit (de marché, de secteur) en marketing industriel (M1703)
- Responsable marketing international (M1705)
- Directeur marketing en B2B (M1705)
- Analyste marketing international
- Ingénieur commercial grands comptes et entreprises (D1402)
- Chargé d'affaires (M1705)
- Directeur des achats (M1102)
- Acheteur BtoB (M1101)

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 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 950 €

Familles professionnelles (FAP)	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)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	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, VAE

OUI - Enseignants et professionnels

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/26979/>