

# Marketing et Vente spécialité Marketing et relation aux consommateurs

RNCP27107 · RNCP · Publiée

## L'essentiel

|                         |                                   |
|-------------------------|-----------------------------------|
| Niveau de qualification | Niveau 7                          |
| Sigle                   | MASTER — Master                   |
| Code(s) NSF             | 312, 310                          |
| Code(s) ROME            | D1406, M1705, M1707, M1701, M1704 |
| Type d'enregistrement   | Enregistrement de droit           |

## Certificateur(s)

Ministère chargé de l'enseignement supérieur

## Résumé de la certification

### OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

### ACTIVITÉS VISÉES

La spécialité Marketing et Relation aux Consommateurs du Master Marketing et Vente de l'Université de Haute Alsace vise à former des spécialistes en marketing relationnel qui sont orientés vers des métiers de gestion de la relation client en ligne et hors-ligne, de gestion des réclamations, de conseil et de communication,... Le positionnement est d'aborder la relation client à partir du point de vue du consommateur pour analyser et maîtriser les stratégies relationnelles développées au cours des interactions consommateurs - entreprises.

### COMPÉTENCES ATTESTÉES

Les diplômés de ce Master exercent leurs compétences dans la conception, la conduite et l'évaluation d'une stratégie marketing et sa mise en œuvre. Les compétences transversales de ces diplômés sont :

- analyser une situation concurrentielle,
- analyser la performance d'une gamme de produits et/ou services,
- élaborer des recommandations marketing stratégiques et opérationnelles adaptées,
- gérer l'administration des ventes (prévisions, reportings,...) et manager l'équipe de vente,
- gérer les interfaces avec la Direction Générale (stratégie), la direction financière, les équipes techniques et de R&D,...,
- développer la capacité de travail en équipe pluridisciplinaire, dans un cadre interculturel, et participer à la conduite du changement.
- maîtriser la veille informationnelle du domaine (collecte, traitement, analyse et diffusion de l'information commerciale et marketing).

Pour la spécialité Marketing et Relation aux Consommateurs, les compétences spécifiques sont :

- maîtriser les outils du marketing relationnel et de la relation client en ligne et hors-ligne,
- maîtriser un ensemble de concepts, de principes et de méthodologies permettant l'analyse approfondie des divers facteurs affectant les comportements de consommation,
- détecter les tendances du marché et effectuer des études répondant à des problématiques de marketing, en collectant et traitant des données qualitatives et/ou quantitatives,
- identifier les attentes et analyser la satisfaction du consommateur,
- prévenir et anticiper les menaces pour l'entreprise liées notamment aux questions de la réputation et de l'e-réputation, de la traçabilité et de la sécurité des produits et services,

- déterminer les nouvelles opportunités d'adaptation et de développement des biens et des services au travers de la remontée d'informations via les consommateurs.

## Secteur d'activité et type d'emploi

### SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les professionnels titulaires du Master Marketing et Vente, spécialité Marketing et Relation aux Consommateurs travaillent en entreprise ainsi que dans les agences ou les sociétés de conseil, et ce dans la plupart des secteurs de l'industrie et des services.

### TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les emplois accessibles pour la spécialité sont (liste non exhaustive) :

- chargé d'études marketing,
- chef de produit,
- responsable qualité client,
- animation des services consommateurs
- responsable service client
- responsable marketing direct,
- responsable du marketing interactif
- responsable de la communication online.
- responsable marketing, directeur marketing, consultant en marketing
- responsable d'association de consommateurs.

### 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).

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tension de recrutement (DARES 2024)</b> | Faible (2/5)<br>Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.                                                                                                                                                                             |
| <b>Facteurs principaux</b>                 | Manque de main-d'œuvre disponible                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Salaire médian (mensuel)</b>            | 3 113 €                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Familles professionnelles (FAP)</b>     | R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée)<br>R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée)<br>R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) |
| <b>Projets de recrutement (BMO 2026)</b>   | 11 462                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Jugés difficiles à recruter</b>         | 31 %                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Emplois saisonniers</b>                 | 6 %                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Familles professionnelles (FAP)</b>     | R1X68 — Employés des services commerciaux<br>R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)<br>R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique                                                                        |

## Voies d'accès

### MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Candidature individuelle, VAE

#### PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

#### COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Enseignants de l'université et professionnels

#### COMPOSITION DU JURY — VAE

Enseignants de l'université et professionnels selon les modalités définies par l'UHA

## Pour plus d'informations

#### LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Enquêtes de l'Observatoire Régional (ORESIPÉ)

Site de l'Université de Haute Alsace

Site de la Faculté de Marketing et d'Agrosciences

#### Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/27107/>