

Sciences des organisations, mention Marketing et stratégie, parcours Chef de produits et études marketing. Diplôme de Grand Etablissement (DGE).

RNCP27428 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DGE_GM — Diplôme de grand établissement grade master
Code(s) NSF	312n, 312, 310
Code(s) ROME	M1705, M1703, M1403
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

Les titulaires du master sont chefs de produit (chez les fabricants et les distributeurs) ou chargés d'études (dans les instituts, chez l'annonceur, dans les médias).

Le chef de produit est responsable du développement d'un produit ou d'une gamme de produits, depuis sa conception, jusqu'à sa commercialisation ; il doit l'adapter en permanence à l'évolution du marché. Il a pour mission :

Le chargé d'études marketing conçoit et réalise des études, avec pour objectif d'éclairer les décisions en matière de stratégie marketing. Ses études, se fondant sur la connaissance du marché, permettent l'élaboration et l'évaluation d'une stratégie marketing.

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 méthodes et outils informatiques et de communication usuels.

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
- Développer son réseau professionnel

Compétences métier :

Chef de produit :

- recueillir en flux continu toutes les informations se rapportant directement ou indirectement au produit (concurrence, évolution du marché, des comportements des consommateurs, des circuits de distribution...)
- proposer des axes de développement
- concevoir / faire évoluer le produit en collaboration avec les services fabrication et commercial, en assurant l'ajustement en termes de prix, d'image, de valeur ajoutée
- définir la stratégie de communication la plus adaptée
- concevoir les outils d'aide à la vente
- assurer les relations avec les fournisseurs (agences de publicité...)
- coordonner les partenaires : logistique, approvisionnement, design, agence de communication...
- accompagner la force de vente afin d'assurer la promotion du produit (élaboration d'argumentaires, formation...)
- analyser les résultats d'actions de lancement ou de développement d'un produit, de suivre les ventes
- contrôler et optimiser le budget

Chargé d'études marketing :

- collecter les besoins des équipes marketing et commerciale
- définir les moyens et méthodologie adéquats : études qualitatives ou quantitatives, sources documentaires, veille concurrentielle, appel à des prestataires...
- piloter les relations avec les services, prestataires ou partenaires permettant d'obtenir des informations quantitatives ou qualitatives
 - effectuer des études qualitatives (création de guides d'entretien, réunions consommateurs...)
- effectuer des enquêtes quantitatives (conception de questionnaires, encadrement des enquêteurs...)
- analyser, manipuler les données afin de faire émerger des informations lisibles et pertinentes
- synthétiser et formaliser les résultats
- établir des prévisions, des évaluations, des préconisations en matière de politique de produit et/ou service, prix, distribution, promotion et communication.
- présenter le reporting auprès des directions concernées.

Compétences opérationnelles :

- Solides connaissances du mix-marketing (prix, produit, promotion, distribution) et des outils statistiques.
- Maîtrise de la totalité de la démarche marketing, tant au niveau du marketing-développement qu'au niveau du marketing opérationnel.
- Maîtrise des outils informatiques spécifiques liés aux bases de données, logiciels de traitement statistiques, présentation des résultats.
- Capacité à interpréter et analyser les informations qualitatives et quantitatives des études marketing (panels, études ad hoc) et des bases de données clients.
- Maîtrise du logiciel intégré de statistique et de bases de données SAS

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Entreprises produisant des biens ou des services de grande consommation, grande distribution
Cabinets de conseil en marketing ou en communication

- Les métiers du marketing, ouverts à l'international : Chef de produit (opérationnel et développement), Responsable e-marketing, Promotion manager, Price manager.
- Les métiers des études marketing : Chargé d'études, Conseil marketing, Analyste marketing,
- Consultant

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 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 067 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · 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)	13 733
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques L5X93 — Chargés d'études socio-économiques 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, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Jury composé d'universitaires et de professionnels enseignant dans le programme

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE

oui

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

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/27428/>