

Marketing, vente

RNCP28101 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	320, 312
Code(s) ROME	M1705, M1707, D1406, M1704, M1703
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Université de Caen Normandie

<http://www.unicaen.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Cette formation a pour objectif de répondre aux besoins des organismes recherchant des cadres spécialisés dans le domaine marketing, digital, commercial, et distribution formés pour être capable de mettre en œuvre une stratégie marketing, digitale, social-média, commerciale et d'encadrer des équipes de vente. Les étudiants acquièrent une connaissance approfondie de toutes les facettes du marketing : de l'élaboration de la stratégie à la promotion des ventes, en passant par la maîtrise des enjeux du marketing digital, des stratégies « social média » et de la distribution.

A l'issue de cette formation, les étudiants sont donc en mesure de :

- Maîtriser les enjeux du marketing digital et social media
- Élaborer une stratégie et un plan marketing,
- Diagnostiquer et analyser l'environnement,
- Réaliser des études de marché et prévoir la demande,
- Développer la politique marketing d'un producteur, d'une entreprise de services ou d'un distributeur,
- Comprendre les comportements des consommateurs,
- Segmenter les marchés et choisir les cibles,
- Élaborer le positionnement,
- Définir la stratégie produit,
- Concevoir et développer une stratégie de services en intégrant les enjeux de « l'expérience client »
- Choisir et animer les circuits de distribution et maîtriser le « retailing mix » et les enjeux du cross canal
- Manager et piloter une force de vente,
- Construire une stratégie de communication,
- Maîtriser les évolutions des nouvelles tendances de consommation

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le Master Marketing, vente vise à former des professionnels capables de :

- Promouvoir dans l'entreprise l'état d'esprit marketing
- Identifier les leviers de croissance sur des marchés très concurrentiels
- Concevoir et développer une stratégie marketing
- Comprendre et maîtriser les enjeux relatifs à la décision marketing dans un contexte de big data
- Mettre en œuvre une stratégie social média au travers de la maîtrise des leviers du digital : web, media sociaux, mobile

- Développer un mix efficace pour un fabricant, une entreprise de services ou un distributeur
- Encadrer des équipes marketing

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les secteurs d'activité représentant les débouchés principaux des diplômés sont :

- La grande distribution
- Les entreprises du secteur agro-alimentaire
- L'Industrie manufacturière
- L'Immobilier
- Les Services aux entreprises
- La banque et l'assurance
- Les agences marketing et communication
- Les organismes publics (villes, offices de tourisme, comité départemental...)
- Les organismes de formation

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Responsable marketing
- Responsable commercial
- Chef des ventes
- Responsable export
- Chef de secteur
- Chef des ventes
- Chef de groupe marketing
- Chef de produit
- Assistant chef de produit
- Category Manager
- Consultant marketing
- Responsable marketing et communication
- Responsable communication
- Chef de projet marketing
- Assistant chef de projet marketing
- Brand Manager,
- Chef de Projet Innovation
- Chargé d'études marketing
- Consumer Insight Manager
- Responsable e-commerce
- Chef de Projet Webmarketing
- Traffic Manager
- Responsable de l'affiliation
- Responsable e-CRM
- Chef de Projet Marketing Digital,
- Community Manager

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 2 à 3 sur 5.

Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 113 €
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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	11 462
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
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

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, CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Enseignants du Master : enseignants chercheurs, enseignants vacataires

COMPOSITION DU JURY — VAE

Commission de validation des acquis présidée par un Professeur des Universités et composée de 50% de professionnels

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP6386

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

www.iae.unicaen.fr

www.iae-france.fr

Site UNICAEN

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/28101/>