

# Mention Marketing, Vente

RNCP28487 · RNCP · Publiée

## L'essentiel

|                         |                            |
|-------------------------|----------------------------|
| Niveau de qualification | Niveau 7                   |
| Sigle                   | MASTER — Master            |
| Code(s) NSF             | 312                        |
| Code(s) ROME            | M1705, M1703, E1401, M1707 |
| Type d'enregistrement   | Enregistrement de droit    |

## Certificateur(s)

**Université Panthéon Sorbonne - Paris 1**

<http://www.formationpermanente.univ-paris1.fr>

## Résumé de la certification

### OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

### ACTIVITÉS VISÉES

La mention Marketing, Vente propose 4 parcours :

Marketing et pratiques commerciales (Ap - FC) IAE de Paris

Management de la marque et communication (Ap) IAE de Paris

Marketing et communication de la santé (FC) IAE de Paris

Stratégie commerciale et politique de négociation (SCPN)

- Parcours Marketing et pratiques commerciales (Ap - FC) IAE de Paris

Les étudiants sont aptes à :

Réaliser des études de marchés,

Elaborer des stratégies marketing, des politiques de produit,

Définir les politiques tarifaires

Travailler dans le marketing opérationnel, le marketing digital, la communication média et hors média

Gérer des équipes commerciales, la relation client, le big data, les comptes clés.

Sélectionner des canaux de distribution,

Développer des marchés,

Piloter des business unit

- Parcours Management de la marque et communication (Ap) IAE de Paris

Les étudiants sont aptes à :

Gérer la réputation, l'image et la notoriété de marques commerciales, employeur ou corporate,

Réaliser et analyser les études de marques de type brand tracking

Gérer la communication digitale des marques sur tous les supports (medias, internet, mobile, réseaux sociaux)

Concevoir des storytelling et de la création de contenu,

Piloter des stratégies de développement des marques,

Participer à la protection juridique et à l'évaluation financière des marques.

- Parcours Marketing et communication de la santé (FC) IAE de Paris

Les étudiants sont aptes à :

Manager des organisations, et des établissements santé,

Évoluer dans le marketing, le marketing digital, la communication, les relations publiques, la communication digitale, medical affairs, disease management,

Participer à la gestion de réputation, aux politiques de promotion de la santé et e-santé, aux parcours patients, au

développement des ventes,

Développer l'entrepreneuriat en santé

Gérer la relation client, le market access, le business development

- Parcours Stratégie commerciale et politique de négociation (SCPN)

Les étudiants sont aptes à :

Concevoir et mettre en œuvre une stratégie marketing

Collaborer à la conception de nouveaux procédés ou techniques de vente et de négociation

Réaliser des études de marché pour identifier les territoires possibles de distribution, d'implantation et d'exploitation commerciale

Collaborer à l'élaboration et la mise en œuvre de la négociation stratégique au niveau international et européen en tenant compte de l'environnement politique et commercial

Appliquer et faire respecter la législation relative à la vente et à la distribution lors de négociation et d'échange commerciaux

Identifier et utiliser les canaux de distribution efficaces

Exploiter des fichiers de consommateurs pour vendre (via les techniques de l'information, l'enquête, la promotion, la publicité ou encore la vente à distance)

Gérer la force de vente de l'entreprise (prospection, vente, communication d'informations économiques, techniques)

#### COMPÉTENCES ATTESTÉES

Capacités attestées

- Parcours Marketing et pratiques commerciales (Ap - FC) IAE de Paris

Les étudiants sont capables de :

Maîtrise des connaissances et pratiques requises dans le domaine du marketing ou de la vente

Acquisition des compétences clés nécessaires dans les métiers de l'ingénierie, l'informatique, la gestion, le marketing et le commercial

Développement des compétences créatrices de valeur pour évoluer dans les milieux de l'analyse stratégique, le management d'équipe, l'esprit d'innovation, la négociation, la communication personnelle et interpersonnelle, l'analyse de données, les études de marché

Maîtrise des outils inhérents à la digitalisation des activités et au développement du big data.

- Parcours Management de la marque et communication (Ap) IAE de Paris

Les étudiants sont capables de :

Acquisition des compétences nécessaires à l'exercice des fonctions liées à la création et au développement des marques soit dans les services marketing ou communication interne et externe des entreprises, soit en agence conseil en communication ou en institut d'étude;

Maîtrise des principaux outils d'évaluation de la performance des marques, d'un point de vue marketing (collecte et analyse des données liées à l'image et à la réputation), comptable et financier (méthodes d'évaluation financière des marques), et juridique (dépôt et protection des marques)

Développement des compétences liées à la création de contenu: méthodes créatives et de narration, principes du storytelling et de la production de contenus éditoriaux,

Maîtrise des outils et des stratégies de communication multicanal: définition des cibles, construction du mediaplanning, suivi de l'audience

Développement des compétences comportementales: la conduite de projet, les relations interpersonnelles, la gestion des conflits, la conduite du changement, le leadership

- Parcours Marketing et communication de la santé (FC) IAE de Paris

Les étudiants sont capables de :

Acquisition des compétences en analyse stratégique, études de marché, management de projets, management des talents

Développement des compétences en management d'équipe, management de la complexité, conduite du changement, leadership, agilité, esprit d'initiative

Connaissances en responsabilité sociétale et environnementale, création de valeur et communication personnelle

Maîtrise des études de marché et du marketing stratégique et opérationnel

Capacité à la négociation et à la création de valeur

- Parcours Stratégie commerciale et politique de négociation (SCPN)

Les étudiants sont capables de :

Elaborer une stratégie d'achat  
Maîtriser et appliquer les techniques de négociation commerciale  
Assurer la veille sur l'évolution (nationale et internationale) législative, réglementaire, jurisprudentielle en matière de vente et distribution

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS  
Ce professionnel travaille en entreprise, en instituts d'études, en tant que consultants ainsi que dans des services publics.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES  
Consultant en marketing, responsable de la recherche marketing en entreprise, enseignant chercheur à l'Université et en écoles de commerce, chargé d'études qualitatives, chargé d'études quantitatives, chef de produit, responsable de point de vente, responsable communication, chef de secteur (en hypermarché), de directeur de magasin (en supermarchés ou en magasins spécialisés), de merchandisers, d'acheteurs, de directeur régional d'une enseigne , chef de marque, chef de publicité, responsable communication, chargé d'études marque, chef de produit, chef de marque, chef de marché, chargé d'étude web, community manager chef de publicité, attaché commercial, responsable d'enseigne, ingénieur commercial, responsable commercial, directeur commercial adjoint, chef d'agence, directeur des ventes, directeur de clientèle, chef de groupe, category manager, directeur de magasin, chef de marchés, directeur Marketing d'une marque santé, Responsable de la communication santé, Chef de projet e-santé, Community Manager dans le web santé, rédacteur concepteur santé , expert auprès des pouvoirs publics (HAS, ANSES, ANSM, UE...) , Médecin, Pharmacien produit dans les industries de santé

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)<br>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)<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)<br>U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible)<br>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<br>R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)<br>R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique<br>U0X80 — Assistants de la communication<br>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

Jury d'admission formé d'enseignants-chercheurs et intervenants professionnels

### COMPOSITION DU JURY — VAE

Jury de VAE formé d'enseignants-chercheurs et intervenants professionnels

## Liens avec d'autres certifications

### ANCIENNES VERSIONS

RNCP19530

## Pour plus d'informations

### LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

### Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/28487/>