

Marketing, Vente

RNCP28841 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	310, 314
Code(s) ROME	M1705, M1704, E1103, M1707, M1702
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Université Jean Moulin - Lyon 3

<http://www.univ-lyon3.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Les diplômés du Master Marketing Vente peuvent prendre en charge les activités suivantes :

- la veille et l'analyse du comportement d'achat du client, de la concurrence, de l'environnement
- l'élaboration d'un plan d'études
- la réalisation de campagnes de marketing direct, de campagnes promotionnelles, l'organisation d'événements, la gestion de communautés, la conception de supports de communication
- l'élaboration d'argumentaires, la création d'outils commerciaux, la prospection et la fidélisation clients
- la négociation et le management de la relation avec les partenaires externes de la communication et avec les autres services internes de l'entreprise
- l'élaboration d'indicateurs, le suivi et l'analyse de la performance des actions de communication et des ventes, le pilotage de la satisfaction client
- l'étude approfondie des caractéristiques des marchés industriels complexes et/ou internationaux
- la prospection de nouveaux clients en collaboration avec les ingénieurs commerciaux
- la contribution au démarrage et au déroulement d'une réponse à un appel d'offre
- la gestion d'un portefeuille client (analyse de l'environnement, plan d'action marketing)
- la sélection et l'aide à la gestion des grands comptes
- le suivi d'affaires depuis la mise en place d'un contrat jusqu'à la mise en production

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Le diplômé du Master marketing vente dispose des capacités suivantes :

1 - compétences relationnelles :

- Identifier les interlocuteurs professionnels pertinents
- Communiquer efficacement et convaincre les collègues, les partenaires et les clients
- Travailler en équipe et en mode projet

2 - compétences organisationnelles :

- Hiérarchiser les priorités et planifier ses actions sur l'année pour mener un projet à bien
- Elaborer un reporting et présenter des résultats de façon claire, concise et convaincante
- Réagir et mettre en œuvre des actions correctives

3 - compétences techniques :

- Caractériser l'identité de l'entreprise, spécifier les comportements responsables à adopter et les signifier aux parties prenantes
- Concevoir un processus et des outils de veille et d'analyse des bonnes pratiques
- Savoir déterminer les segments attractifs en accord avec les atouts de l'entreprise, différencier et positionner l'offre
- Mener un processus d'innovation en lien avec les services internes et accompagner l'innovation sur le marché
- Présenter un plan opérationnel avec un design, une marque, un packaging, une politique de prix, des circuits de distribution en cohérence avec la stratégie
- Définir un niveau de qualité, concevoir et faire respecter des processus de réalisation des services
- Proposer des modes de relation et des partenariats distincts des petits comptes aux grands comptes et mettre en œuvre les outils de la fidélisation
- Savoir mobiliser les énergies et conduire l'équipe autour d'un projet commun
- Pouvoir élaborer des tableaux de bord et monitorer la performance globale en lien avec les objectifs fournis par la hiérarchie

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Toutes les entreprises (PME, ETI, GE) ou associations ou collectivités

- commercialisant des produits et/ou services
- pour différents types de relations : B to B, B to C...
- dans des secteurs d'activité variés : énergie, médical, conseil, agroalimentaire, banque, négoce, communication, domotique ...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

1. Pour le parcours Marketing des services et expérience client :

Responsable du développement ;

Responsable clientèle ;

Responsable de la relation client ;

Responsable marketing ;

Responsable de communication ;

Responsable de secteur ;

Chargé d'études, Chargé d'affaires ;

Directeur d'agence ;

Responsable marketing et communication ;

Consultant ;

Responsable commercial.

Nouveaux métiers : community manager, manager de l'expérience client, e-merchandiser

2. Pour le parcours Marketing et commercialisation des produits de grande consommation :

Chef de rayon dans la grande distribution ;

Merchandiseur ;

Chef de marché chez le fabricant ;

Category manager ;

Trade marketer ;

Chef de produit.

3. Pour le parcours Marketing et vente en Business to Business (B2B) :

Chargé d'affaires,

Chef de secteur,

Chargé de clientèle,
Ingénieur d'affaires,
Responsable grands comptes,
Chargé de développement de marchés internationaux,
Chef de produit,
Chef des ventes,
Chef d'agence,
Responsable marketing et vente,
Business Manager.

4. Pour le parcours Vente et Management Commercial : responsable de secteur,
ingénieur commercial ou technico-commercial,
business manager, ...

5. Pour le parcours Marketing stratégique et opérationnel :
Chef de produit,
chargé de communication,
chargé d'études,
chargé de développement,
responsable service clients,
responsable comptes clefs,
chef de projet marketing,
directeur d'agence,
animateur de marché,
consultant...

6. Pour le parcours Marketing connecté et communication digitale :
Maître d'oeuvre PMO en marketing digital,
Maître d'ouvrage ou pilote de projet en marketing digital,
Community manager,
Concepteur et chef de projet E-Business,
Analyste de données marketing et vente,
Concepteur de points de vente multi-canal,
Responsable du marketing digital.

7. Pour le parcours Management et Direction Commerciale (en formation continue uniquement) :
Chef des ventes,
Responsable grands comptes,
Directeur régional des ventes,
Directeur des ventes,
Directeur commercial, ...

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, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Leur composition comprend :

- une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation
- des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements.
- des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Leur composition comprend :

- une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation
- des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements.
- des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé :

- d'une majorité d'enseignants-chercheurs
- de personnes ayant une activité principale autre que l'enseignement et compétentes pour apprécier la nature des acquis, notamment professionnels, dont la validation est sollicitée.

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

iaelyon Offre de formation

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/28841/>