# Domaine Droit, économie, gestion Mention Management public Parcours type Attractivité et nouveau marketing territorial

RNCP31586 · RNCP · Publiée

## L'essentiel

| | |
|---|---|
| **Niveau de qualification** | Niveau 7 |
| **Sigle** | MASTER — Master |
| **Code(s) NSF** | 310m, 321, 320 |
| **Code(s) ROME** | M1403, M1705, E1103 |
| **Type d'enregistrement** | Enregistrement de droit |
| **Date d'échéance** | 31/10/2019 |

## Certificateur(s)

**Université d'Aix Marseille (AMU)**
http://www.univ-amu.fr

## Résumé de la certification

### OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

### ACTIVITÉS VISÉES

A l'issue du master, les diplômés assureront des fonctions de pilotage, de management et de gestion des activités liées au marketing et / ou à la communication dans le secteur public ou des institutions non marchandes telles que les associations, les organisations professionnelles, les structures culturelles, etc… Ils pourront également exercer dans des agences de conseil en communication et en marketing intervenant dans ce secteur et dont les clients sont des administrations publiques ou des institutions non marchandes. Ils interviendront à la fois en tant que spécialistes du secteur public et professionnels du marketing et de la communication.
Les diplômés interviendront dans les activités en lien avec :

- les métiers de la communication et du marketing,
- les métiers de la relation avec les publics (client/usager),
- les métiers des relations publiques.

Ce master a donc pour objectif de compléter un cursus en droit, économie, gestion par une formation spécifique en marketing et communication appliquée au secteur non marchand. Les enseignements doivent, dès lors, permettre aux étudiants d'acquérir une culture gestionnaire dans le domaine du marketing et de la communication des institutions non marchandes, mais aussi d'approfondir certains thèmes spécifiques, problématiques sectorielles ou techniques professionnelles.

### COMPÉTENCES ATTESTÉES

Compétences ou capacités évaluées
A l'issue de la formation, les compétences détenues par le diplômé sont les suivantes :
1) s'approprier un environnement professionnel en développant une connaissance et une compréhension des approches marketing, sociologiques et psychologiques du comportement du citoyen et du consommateur ;
2) adapter la stratégie marketing et la communication en fonction des spécificités sectorielles du projet (culture, environnement, santé, collectivités territoriales), des publics visés et de leurs besoins identifiés ;
3) superviser des actions de marketing/communication de leur conception à leur évaluation en respectant les principes de base de la réglementation et du cadre juridique, en élaborant un budget de communication/marketing et

en assurant son suivi ;
4) identifier les sources d'information internes et externes à exploiter, les synthétiser et les diffuser auprès des différents publics ;
5) mobiliser et décliner les outils de la communication publique à partir d'une stratégie marketing et /ou de communication en utilisant les techniques et supports adéquats (expression écrite et orale, outils de PAO),
6) créer une campagne média (de sa conception à son évaluation) sur la base d'un brief avec le monde de l'agence au travers de la manipulation des outils de la stratégie média, du média planning et de la création publicitaire ;
7) travailler en équipe et en mode projet en développant l'écoute, l'empathie et l'ouverture ;
8) mener à terme une mission professionnelle en développant notamment une pratique réflexive tout en disposant d'une prise de recul.

## Secteur d'activité et type d'emploi

### SECTEURS D'ACTIVITÉS

Ce professionnel travaille :
- dans le secteur public : administrations centrales et déconcentrées, collectivités territoriales, agences du secteur public ;
- dans le secteur non marchand : associations, organisations professionnelles, organismes consulaires et dans des agences de conseil en marketing/communication.

### TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Ce professionnel peut prétendre aux emplois suivants auprès des administrations ou des institutions non marchandes :
- responsable/directeur de la communication,
- chargé de communication,
- chargé de projet / chef de projet,
- chargé de relations publiques,
- chargé de publication,
- community manager,
- chargé de mission.

En agence :
- chef de projet,
- chargé d'études,
- consultant,
- business developper.

### 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 4 sur 5. |
| **Facteurs principaux** | Manque de main-d'œuvre disponible |
| **Salaire médian (mensuel)** | 2 975 € |

| | |
|---|---|
| **Familles professionnelles (FAP)** | L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée)<br>L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · 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)** | 16 726 |
| **Jugés difficiles à recruter** | 27 % |
| **Emplois saisonniers** | 10 % |
| **Familles professionnelles (FAP)** | L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques<br>L5X93 — Chargés d'études socio-économiques<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, 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**

Personnes ayant contribué aux enseignements (Loi n° 84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)

**COMPOSITION DU JURY — VAE**

Jury composé d'enseignants et de professionnels conformément aux textes.

## Base légale

| | |
|---|---|
| **Date d'échéance de l'enregistrement** | 31/10/2019 |

## Pour plus d'informations

**LIEN VERS LE DESCRIPTIF**

http://impgt.univ-amu.fr/
https://formations.univ-amu.fr/ME5CMP-PRCMP5AG.html
http://impgt.univ-amu.fr/enquetes-linsertion
http://www.univ-amu.fr/

**Fiche officielle (France Compétences)**

https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/31586/