

Marketing & Stratégie

RNCP34551 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	Grade_Master — Diplôme conférant le grade de Master
Code(s) NSF	310, 312, 315n
Formacode(s)	34260, 34052
Code(s) ROME	E1401, M1703, M1705, M1707, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2024

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

UNIVERSITE PARIS DAUPHINE · SIRET : 19754692200018

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Master Marketing & Stratégie certifie des cadres de haut niveau en marketing et stratégie (experts métiers ou généralistes), dans un environnement international et des organisations complexes, à l'heure des transformations profondes opérées par le digital.

Bâtir une stratégie marketing, élaborer un plan marketing efficient puis mettre en œuvre et piloter le plan d'action décidé en s'appuyant sur des données et informations pertinentes. Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société.

ACTIVITÉS VISÉES

- Bâtir une stratégie marketing
- Elaborer un plan marketing efficient
- Mettre en œuvre et piloter le plan d'action décidé en s'appuyant sur des données et informations pertinentes
- Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société
- Contribuer aux processus transverses de l'entreprise dans une approche « global marketing »
- Mettre en place un projet de marketing digital dans une organisation
- Analyser l'environnement commercial de l'entreprise
- Manager, animer et encadrer les équipes marketing
- Exercer une veille concurrentielle
- Gérer la communication des marques et de l'entreprise

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Maîtriser la vision d'ensemble des techniques d'études de marché qualitatives et quantitatives
- Maîtriser les principes du recueil de données comportementales sur le Web
- Maîtriser la recherche documentaire et de veille sur un marché, détecter les tendances et réaliser des benchmarks
- Définir un plan d'étude adapté aux problématiques marketing rencontrées
- Piloter un projet d'étude externalisé auprès d'un prestataire / institut d'études dans un budget donné
- Maîtriser des logiciels d'analyse de données (ex. Excel, SPSS, Tableau, Power BI...) et selon parcours SAS, Python, AMOS, Alceste, ...)
- Elaborer un diagnostic du marché et de ses acteurs
- Mener une démarche de segmentation et de ciblage, puis positionner une offre B2B et B2C

- Identifier et proposer des axes de développement et des opportunités de croissance
- Concevoir / faire évoluer l'offre produit / services en collaboration avec les différents services de l'entreprise (production / opérations, juridique, commercial, logistique...)
- Définir une stratégie prix adaptée
- Identifier les ressorts du comportement des consommateurs et les analyser
- Penser le marché de manière alternative et faciliter l'innovation de valeur
- Définir la stratégie de distribution optimale pour le produit / service (distribution omnicanale)
- Définir une stratégie d'acquisition et de fidélisation des clients en mobilisant les outils adaptés (Base de données, CRM...)
- Bâtir un plan marketing efficace articulant les points de contact stratégiques pour la marque / l'entreprise (point de vente et canaux de communication digitaux ou physiques, media et hors media)
- Comprendre le contexte juridique dans lequel s'inscrivent les actions marketing
- Identifier et suivre des indicateurs de performance adaptés et réalistes
- Gérer des projets en planifiant les tâches dans le temps imparti et en coordonnant les acteurs de l'équipe
- Coordonner des partenaires externes et internes (agences de publicité et digital, agences de design, agences media, instituts d'étude)
- Exposer des recommandations avec impact à l'oral
- Communiquer dans une langue étrangère, notamment en anglais
- Maîtriser les méthodes et outils informatiques et de communication usuels
- Travailler en autonomie et en équipe, s'adapter à différents contextes socio-professionnels
- Mobiliser des nouveaux cadres conceptuels issus de la littérature académique pour approfondir la compréhension des marchés
- Maîtriser l'environnement dans lequel les organisations non marchandes évoluent ainsi que leurs enjeux et définir la stratégie marketing d'une organisation non marchande
- Exercer un œil critique sur le marketing commercial relativement au marketing non marchand ainsi que sur les externalités négatives du marché
- Identifier les ressorts de mouvements alternatifs à la consommation (anti-consommation, simplicité volontaire, sobriété)
- Développer une analyse critique des organisations, du management, du marketing et de la consommation
- Comprendre les enjeux liés à l'éthique des affaires et à la responsabilité sociale des marchés et des organisations.
- Appréhender l'histoire du marketing
- Etudier les interactions entre art et entreprise, pour apprécier comment le contexte artistique amène à repenser le management, et comment la managérialisation des mondes de l'art transforme ceux-ci.

Blocs de compétences

RNCP34551BC01 — Maîtrise des processus de collecte, d'analyse et de structuration des données utiles au marketing et à la stratégie (données marché, environnement macro-économique, consommateur et client, performances de l'entreprise)

LISTE DE COMPÉTENCES

Maîtriser la vision d'ensemble des techniques d'études de marché qualitatives et quantitatives

Maîtriser les principes du recueil de données comportementales sur le Web

Maîtriser la recherche documentaire et de veille sur un marché, détecter les tendances et réaliser des benchmarks

Définir un plan d'étude adapté aux problématiques marketing rencontrées

Piloter un projet d'étude externalisé auprès d'un prestataire / institut d'études dans un budget donné

Maîtriser des logiciels d'analyse de données (ex. Excel, SPSS, Tableau, Power BI...) et selon parcours SAS, Python, AMOS, Alceste, ...)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen oral, et/ou examen écrit, et / ou projet, et/ou mémoire, et / ou contrôle continu

RNCP34551BC02 — Élaboration d'un diagnostic stratégique du marché et de ses acteurs et construire une offre différenciante et créatrice de valeur

LISTE DE COMPÉTENCES

Elaborer un diagnostic du marché et de ses acteurs

Mener une démarche de segmentation et de ciblage, puis positionner une offre B2B et B2C

Identifier et proposer des axes de développement et des opportunités de croissance
Concevoir / faire évoluer l'offre produit / services en collaboration avec les différents services de l'entreprise (production / opérations, juridique, commercial, logistique...)
Définir une stratégie prix adaptée
Identifier les ressorts du comportement des consommateurs et les analyser
Penser le marché de manière alternative et faciliter l'innovation de valeur

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen oral, et/ou examen écrit, et / ou projet, et/ou mémoire, et / ou contrôle continu

RNCP34551BC03 — Construction d'une stratégie marketing opérationnel pour toucher efficacement ses cibles via des points de contacts adaptés : circuits de distribution, outils de communication et de relation client...

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir la stratégie de distribution optimale pour le produit / service (distribution omnicanale)
Définir une stratégie d'acquisition et de fidélisation des clients en mobilisant les outils adaptés (Base de données, CRM...)
Bâtir un plan marketing efficace articulant les points de contact stratégiques pour la marque / l'entreprise (point de vente et canaux de communication digitaux ou physiques, media et hors media)
Comprendre le contexte juridique dans lequel s'inscrivent les actions marketing

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen oral, et/ou examen écrit, et / ou projet, et/ou mémoire, et / ou contrôle continu

RNCP34551BC04 — Pilotage, coordination de la mise en œuvre des plans d'action

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier et suivre des indicateurs de performance adaptés et réalistes
Gérer des projets en planifiant les tâches dans le temps imparti et en coordonnant les acteurs de l'équipe
Coordonner des partenaires externes et internes (agences de publicité et digital, agences de design, agences media, instituts d'étude)
Exposer des recommandations avec impact à l'oral
Communiquer dans une langue étrangère, notamment en anglais
Maîtriser les méthodes et outils informatiques et de communication usuels
Travailler en autonomie et en équipe, s'adapter à différents contextes socio-professionnels

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen oral, et/ou examen écrit, et / ou projet, et/ou mémoire, et / ou contrôle continu

RNCP34551BC05 — Analyse de manière critique la place et les évolutions du marketing et de la stratégie dans les organisations / dans la société

LISTE DE COMPÉTENCES

Mobiliser des nouveaux cadres conceptuels issus de la littérature académique pour approfondir la compréhension des marchés
Maîtriser l'environnement dans lequel les organisations non marchandes évoluent ainsi que leurs enjeux et définir la stratégie marketing d'une organisation non marchande
Exercer un œil critique sur le marketing commercial relativement au marketing non marchand ainsi que sur les externalités négatives du marché
Identifier les ressorts de mouvements alternatifs à la consommation (anti-consommation, simplicité volontaire, sobriété)
Développer une analyse critique des organisations, du management, du marketing et de la consommation
Comprendre les enjeux liés à l'éthique des affaires et à la responsabilité sociale des marchés et des organisations.
Appréhender l'histoire du marketing
Etudier les interactions entre art et entreprise, pour apprécier comment le contexte artistique amène à repenser le management, et comment la managérialisation des mondes de l'art transforme ceux-ci.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen oral, et/ou examen écrit, et / ou projet, et/ou mémoire, et / ou contrôle continu

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Tout type d'entreprise

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Chef de projet, produit, secteur, publicité
Chargé d'études, de communication et e-communication
Trafic manager
Responsable marketing et digital
Directeur commercial
Cadre dans la distribution
Responsable export
Responsable merchandising
Category manager

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, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

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

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	9 618 €
Selon la branche	6 500 € – 9 965 €
Prise en charge	Branches concernées
9 618 €	Valeur par défaut · 185 branches
9 965 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEFP ICGV entreprises de la viande, CPNEFP Transformation Laitière, CPNEFP de la branche des industries de produits alimentaires élaborés
9 635 €	CPNEFP Commerce à distance, CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet, CPNEFP des commerces de gros
9 924 €	CPNEFP Import-Export, CPNEFP de la branche des prestataires de services du secteur tertiaire
9 000 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNEF branche retraite complémentaire et prévoyance
8 668 €	CPNEFP des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager, CPNEFP du Négoce de l'ameublement
9 905 €	CPNEFP de la branche de la promotion immobilière
9 700 €	CPNE des Télécoms
9 600 €	CPNEF de l'audiovisuel
9 535 €	CPNEF de la Publicité
9 279 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 900 €	CPNE FP Commerce de Détail de l'Horlogerie Bijouterie
8 500 €	CPNE Branche Caoutchouc
8 118 €	CPNEFP de la branche commerce de détail de l'habillement et articles textiles
8 100 €	CPNE Banque
8 000 €	CPNE chimie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie
6 500 €	CPNE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/08/2024
--	-------------------

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP20962, RNCP20957, RNCP27428, RNCP27430, RNCP20960

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP39074

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
dauphine.psl.eu

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34551/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	7 042 €
Coût moyen par dossier	3 521 €
Durée moyenne	696 h
Période	11/2020 – 06/2021
France compétences	70 %
Reste à charge titulaire	30 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.