

Marketing et Stratégie

RNCP39074 · 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)	34052, 34260
Code(s) ROME	M1703, M1707, E1103, M1705, E1401
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2025

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 diplôme Grade de Master Marketing et Stratégie répond à plusieurs objectifs dans un contexte où la concurrence sur les marchés est de plus en plus intense et où les entreprises doivent s'adapter rapidement aux évolutions technologiques et aux changements de comportement des consommateurs :

- Certification de spécialistes en marketing : La certification vise des professionnels hautement qualifiés dans les domaines du marketing stratégique, opérationnel et digital, en leur fournissant les connaissances théoriques et pratiques nécessaires pour élaborer et mettre en œuvre des stratégies marketing efficaces.
- Compréhension des marchés et des consommateurs : Dans un environnement où les préférences des consommateurs évoluent rapidement et où les marchés sont de plus en plus fragmentés, le grade Master permettra aux diplômés d'analyser les tendances du marché, de comprendre les besoins des consommateurs et de développer des produits et des services adaptés.
- Utilisation des nouvelles technologies : Avec l'émergence des médias sociaux, du marketing digital et des outils d'analyse de données, la certification permettra aux diplômés d'utiliser les nouvelles technologies pour cibler, engager et fidéliser les clients de manière efficace.
- Développement de compétences analytiques et stratégiques : En mettant l'accent sur l'analyse de données, la recherche marketing et la planification stratégique, la certification aide les entreprises à prendre des décisions marketing fondées sur des données probantes et à anticiper les tendances du marché.
- Optimisation de la performance marketing : En certifiant des professionnels capables d'évaluer et d'optimiser les efforts marketing, le grade master contribue à améliorer le retour sur investissement des activités marketing et à renforcer la compétitivité des entreprises sur le marché.

En résumé, le grade Master Marketing et Stratégie répond à une demande croissante pour des professionnels qualifiés dans le domaine du marketing en offrant une certification permettant aux diplômés de relever les défis du marketing moderne dans un environnement concurrentiel en constante évolution.

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

Compétences transversales

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

Compétences spécifiques

- 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)
- 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

RNCP39074BC01 — Mettre en oeuvre les usages avancés et spécialisés des outils numériques

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Mémoire
- Étude de cas
- Rapport de stage
- Restitution d'articles scientifiques
- Livrables projets?: projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)

RNCP39074BC02 — Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

LISTE DE COMPÉTENCES

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Mémoire
- Restitutions d'articles académiques
- Étude de cas
- Rapport de stage

RNCP39074BC03 — Mettre en œuvre une communication spécialisée pour le transfert de connaissances

LISTE DE COMPÉTENCES

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mémoire

Restitutions d'articles académiques

RNCP39074BC04 — Contribuer à la transformation en contexte professionnel

LISTE DE COMPÉTENCES

- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale
- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Livrables projets?: projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)
- Études de cas
- Rapport de stage

RNCP39074BC05 — Maîtrise des processus de collecte, d'analyse et de structuration des données utiles au marketing et à la stratégie

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

- Mémoire
- Étude de cas
- Rapport de stage
- Restitution orale d'ateliers de conception innovante
- Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)

RNCP39074BC06 — 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

- Mémoire
- Restitution orale d'ateliers de conception innovante
- Étude de cas
- Rapport de stage
- Livrables projets?: challenges étudiants (hackathon, etc.)
- Restitutions d'articles académiques

RNCP39074BC07 — Construction d'une stratégie marketing opérationnel pour toucher efficacement ses cibles via des points de contacts adaptés

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

- Étude de cas
- Rapport de stage
- Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)

RNCP39074BC08 — 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)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Livrables projets : projets transverses
- Mises en situation
- Rapport de Stage
- Restitution orale d'ateliers de conception innovante

RNCP39074BC09 — 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

Mémoire

Restitution d'articles académiques

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION
Les étudiants ayant obtenu (ou étant en cours d'obtention) une Licence ou équivalent niveau 6 de qualification du cadre national des Certifications professionnelles (180 crédits ECTS) en gestion, économie appliquée, économétrie, etc. à l'Université Paris Dauphine - PSL ou dans une autre université, dans une Grande école ou dans un Grand établissement reconnu équivalent.

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

Jury désigné par le Président de l'Université, présidé par un professeur ou un maître de conférences des universités et comprenant :?

- au moins une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation?
- des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements ou choisis en raison de leurs compétences, sur proposition des personnels chargés de l'enseignement.?

COMPOSITION DU JURY — VAE

Articles L6411-1 à L6423-3 du Code du travail

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, CPNEFP 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 €	CPNEFP de l'audiovisuel
9 535 €	CPNEFP 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 31/08/2025

Date de dernière délivrance possible 31/08/2029

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	167	—	80 %	—
2021	161	—	87 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP34551

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40710

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39074/>