Mise à jour : 28.06.2022

Master DEG Marketing, spécialité Marketing et communication commerciale

NIVEAU DE CERTIFICATION VII

NIVEAU FRANÇAIS I

FAMILLE

Marketing, Communication, Vente

CODE-ROME

E1103 : Communication E1401 : Développement et promotion publicitaire M1401 : Conduite d'enquêtes M1703 : Management et gestion de produit M1705 : Marketing

CODE NSF

312 Commerce, vente 320m Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Présentation

L'objectif de cette certification est de former le titulaire à différents métiers du marketing et de la communication comme chargé de communication, chef de produit , responsable de projet marketing ou de communication. Il exerce les activités suivantes :

- Analyse et synthèse de l'information notamment en ce qui concerne les évolutions des marchés, des tendances et des comportements des consommateurs
- Diagnostic marketing de l'entreprise et du produit ou service concerné, réalisation d'études de marché
- Conception des plans d'actions commerciales
- Capacité de vision marketing et de construction d'une stratégie de communication
- Proposition, conception et réalisation de campagnes de communication
- Planification, organisation et pilotage des projets de communication, animation des équipes de gestion des contacts à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise (équipe de création, clients, sous traitants…)
- Mise en place de campagnes publicitaires, de relations publiques, d'évènementiel, de communication interne (journal d'entreprise) et de communication sur internet (site web, bannières), conception de documents publicitaires, rédaction des dossiers et communiqués de presse
- Achat, vente de supports médias et des espaces publicitaires
- Présentation des projets à des clients ou à l'équipe de direction
- Analyse et évaluation de l'efficacité des solutions proposées.

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022

Les compétences

Le titulaire de la certification est capable de :

- Analyser un marché afin de définir une stratégie marketing, une stratégie de communication adaptée aux besoins de l'entreprise
- Adopter un positionnement différent afin de proposer des solutions innovantes
- Proposer des solutions permettant de maximiser l'impact des stratégies décisionnelles marketing et de communication sous des contraintes budgétaires, techniques et humaines
- Mobiliser, animer et organiser une équipe autour des projets dont il a la charge afin de les mener à terme
- Conduire un projet marketing du début à la fin.

Voie d'accès

- Formation Initiale
- Formation continue
- Candidature individuelle
- VAE

Organismes certificateur

- Université Auvergne

Métiers cibles

MARKETING, COMMUNICATION, VENTE

- Spécialiste merchandising / Publicité sur lieu de vente (PLV) H/F
- Responsable marketing H/F
- Chef(fe) de projet marketing digital
- Chef(fe) de projet e-commerce
- Chargé(e) d'études marketing
- Chargé(e) de communication
- Animateur(trice) réseaux sociaux

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022