Mise à jour : 28.06.2022

Master DEG Management des Organisations, spécialité Marketing et pratiques commerciales

NIVEAU DE CERTIFICATION VII

NIVEAU FRANÇAIS I

FAMILLE

Marketing, Communication, Vente

CODE-ROME

M1705 : Marketing M1703 : Management et gestion de produit E1401 : Développement et promotion publicitaire

CODE NSF

312 Commerce, vente

Présentation

L'objectif de cette certification est de former le titulaire à l'analyse des marchés et au diagnostic, à la réalisation des études de marché : qualitatives et quantitatives (construction des projets de recherche, choix des outils, organisation de la collecte des données et traitement). Le titulaire formule une stratégie marketing au plan national et international, il élabore des plans de marketing. Il réalise par ailleurs les activités suivantes :

- Gestion des marques
- Choix de lancement de produits
- Proposition de politiques tarifaires
- Construction et mise en œuvre d'un plan de communication
- Sélection des canaux de distributionAdministration des ventes.

Les compétences

Le titulaire de la certification maîtrise :

- des méthodes d'études et de recherche,
- des logiciels d'analyse de données,
- des outils d'analyse stratégique : matrices, chaînes de valeur et champs de forces,
- du processus de planification,
- des méthodes de lancement de produits,
- des techniques liées à la marque,
- de la tarification d'un bien et d'un service,
- de l'établissement d'un plan media,
- des outils de gestion de la force de vente,

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022

- de la mise en œuvre de la relation client (CRM),
- de l'analyse des performances

Voie d'accès

- Formation Initiale
- Formation continue
- Candidature individuelle
- Contrat de professionnalisation
- VAE

Organismes certificateur

- Université Paris I - Panthéon Sorbonne

Métiers cibles

MARKETING, COMMUNICATION, VENTE

- Spécialiste merchandising / Publicité sur lieu de vente (PLV) H/F
- Responsable marketing H/F
- Responsable du service client H/F
- Chef(fe) de produit
- Chargé(e) d'études marketing

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022