Mise à jour : 28.06.2022

Master DEG Science du Management, spécialité Marketing

NIVEAU DE CERTIFICATION VII

NIVEAU FRANÇAIS I

FAMILLE

Marketing, Communication, Vente

CODE-ROME

M1702 : Analyse de tendance M1703 : Management et gestion de produit M1705 : Marketing M1403 : Études et prospectives socio-économiques E1401 : Développement et promotion publicitaire

CODE NSF

310 Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion, 312n Etudes de marchés et projets commerciaux 312 Commerce, vente

Présentation

L'objectif de cette certification est de former le titulaire à des fonctions de cadre supérieur dans les services marketing d'entreprises quel que soit leur secteur d'activité : en tant qu'assistant chef de produit, chef de produit, chef de marché ou chargé d'études, il assure la responsabilité ou participe au développement d'un produit ou d'une ligne de produits, d'un service ou d'une ligne de services, depuis leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché. A partir d'une analyse de marché (information du terrain, études externes) et en fonction des objectifs de l'entreprise, il propose une définition du produit, conçoit les plans d'action commerciale et les campagnes promotionnelles. Il suit l'évolution commerciale de sa gamme, assite la force de vente, coordonne les activités qui concourent à la réalisation du plan mercatique (marketing)/produit. Il peut être responsable des résultats et dans les entreprises industrielles, suivre la produiction et veiller à la qualité.

Les compétences

Le titulaire de la certification est capable notamment de :

- élaborer, organiser et coordonner une campagne publilcitaire.
- définir une stratégie commerciale en tenant compte des caractéristiques du produit (nature du produit, circuits de distribution, clientèle, concurrence…) et du budget prévu.
- déterminer une stratégie de communication fixant les thèmes publicitaires, la teneur du message, la répartition du budget selon les différents médias.
- suivre la conception, la fabrication et l'exécution du plan média, ainsi que l'animation des équipes de réalisation.

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022

- concevoir ou applique le plan média en prévoyant et en organisant le passage des annonces dans les différents supports (presse, affichage, radio, télévision, salles de cinéma…)
- exercer essentiellement un rôle d'étude et d'analyse.
- élaborer une stratégie média à partir des informations disponibles sur les différents supports (audiences, public, prix des espaces publicitaire…)
- rassembler les données dans un document de synthèse appelé plan média », et le proposer à sa direction ou à l'annonceur.
- maitriser les logiciels d'analyse des données, méthodes d'analyses statistituqes
- appliquer des concepts et des modèles (critères de décisions d'achat, identité de la marque…) à une prise de décision marketing adaptée

Voie d'accès

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

Organismes certificateur

- Université d'Aix-Marseille

Métiers cibles

MARKETING, COMMUNICATION, VENTE

- Responsable marketing H/F
- Chef(fe) de produit

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022