Certifications

Mise à jour : 28.06.2022

Licence Professionnelle DEG Métiers du marketing opérationnel

NIVEAU DE CERTIFICATION VI

NIVEAU FRANÇAIS II

FAMILLE

Marketing, Communication, Vente

CODE-ROME

M1704 : Management relation clientèle M1705 : Marketing M1403 : Études et prospectives socio-économiques

CODE NSF

312 Commerce, vente

Présentation

L'objectif de cette certification est de former le titulaire à la veille concurrentielle du marché sur lequel l'entreprise opère, à l'analyse des attentes du consommateur, à la conception des axes de développement produit, mais aussi à la participation à l'élaboration de plan marketing, à l'accompagnement de commerciaux sur le terrain pour remonter des actions concrètes, et à la proposition d'opérations de marketing direct. Le ititulaire peut gérer également la conception et la mise à disposition des réseaux commerciaux des outils et des supports d'aide à la vente, et la conception d'argumentaires de vente et outils de vente.

Les compétences

Le titulaire de la certification est capable de :

- Analyser les données et les marchés
- Rédiger des argumentaires dans le domaine
- Mener à bien des études de marché et du comportement du consommateur
- Mobiliser des techniques de communication interne et externe
- Maîtriser des techniques de prospection commerciale
- Rédiger un plan d'actions commerciales
- Développer le travail en équipe et fédérer autour de ces actions et/ou de ces projets

Voie d'accès

- Formation Initiale
- Apprentissage

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022

- Formation continue
- Contrat de professionnalisation
- VAE

Organismes certificateur

- Université de Franche-Comté - Besançon
- Université de Bretagne Sud
- Université d'Evry-Val-d'Essonne
- Université de Guyane
- Université Panthéon Sorbonne - Paris 1
- Université Paris-Est Créteil Val-De-Marne
- Université Paris 13
- Université de Reims Champagne-Ardenne
- Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines

Métiers cibles

MARKETING, COMMUNICATION, VENTE

- Chargé(e) d’études marketing

© Observatoire des industries de la Chimie - 2022