

REFERENTIEL APPRENTISSAGE - MASTER MARKETING - Mention : SCIENCES DU MANAGEMENT (MASTER 2) - Spécialité : MARKETING

N° Activité	Activités visées par le diplôme	Missions susceptibles d'être confiées à l'apprenti dans le cadre des activités visées par le diplôme <i>Quelques illustrations</i>	Capacités et compétences attestées
1	<p>Activités en lien avec le commerce et le marketing stratégique et opérationnel</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Elaborer une segmentation clients (actuels et potentiels) grâce à la mobilisation de divers outils marketing</i> ➤ <i>Positionner sur le marché la structure dans laquelle le diplômé est salarié ou chef d'entreprise,</i> ➤ <i>Avoir une démarche commerciale/marketing construite et pertinente,</i> ➤ <i>Mettre en pratique des opérations commerciales,</i> ➤ <i>Bâtir un plan marketing efficace,</i> ➤ <i>Valoriser et vendre les produits/services d'une structure,</i> ➤ <i>Comprendre l'intérêt de la négociation commerciale,</i> ➤ <i>Aider à la mise œuvre de projets d'entreprise régionaux, nationaux voire internationaux,</i> ➤ <i>Manager une équipe (commerciale notamment)</i> ➤ <i>Connaître l'environnement international et les stratégies marketing à l'international</i> ➤ <i>Adapter le marketing mix à l'international</i> ➤ <i>Connaître les tendances marketing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Analyser le portefeuille clients, segmenter et positionner l'offre de produit sur le marché ○ Elaborer un plan d'action commerciale pour une nouvelle activité ○ Améliorer ou lancer une nouvelle gamme de produits au sein d'une organisation régionale, nationale ou internationale ○ Concevoir un fichier client et proposer une offre de produits pertinente (4P) ○ Mettre en place une offre marketing adaptée au niveau local (marketing relationnel) ○ Faire connaître et promouvoir une marque voire une destination ○ Concevoir une « théâtralisation » des rayons en grande distribution ○ Créer des supports de communication ○ Entreprendre une politique de communication événementielle ○ Concevoir un mix marketing à l'international 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Savoir mettre en pratique des opérations commerciales ❖ Maîtriser des techniques marketing ❖ Savoir analyser les gammes de produits et être en capacité de faire des propositions d'amélioration ❖ Savoir proposer une politique de communication pertinente ❖ Etre en capacité de proposer une typologie de clients/consommateurs ❖ Savoir mettre en place un dispositif de fidélisation ❖ Savoir adapter les techniques marketing aux diverses évolutions et savoir les anticiper ❖ Etre en capacité d'identifier les bonnes pratiques dans le marketing de la distribution ❖ Savoir mettre en œuvre un PMI (Plan Marketing International) ❖ Etre en mesure d'apprécier les tendances marketing ❖ Maîtriser des techniques de communication nécessaires à l'animation d'une réunion, à la conduite d'entretiens, à la prise de note, à la structuration et à la rédaction d'un rapport ❖ Etre en mesure de soutenir une conversation en Anglais dans le domaine du marketing plus spécifiquement
2	<p>Activités en liens avec les études marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Concevoir, piloter et coordonner des études de marché</i> ➤ <i>Analyser et interpréter une étude de marché</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Préparer, traiter, analyser une enquête de satisfaction et rédiger des recommandations ○ Elaborer un test de produit, analyser ses résultats et faire des recommandations en s'appuyant sur l'activité 1 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Maîtriser des méthodes d'enquêtes marketing ❖ Savoir bâtir, traiter et analyser une étude qualitative et quantitative ❖ Etre en capacité de rédiger un rapport d'étude de marché (étude documentaire, étude qualitative et/ou quantitative).

3	Activités en lien avec le marketing en TPE/PME <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Montrer l'intérêt d'une démarche marketing en TPE/PME</i> ➤ <i>Réfléchir à la mise en œuvre d'un marketing efficace dans une petite structure (Quel marketing ?)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Création d'une « identité » marketing dans une TPE ○ Mise en place d'une démarche marketing en ligne dans une petite entreprise familiale 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Savoir apprécier les difficultés de prise en compte du marketing appliqué en TPE/PME ❖ Aptitude à mettre en œuvre une démarche marketing en TPE/PME
4	Activités en lien avec le marketing responsable <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Contribuer à la mise en place d'une organisation plus responsable de l'entreprise</i> ➤ <i>Participer à la mise en œuvre d'une démarche de marketing environnemental</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lancer une démarche de certification bio ○ Bâtir un marketing stratégique et opérationnel autour d'une démarche de commerce équitable 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aptitude à la mise en œuvre d'un marketing environnemental ❖ Savoir intégrer un marketing éthique au sein d'une entreprise
5	Activités en lien avec le marketing territorial <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Sensibiliser aux concepts de marques régionales, marques territoriales</i> ➤ <i>Utiliser le territoire et ses spécificités comme outil marketing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Bâtir un plan marketing autour du sentiment régional ○ Contribuer à la mise en œuvre d'une marque territoriale régionale 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aptitude à la mise en œuvre d'un marketing territorial ❖ Savoir appliquer un marketing prenant en compte le sentiment régional ❖ Savoir intégrer un marketing territorial au sein d'une région
6	Activités en lien avec les TIC et le marketing <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Comprendre le concept de e-marketing</i> ➤ <i>Utiliser les TIC en Marketing</i> ➤ <i>Améliorer la démarche marketing par l'utilisation des TIC, du e-commerce, du marketing digital</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Réaliser une démarche de marketing digital au sein d'une structure ○ Contribuer à la mise en place d'un site internet d'information voire commercial. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Savoir utiliser les outils informatiques et de communications utilisés dans le domaine du marketing (outils bureautiques tels que Word et excel, power-point, photoshop/illustrator, Tropes, SPSS) ❖ Savoir mettre en œuvre une politique marketing en ligne efficace ❖ Savoir appliquer un marketing digital à l'entreprise
7	Activités en lien avec la recherche marketing <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Connaître les principaux articles de recherche récents mais aussi récents dans le domaine du marketing (y compris des articles en anglais)</i> ➤ <i>Comprendre l'intérêt d'une recherche scientifique lors d'une réflexion de marketing stratégique et opérationnelle de l'entreprise</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Réaliser une thèse « professionnelle » (réflexion scientifique à partir d'une problématique d'entreprise) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Savoir mettre en application l'esprit « recherche » en entreprise ❖ Savoir analyser et synthétiser un article scientifique

NB : Les activités sont souvent fortement complémentaires.