

**Master Innovation,
Entreprise et Société :
Marketing de
l'Innovation
2 ème année
MI**

Code diplôme Ministère du travail : 1353103T

CFA UNION
Pôle universitaire d'ingénierie d'Orsay
91405 ORSAY CEDEX
Tél : 01.69.15.35.12 / www.cfa-union.org

Mobilité internationale du CFA UNION



Cofinancé par le
programme Erasmus+
de l'Union européenne

SOMMAIRE

Vos contacts	P.2
Les dates clefs de la formation	P.3
Présentation du diplôme :	
- Condition d'admission	P.4
- Objectifs de la formation	P.4
- Compétences acquises	P.5
- Modalités d'organisation	P.6
- Modalités d'évaluation et de sanction du diplôme	P.7
- Durée de la formation	P.8
Le programme	P.9
Le calendrier d'alternance	P.10
Les moyens humains	P.11
Fiche RNCP	P.12

VOS CONTACTS

• Contacts Pédagogiques

Responsable de la formation :

Florence DURIEUX

florence.durieux@u-psud.fr

Secrétariat pédagogique :

formations-alternance.jean-monnet@universite-paris-saclay.fr

*Lieu de la formation : Faculté Jean Monnet
54 Boulevard Desgranges - 92331 SCEAUX*

• Contacts CFA

Conseiller formation : gestionnaire contrat d'apprentissage

Sylvie CYPRIEN

01.69.15.56.21

sylvie.cyprien@cfa-union.org

Service financier :

01.69.15.35.24

Hanane AABOU

hanane.aabou@cfa-union.org

Référent handicap :

01.69.15.35.12

Anna TOTH

anna.toth@cfa-union.org

Adresse postale :

**CFA UNION Pôle universitaire d'ingénierie d'Orsay –
bâtiment 640 – 91405 ORSAY Cedex**

DATES CLEFS DE LA FORMATION



- **Recrutement**

Admissions sur dossiers et éventuellement tests pédagogiques si nécessaire

L'accès au Master 2 est ouvert aux étudiants titulaires d'un M1 en gestion ayant suivi des cours d'option en marketing (comportement du consommateur, études de marché, analyse de donnée) ou des diplômés scientifiques (pharmacie, physique, chimie, ingénieur...) cherchant une double compétence pour intégrer des équipes marketing.

L'inscription définitive, est soumise à la signature d'un contrat d'alternance avec une entreprise.

- Date de la formation M2 : 05/09/2022 au 01/09/2023
- Réunion d'information destinée aux stagiaires :
- Date de la rentrée universitaire : 05/09/2022

Présentation du diplôme

➤ Conditions d'admission :

Niveau requis : titulaires d'un M1 en gestion ayant suivi des cours d'option en marketing (comportement du consommateur, études de marché, analyse de donnée) ou des diplômés scientifiques (pharmacie, physique, chimie, ingénieur...) cherchant une double compétence pour intégrer des équipes marketing.

Admissions sur dossiers et éventuellement tests pédagogiques si nécessaire

➤ Objectifs de la formation :

Il s'agit de former des chefs de produits ou des responsables de produits qui disposent des compétences fondamentales en marketing pour gérer leur activité au quotidien. Face aux nouvelles données du marché mondial l'innovation est aujourd'hui au cœur des préoccupations des responsables marketing et le chef de produit est alors à l'interface de plusieurs fonctions de l'entreprise : ventes, chercheurs en R et D, juristes, direction générale. Les futurs cadres seront donc sensibilisés aux nouvelles problématiques : économie de l'innovation, développement de nouveaux produits, gestion des risques, gestion de crise, propriété intellectuelle et veille économique.

➤ **Les compétences acquises durant la formation :**

Pour ce faire, *la formation académique* de stagiaire s'organisera autour de l'acquisition des compétences suivantes:

Savoir :

- Comprendre le rôle des études marketing dans l'élaboration des stratégies et des politiques marketing
- Entraîner à l'interprétation et à l'analyse des résultats
- Donner les principaux outils de la stratégie
- Comprendre la logique des décisions stratégique et déterminer leurs liens par rapport aux grandes fonctions de l'entreprise
- Planifier et élaborer un budget en marketing
- Elaborer des systèmes de contrôle en entreprise

Savoir-faire :

- Identifier et analyser les principaux leviers agissant sur les performances des produits, déduire des recommandations opérationnelles,
- Maîtriser l'analyse d'une situation concurrentielle, la formulation de la stratégie marketing et du plan d'actions marketing
- Apprendre à se servir à bon escient des différents outils d'études marketing
- Entraîner à l'analyse stratégique

Savoir-être :

- Travailler en équipe au sein de la fonction marketing
- Communiquer et travailler avec les autres fonctions de l'entreprise : R&D, ventes, finance, comptabilité, droit
- Conduire un projet

Au sein de l'entreprise, le tuteur orientera, dans la mesure du possible, les missions confiées à l'apprenti pour qu'elles s'inscrivent autour de l'acquisition des compétences suivantes :

Cela permet de former des techniciens en mesure de faire évoluer leurs compétences et leur périmètre d'activité, dans un métier connaissant des mutations rapides. Le contenu répond aux besoins exprimés par les entreprises d'accueil dans le cadre de l'alternance tout en essayant de donner une capacité d'adaptation.

➤ **Modalités d'organisation de la formation**

La formation se déroule sur 1 an à raison de 420 heures en alternance certaines périodes 2 à 3 semaines en entreprise, 2 à 3 semaines en formation. Avec des périodes plus au moins longues en entreprises pendant les vacances universitaires.

La formation s'organise autour :

Semestre 1

Nature des enseignements (UE ou matière) nombre d'heures, ventilation CM, TD, TP, travail personnel estimé, ECTS

Intitulé	Nombre d'heures	ECTS
	CM	/ 30
Innovation dans les organisations	18	2
Consommateur et innovation	18	2
Gestion de produit et de la marque	18	2
Innovation dans la communication	18	2
Innovation dans la distribution	18	2
Business English	21	2
Techniques de créativité	18	2
Etudes qualitatives	18	2
Analyses de données quantitatives (SPSS)	18	2
Panels, tests de concepts	18	2
Développement personnel	18	2
Veille	18	2
Digital Marketing	18	2
	18	2
Développement durable et innovation	18	2

Semestre 2

Nature des enseignements (UE ou matière) nombre d'heures, ventilation CM, TD, TP, travail personnel estimé, ECTS

Intitulé	Nombre d'heures	ECTS
Lancement de nouveaux produits et gestion de crise	18	2
Droit de l'innovation et des marques	18	2
Business English	21	2
Développement de l'innovation - Challenge	42	5
Conférences	30	2
Méthodologie de mémoire de recherche	18	2
Evaluation par l'entreprise + Soutenance du mémoire de recherche	21 h à UPSUD+ Heures entreprises	15

➤ **Modalités d'évaluation et de sanction du diplôme**

Évaluation des activités professionnelles *en entreprise*

L'évaluation des activités professionnelles en entreprise s'effectuera au travers de deux dispositifs : l'évaluation par l'entreprise via le tuteur et deux visites effectuées par le tuteur pédagogique.

L'entreprise évaluera le travail réalisé par le stagiaire au travers de grilles d'analyse qui sont fournies par les responsables de la formation.

L'évaluation s'appuie sur des situations professionnelles et a lieu au sein de l'entreprise au cours de la formation. Elle porte sur l'appréciation du travail accompli, le comportement général et les aptitudes. Il s'agit également d'évaluer les compétences professionnelles développées dans le cadre d'objectifs fixés par l'entreprise (Cf. Savoir, Savoir et Savoir-Faire, p. 6).

Le suivi du stagiaire en entreprise se fera par un entretien en présence du tuteur entreprise et du tuteur pédagogique lors de deux visites en entreprise.

La première visite (1er semestre) a pour objet de vérifier la bonne installation du stagiaire et de s'assurer que les missions sont conformes aux attentes de la formation.

La seconde visite (2ème semestre) permet de mesurer l'évolution de ces missions et de préparer la rédaction du rapport de fin.

Le stagiaire devra rédiger un rapport sur les missions réalisées en entreprise. Ce rapport a pour objet de présenter des faits et des réflexions sur l'apprentissage en entreprise. L'objectif général du mémoire est la restitution de la formation dans l'entreprise tout en manifestant une réflexion distanciée.

Ce rapport constitue pour le binôme tuteur pédagogique/lecteur un outil d'évaluation des capacités à réaliser un travail personnel selon les règles de l'art, tant sur le plan théorique que méthodologique, technique et pratique. L'apprenti doit rendre compte de son apprentissage et le jury doit pouvoir évaluer l'atteinte des objectifs.

Il soutiendra oralement celui-ci lors de la dernière semaine de la formation à la Faculté Jean Monnet. Le rapport de missions fera l'objet d'une notation par le tuteur pédagogique. La soutenance orale de celui-ci fera l'objet d'une notation par le jury (composé au moins du tuteur pédagogique et du maître d'apprentissage).

➤ **Modalités de contrôle des connaissances (contrôle continu, examen, rattrapage)**

Le diplôme de M2 Marketing de l'Innovation s'obtient par contrôle continu des connaissances. Le jury prend en compte les résultats obtenus, l'assiduité ainsi que l'investissement dans les missions professionnelles.

➤ **Règle d'attribution des semestres et du diplôme**

Chaque UE est définitivement acquise lorsque l'apprenti(e) a obtenu une note au moins égale à 10/20 sur cette UE. Il n'y a pas de note éliminatoire.

Un semestre est acquis et capitalisé :

- dès lors que chacune des UE qui le constituent est acquise,
- ou
- lorsque la moyenne des UE qui le constituent, affectées de leurs coefficients, est égale ou supérieure à 10/20,
- ou
- par compensation annuelle et organisée entre les deux semestres qui composent l'année. La compensation est organisée sans note éliminatoire et sur la base de la moyenne générale des notes obtenues pour les diverses UE pondérées par les coefficients.

Le M2 Marketing de l'Innovation est donc obtenu soit par acquisition de chaque UE constitutive du parcours correspondant soit par application des modalités de compensation telles que décrites ci-dessus. Quel que soit la voie d'obtention (acquisition directe ou compensation), le M2 obtenu confère la totalité des crédits prévus pour ce niveau.

➤ **Durée de la formation /an**

420 h /an

Programme simplifié de la formation

Contexte organisationnel	Innovation dans les organisations, Business Model, Innovation en B2B	42 h
	Droit de l'innovation et des marques, Développement durable et innovation	28 h
	Business English	35 h
Décisions marketing	Gestion de produits et de la marque, Innovation dans la distribution et relation client	39 h
	Consommation et société numérique, Digital marketing	56 h
Outils et méthodes	Design d'études, Panels et tests de concepts, Etudes qualitatives, Analyse de données quantitatives (SPSS)	56 h
	Veille, Techniques de créativité, Lancement de nouveaux produits	49 h
Conférences	Conférences et Table-Ronde	28 h
Challenge Innovation	Développement personnel, Développement de l'innovation et Challenge	52 h
Mémoire de fin d'études	Méthodologie du mémoire, Soutenance	35 h
TOTAL		420 h

Calendrier de la formation rentrée 2022-23

Année universitaire 2022/2023 Master 2 Marketing de l'Innovation

	Septembre		Octobre		Novembre		Décembre		Janvier		Février		Mars		Avril		Mai		Juin		Juillet		Août		Septembre				
	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	Matin	Après-midi	
1					Férié												Férié												
2																													
3																													
4																													
5																													
6																													
7																													
8																		Férié											
9																													
10																	Férié												
11						Férié																							
12																													
13																													
14																							Férié						
15																								Férié					
16																													
17																													
18																								Férié					
19																													
20																													
21																													
22																													
23																													
24																													
25																													
26																													
27																													
28																													
29																													
30																													
31																													

	Université
	Férié
	WE
	Entreprise
	Jour inactive

Les moyens

- L'équipe pédagogique

Liste sur demande

Répertoire national des certifications professionnelles
MASTER - Innovation, Entreprise et Société (fiche nationale)

Active

N° de fiche
RNCP34847

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 7

Code(s) NSF :

- 128 : Droit, sciences politiques
- 310 : Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion
- 122 : Economie

Formacode(s) :

- 13154 : économie
- 32076 : gestion entreprise
- 13054 : science politique
- 32070 : innovation entreprise

Date d'échéance de l'enregistrement : 30-06-2025

CERTIFICATEUR(S)

Nom légal	Nom commercial	Site internet
Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation	-	-
UNIVERSI AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLU	-	-
CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET METIERS	-	-
UNIVERSITE D'ANGERS	-	-
UNIVERSITE DE CAEN NORMANDIE	-	-
UNIVERSITE DE HAUTE ALSACE	-	-
UNIVERSITE DE MONTPELLIER	-	-
UNIVERSITE DE NANTES	-	-
UNIVERSITE DE STRASBOURG	-	-
UNIVERSITE TOULOUSE II	-	-
UNIVERSITE DE NICE	-	-
UNIVERSITE PARIS-SACLAY	-	-
UNIVERSITE DE LILLE	-	-

RÉSUMÉ DE LA CERTIFICATION

Objectifs et contexte de la certification :

Le master est un diplôme national de l'enseignement supérieur conférant à son titulaire le grade universitaire de master. Il confère les mêmes droits à tous ses titulaires, quel que soit l'établissement qui l'a délivré.

Le master atteste l'acquisition d'un socle de connaissances et de compétences majoritairement adossées à la recherche dans un champ disciplinaire ou pluridisciplinaire. Le master prépare à la poursuite d'études en doctorat comme à l'insertion professionnelle immédiate après son obtention et est organisé pour favoriser la formation tout au long de la vie.

Les parcours de formation en master tiennent compte de la diversité et des spécificités des publics accueillis en formation initiale et en formation continue.

Activités visées :

- Pilotage de projets innovants, de la conception à la mise en œuvre opérationnelle
- Définition des besoins de financement des projets
- Compréhension des enjeux et techniques de la protection industrielle
- Développement d'une stratégie marketing adaptée à la problématique de l'innovation
- Etablissement et mise en œuvre d'un programme de développement industriel et/ou numérique
- Programmation, obtention et conservation de certifications qualité (ISO entre autres)
- Management des technologies numériques et de l'innovation en relation avec son environnement et le cadre juridique en vigueur
- Utilisation des outils du numérique et suivi des évolutions technologiques des entreprises et des industries en réseau
- Intégration des aspects de sociologie des entreprises et des territoires dans les prises de décision Accompagnement du développement de clusters ou d'écosystèmes
- Gestion de projet issu d'une culture scientifique, RH ou technique
- Négociation avec ses clients internes ou externes des modalités des projets
- Conception ou participation à la conception d'un cahier des charges, planification des tâches, coordination et contrôle d'une équipe.
- Évaluer juridiquement et techniquement les SI d'organisations publiques ou privées
- Conseil auprès des entreprises dans la mise en place de dispositifs organisationnels propices à l'innovation
- Accompagnement à la création d'entreprise innovante
- Etude économique et recherche dans le domaine de l'innovation et de l'entrepreneuriat
- Création d'entreprise innovante

Compétences attestées :

- Déployer une veille sur les évolutions de son environnement ou éco-système et anticiper les transformations et innovations possibles en matière de produits, de process, d'organisation, de

gouvernance, etc.

- Coordonner le déroulement d'une étude socio-économique et réglementaire
- Etablir des techniques d'enquêtes et conduire des enquêtes quantitatives ou qualitatives
- Interpréter des données économiques et sociales quantitatives et qualitatives
- Piloter ou copiloter la construction d'une vision stratégique de l'innovation, fixer des objectifs et donner du sens de façon à contribuer à la réalisation des objectifs stratégiques de l'entreprise
- Concevoir ou participer à la conception d'un cahier des charges d'un projet industriel ou numérique
- Etablir des procédures de management et de pilotage de projet en intégrant les besoins et les pré-occupations des entreprises et des organismes en charge du développement industriel ou de projets numériques
- Conduire des projets de système d'information
- Piloter des processus de Knowledge Management
- Analyser et construire des stratégies digitales
- Développer des politiques et pratiques propices à l'innovation et à sa diffusion
- Déployer les nouvelles stratégies de e-commerce et accompagner la digitalisation de la relation client
- Appliquer et mettre en œuvre des politiques et pratiques de management et de protection de l'innovation
- Mobiliser les outils du management de la qualité
- Contrôler et mesurer la pertinence et la performance des outils de gestion et de pilotage de projet
- Suivre et évaluer une relation client-fournisseur
- Négocier avec les clients internes ou externes les contours des projets numériques ou industriels à piloter
- Recruter, coordonner des équipes et faire le lien entre les différents pôles impliqués
- Piloter la stratégie de mise en conformité et de sécurisation du patrimoine de données en maîtrisant l'évolution réglementaire : ajuster la politique de l'organisation à l'évolution réglementaire, définir et mettre en place la stratégie de valorisation des données.
- Auditer, évaluer et analyser les risques associés aux processus d'innovation antérieurs, améliorer les processus
- Appliquer et respecter des règles et normes liées à l'innovation
- Développer des process, des démarches Qualité, innovation, etc.

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale

Dans certains établissements, d'autres compétences spécifiques peuvent permettre de décliner, préciser ou compléter celles proposées dans le cadre de la mention au niveau national. Pour en savoir plus se reporter au site de l'établissement.

Modalités d'évaluation :

Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du diplôme. Ces éléments sont appréciés soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés.

Concernant l'évaluation des blocs de compétences, chaque certificateur accrédité met en œuvre les modalités qu'il juge adaptées : rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. Ces modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction du chemin d'accès à la certification : formation initiale, VAE, formation continue.

Chaque ensemble d'enseignements a une valeur définie en crédits européens (ECTS). Pour l'obtention du grade de master, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 120 ECTS au-delà du grade de licence.

BLOCS DE COMPÉTENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
<p>RNCP34847BC01</p> <p>Usages avancés et spécialisés des outils numériques</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention - Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine 	<p>Chaque certificateur accrédité met en œuvre les modalités qu'il juge adaptées : rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. Ces modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction du chemin d'accès à la certification : formation initiale, VAE, formation continue.</p>
<p>RNCP34847BC02</p> <p>Développement et intégration de savoirs hautement spécialisés</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale - Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines - Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines - Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux - Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation 	<p>Chaque certificateur accrédité met en œuvre les modalités qu'il juge adaptées : rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. Ces modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction du chemin d'accès à la certification : formation initiale, VAE, formation continue.</p>
<p>RNCP34847BC03</p> <p>Communication spécialisée pour le transfert de connaissances</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en 	<p>Chaque certificateur accrédité met en œuvre les modalités qu'il juge adaptées : rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. Ces modalités d'évaluation peuvent être</p>

	<p>vue de leur exploitation.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère 	<p>adaptées en fonction du chemin d'accès à la certification :</p> <ul style="list-style-type: none"> · formation initiale, VAE, formation continue.
<p>RNCP34847BC04</p> <p>Appui à la transformation en contexte professionnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles - Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe - Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif - Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité - Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale 	<p>Chaque certificateur accrédité met en œuvre les modalités qu'il juge adaptées : rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. Ces modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction du chemin d'accès à la certification :</p> <ul style="list-style-type: none"> · formation initiale, VAE, formation continue.

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

Les modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence sont définies par chaque certificateur accrédité qui met en œuvre les dispositifs qu'il juge adaptés. Ces modalités peuvent être modulées en fonction du chemin d'accès à la certification : formation initiale, VAE, formation continue.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

- C : Industrie manufacturière
- J : Information et communication
- M : Activités spécialisées, scientifiques et techniques
- N : Activités de services administratifs et de soutien

Type d'emplois accessibles :

- Responsable ou chargé(e) d'affaires en industrie
- Responsable développement local, durable et RSE
- Consultant(e) en management qualité, Consultant(e) en organisation
- Chargé(e) d'études économiques
- Chargé(e) d'études clients
- Chargé(e) de développement socio-économique
- Chargés d'étude dans le domaine des TIC et du numérique
- Chargés d'études auprès des agences de réglementation, des pouvoirs publics ou des administrations territoriales
- Conseil en stratégie & innovation
- Conseil et Maîtrise d'ouvrage en SI
- Responsable e-commerce
- Community manager
- Conseil en organisation et management d'entreprise
- Chef de projet
- Expertise et support en systèmes d'information
- Conseil et maîtrise d'ouvrage en systèmes d'information
- DPO Data Protection Officer
- Chef de projets innovants dans les entreprises et les organisations
- Cadre des institutions d'aide à la création d'entreprises et d'accompagnement
- Chargé de recherche
- Créateur d'entreprise

Code(s) ROME :

- M1403 - Études et prospectives socio-économiques
- M1703 - Management et gestion de produit
- M1402 - Conseil en organisation et management d'entreprise
- K1802 - Développement local
- H1206 - Management et ingénierie études, recherche et développement industriel

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCÈS

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Leur composition comprend : - une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation - des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements - des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
En contrat d'apprentissage	X		Leur composition comprend : - une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation - des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements - des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
Après un parcours de formation continue	X		Leur composition comprend : - une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation - des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements - des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
En contrat de professionnalisation	X		Leur composition comprend : - une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation - des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements - des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
Par candidature individuelle		X	-
Par expérience	X		Composition définie par le Code de l'éducation : article L613-4 modifié par la loi n°2016-1088 du 8 août 2016 - art. 78

	Oui	Non
Inscrite au cadre de la Nouvelle Calédonie		X
Inscrite au cadre de la Polynésie française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES, CERTIFICATIONS OU HABILITATIONS

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Non

BASE LÉGALE

Référence au(x) texte(s) réglementaire(s) instaurant la certification :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
-	<ul style="list-style-type: none">- Arrêté du 22 janvier 2014 fixant les modalités d'accréditation d'établissements d'enseignement supérieur- Arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master- Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master, publié au J.O du 27 avril 2002- Arrêté du 4 février 2014 fixant la nomenclature des mentions du diplôme national de master- Arrêté du 30 juillet 2018 modifiant l'arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master

Référence des arrêtés et décisions publiés au Journal Officiel ou au Bulletin Officiel (enregistrement au RNCP, création diplôme, accréditation...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
-	<ul style="list-style-type: none">Avignon Université, arrêté du : 22/05/2018Cnam Paris, arrêté du : 28/01/2019Université d'Angers, arrêté du : 28/09/2017Université de Caen Normandie, arrêté du : 28/09/2017Université de Haute Alsace - Mulhouse, arrêté du : 22/06/2018Université de Montpellier, arrêté du : 05/02/2018Université de Nantes, arrêté du : 19/07/2017Université de Strasbourg, arrêté du : 28/08/2018Université Jean-Jaures - Toulouse 2, arrêté du : 15/04/2016Université Nice , arrêté du : 29/05/2018Université Paris-Saclay, arrêté du : 10/07/2015
-	Université de Lille, arrêté du : 29/08/2017

Référence autres (passerelles...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
-	<ul style="list-style-type: none">- Décret VAE – Code de l'éducation : article L 613-3 modifié par la loi n° 2015-366 du 31 mars 2015- Décret n° 2017-1135 du 4 juillet 2017 relatif à la mise en œuvre de la validation des acquis de l'expérience

Date d'effet de la certification	01-07-2020
----------------------------------	------------

Date d'échéance de l'enregistrement

30-06-2025

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Statistiques :

Lien internet vers le descriptif de la certification :

https://univ-avignon.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://www.cnam.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://www.univ-angers.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://www.unicaen.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://www.uha.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://www.umontpellier.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://www.univ-nantes.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://www.unistra.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://www.univ-tlse2.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://unice.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

https://www.universite-paris-saclay.fr/master/Innovation_entreprise_et_societe

Le certificateur n'habilite aucun organisme préparant à la certification

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation

(<https://certifpro.francecompetences.fr/webapp/services/enregistrementDroit/documentDownload/20279/139917>)