

MASTERE MSDE

MANAGER EN STRATÉGIE ET DÉVELOPPEMENT D'ENTREPRISE



BAC+5

TITRE RECONNU PAR
L'ÉTAT DE NIVEAU 7

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

Le Manager de la stratégie et de la politique commerciale a une vision à long terme de l'entreprise dans son environnement et de la place de la stratégie marketing dans son développement à moyen terme.

DURÉE :

- 1016 heures réparties sur 2 ans
- 2 ans : Septembre N à Septembre N+2
- Rythme de formation permettant de concilier une immersion professionnelle et une formation complète.

RYTHME :

- En alternance
- 1,5 jours d'école par semaine

À LA FIN DE LA FORMATION, VOUS OBTENEZ* :

- Le titre « Manager en Stratégie et Développement d'Entreprise », titre reconnu par l'Etat niveau 7 (Bac+5)
- Le diplôme MSDE, Manager en Stratégie et Développement d'Entreprise
- La certification Linguaskill Business en anglais
- Obtention de 300 crédits ECTS Certificateur ECORIS Titre RNCP 34727

* Sous condition de validation (voir règlement d'examen)

PUBLIC :

- Etudiants
- Salariés (reconversion, promotion)
- Demandeurs d'emploi

FINALITES PROFESSIONNELLES :

- Responsable de service
- Responsable commercial et marketing
- Chef de projet
- Développeur d'affaires

7 500€ par an

100% pris en charge par l'OPCO de l'entreprise d'accueil

CYCLE DE FORMATION :

Chaque année est validée de manière indépendante de l'autre. Semestrialisation de chaque année.

- 1^{ère} année généraliste, axée sur le monde de l'entreprise
- 2^{ème} année de spécialisation professionnelle : Stratégie commerciale

MOYENS PEDAGOGIQUES :

- Cours dispensés en face à face alternant des apports théoriques et des exercices pratiques. Une pédagogie innovante basée sur des simulations et des projets de groupe professionnels
- L'équipe pédagogique est composée d'enseignants et de professionnels diplômés.

APPRÉCIATION DES RÉSULTATS :

Contrôles en cours de formation (épreuves écrites et orales) et partiels en fin de semestres, avec remise de bulletins de notes et appréciation de l'équipe pédagogique. Le stagiaire reçoit une fiche bilan d'évaluation des compétences et des savoirs par matière à l'issue de chaque semestre.

ÉCOLE SUPÉRIEURE
TECHNIQUE PRIVÉE

29, rue René Lote / 56100 LORIENT

www.sup-affaires.com



VOTRE PROGRAMME

1^{ÈRE} ANNÉE (492 H) :

SÉMINAIRE D'INTÉGRATION

- Team building
- Outils linguistiques
- Créativité digitale
- Distribution et logistique

• DISTRIBUTION ET LOGISTIQUE

- > Connaître les dimensions de la supply chain afin d'optimiser les stocks et les flux et améliorer la rentabilité de l'entreprise

• Stratégie d'entreprise

- > Maîtriser les fondements de la stratégie afin d'améliorer la performance des entreprises

• STRATÉGIE MARKETING

- > Bâtir une stratégie marketing d'entreprise et la décliner en plan marketing B o B ou B to C

• STRATÉGIE COMMERCIALE

- > Initier et accompagner la mise en place d'une démarche commerciale complète

• DROIT DES AFFAIRES

- > Maîtriser les règles juridiques fondamentales qui régissent la création et la vie des sociétés

• PILOTAGE STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL

- > Établir un diagnostic stratégique et opérationnel de l'entreprise basé sur le contrôle de gestion

• MANAGEMENT DE PROJET

- > Conduire un projet en termes de performances, de qualité, de contrôle des coûts et de maîtrise des délais. Coordonner une équipe autour d'un projet global.

• CONDUITE DE CHANGEMENT

- > Piloter un changement en entreprise, en construisant le système de pilotage, de formation et de communication

• MANAGEMENT DES ORGANISATIONS

- > Comprendre le contexte de l'entreprise afin d'adapter le management et être force de proposition dans l'organisation

• ANGLAIS (1^{ÈRE} ET 2^{ÈME} ANNÉE)

- > Développer les compétences linguistiques orales et écrites nécessaires en milieu professionnel

• INTERNATIONAL MARKETING

- > Understand the strategic and operational policy of the companies internationally

• ETUDE DE MARCHÉ ET COMPORTEMENTS DU CONSOMMATEUR

- > Identifier le profil de ses consommateurs et estimer la taille du marché au travers d'une recherche marketing fondée

• LANCEMENT DE MARQUE

- > Mettre en œuvre sa stratégie de marque en définissant son identité et établir son plan de lancement

• MÉMOIRE DE PROJET PROFESSIONNEL

- > Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée basée sur le diagnostic de l'environnement de l'entreprise. Réaliser un projet innovant mobilisant les connaissances acquises dans le cadre de la formation. Il est centré sur l'étude d'un cas concret ou d'une problématique d'entreprise. L'accent est mis sur l'analyse de l'environnement stratégique de l'organisation étudiée.

Pour les personnes en activité professionnelle ou ayant eu une activité professionnelle significative, la certification peut être obtenue par la formation ou la VAE (Validation des Acquis de l'expérience).

> Pour ce type de parcours, consultez-votre conseiller en formation.

Le programme est découpé en blocs de compétences. Chaque bloc peut être réalisé et validé de façon autonome et indépendante. L'examen se déroule alors sous forme ponctuelle. La moyenne à chaque bloc permet l'obtention du diplôme.

2^{ÈME} ANNÉE (524 H) :

Spécialité Stratégie Commerciale

OBJECTIF : Pilotage d'un projet sur l'année, de la création d'entreprise à la mise en œuvre de la stratégie commerciale.

• CULTURE ET NÉGOCIATION

- > Négocier à l'international en tenant compte des particularités culturelles

• EXPERTISE COMMERCIALE

- > Maîtriser la négociation avec les acheteurs professionnels et établir des propositions commerciales adaptées

• CULTURE ENTREPRENEURIALE

- > Développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise mais aussi transmettre cette culture à son équipe

• SALES MANAGEMENT

- > Maîtriser l'utilisation des outils de gestion commerciale, des plus simples aux plus complexes

• STRATÉGIE D'ACHATS

- > Connaître le rôle stratégique de la fonction Achats, son impact sur les résultats, et acquérir des aptitudes à négocier et contractualiser les acquis de la négociation

• SUPPLY CHAIN

- > Savoir gérer et optimiser la supply chain au niveau international

• POLITIQUE DE COMMUNICATION INTERNE

- > Bâtir la stratégie de communication interne d'une entreprise et la décliner en plan de communication

• STRATÉGIE E-BUSINESS ET OMNISCANALE

- > Définir la stratégie digitale d'une entreprise en intégrant la dimension omniscanale

• STRATÉGIE DES MÉDIAS

- > Définir une stratégie média efficace et performante au service de la stratégie de communication de l'annonceur

• STRATEGIC THINKING

- > Prendre conscience des enjeux socio-économiques mondiaux et leur implication pour optimiser l'efficacité des stratégies d'entreprise

• DROIT

- > Maîtriser les règles juridiques permettant de se protéger des contrefaçons et de maîtriser les actions publicitaires sur internet

• STRATÉGIE COMMERCIALE ET DÉMARCHE QUALITÉ

- > Définir et piloter une stratégie commerciale performante en intégrant la démarche qualité

• MARKETING ET PRISE DE DÉCISION

- > Définir et mettre en place le plan d'action marketing opérationnel

• PITCH « DÉFINIR UNE STRATÉGIE D'ENTREPRISE »

- > Définir une stratégie d'entreprise basée sur un diagnostic pertinent et des préconisations et recommandations de qualité, pour le compte d'une entreprise réelle (travail de groupe)

• THÈSE PROFESSIONNELLE

- > Le travail de thèse professionnelle traitera de problématiques afférentes aux stratégies de décision de l'entreprise. L'étudiant s'appuiera sur l'analyse des environnements interne et externe de l'entreprise et conceptualisera les modèles d'analyse, d'exploitation et de contrôle. Il devra préconiser des orientations et des solutions répondant à la problématique posée. A cet effet, il utilisera tous les savoirs et compétences liés à la spécialité.



ÉCOLE SUPÉRIEURE
TECHNIQUE PRIVÉE

29, rue René Lote / 56100 LORIENT

www.sup-affaires.com