

MASTÈRE MSE MANAGER EN STRATÉGIE D'ENTREPRISE

BAC+5

TITRE RECONNU PAR L'ÉTAT
DE NIVEAU 7
300 CRÉDITS ECTS

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.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- 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.

RYTHME PÉDAGOGIQUE

DURÉE : 1016 heures réparties sur 2 ans de septembre N à septembre N+2.

RYTHME D'ALTERNANCE : 1,5 jours d'école par semaine. Rythme de formation permettant de concilier une immersion professionnelle et une formation complète.

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 37069

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

CONDITIONS D'ADMISSION

- Bac + 3 validé*
ou Bac +2 suivi de 5 années d'expérience dans le secteur tertiaire
- Passage de tests d'entrée
- Dossier de candidature et entretien

*Autre profil : contactez-nous

PUBLIC

- Etudiants
- Salariés (reconversion, promotion)
- Demandeurs d'emplois
- Accessibilité aux publics en situation de handicap

COMPÉTENCES CLÉS

- Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement.
- Élaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle.
- Développer son leadership et fidéliser les équipes.

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 to 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 oeuvre 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.

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 oeuvre 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 OMNICANALE

Définir la stratégie digitale d'une entreprise en intégrant la dimension omnicanale

• 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 DÉMARCHÉ 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.

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-nous !

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.

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.

EMPLOIS VISÉS

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



ÉCOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE ET MANAGEMENT

L'école d'aujourd'hui !

02 97 64 66 69
29 Rue René Lote
56100 LORIENT

www.ecole-supaffaires.fr

