

MASTÈRE EN ALTERNANCE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL & ENTREPRENEURIAT

BAC
+5

TITRE APPARTENANT AU
CERTIFICATEUR ECORIS

CERTIFIÉ PAR FRANCE COMPÉTENCES AU NIVEAU 7

N° RNCP : 37069

Enregistré le 23/11/2022



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Seconder un responsable d'une enseigne dans le développement de la relation avec la clientèle.

Acquérir des réflexes commerciaux, pour pouvoir prendre des initiatives et ainsi évoluer vers des postes à responsabilités.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Cours alternant des apports théoriques et des exercices pratiques.
- Une équipe pédagogique composée de formateurs et de professionnels diplômés issus du monde de l'entreprise.

RYTHME PÉDAGOGIQUE

- **DURÉE :** 658 heures réparties sur 2 ans.
- **RYTHME D'ALTERNANCE :** 11 semaines complètes d'école réparties sur l'année.
Rythme de formation permettant de concilier une immersion professionnelle et une formation complète.
- **COURS DISPENSÉS EN FACE À FACE**
- **PROCHAINE RENTRÉE :** Septembre 2026

À LA FIN DE LA FORMATION, VOUS OBTENEZ

Sous condition de validation (voir règlement d'examen)

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

ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE



CONDITIONS D'ADMISSION

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

*Autre profil : contactez-nous.

Il existe des équivalences et correspondances possibles avec l'ancienne certification mais pas de passerelle possible : RNCP3472 Manager en stratégie et développement stratégique



PUBLIC

- Etudiant(e)s
- Salarié(e)s (reconversion, promotion)
- Demandeur(euse)s 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



TARIFS & PRISE EN CHARGE - APPRENTISSAGE

Aucun frais d'inscription ou de formation n'est à la charge de l'étudiant(e).
11 640 € pour les 2 années d'études. Pris en charge par l'OPCO de l'entreprise d'accueil, reste à charge de 750€ payable par l'employeur.

Votre programme

DURÉE DE FORMATION :
2 ANS (658 HEURES)

ANNÉE 1 (364 H) SÉMINAIRE D'INTÉGRATION

- Team building
- Créativité digitale

Stratégie d'entreprise

Assimiler et maîtriser les concepts d'opérationnalisation d'une stratégie d'entreprise.

Veille stratégique et juridique

Accompagner l'entreprise face à l'évolution de son environnement juridique.

Stratégie Marketing

Bâtir une stratégie marketing d'entreprise et la décliner en plan marketing en BtoB comme en BtoC.

Management de la qualité

Intégrer une démarche qualité (SMQ) au seuil de l'entreprise en s'appuyant sur des normes ISO telles que la norme ISO 9001:2015.

Stratégie commerciale

Développer un savoir-faire commercial concret et opérationnel transposable, par exemple, à un projet de création d'entreprise.

Droit des affaires

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

Business model durable et collaboratif

Projets pratiques et collaboratifs autour des entreprises régénératives.

Pilotage stratégique & opérationnel

Mettre en œuvre le pilotage stratégique et opérationnel de l'entreprise au travers des outils du contrôle de gestion.

Stratégie e-business & omnicanale

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

Études de marché et comportements du consommateur

Mieux connaître son marché et ses consommateurs. S'initier aux principaux processus psychologiques qui sous-tendent les choix, préférences et décisions des consommateurs. Connaitre la démarche et la mise en œuvre de la recherche Marketing.

Stratégie de marque

Définir et mettre en place le plan d'action marketing opérationnel (Orientation marketing client).

Marketing opérationnel

Définir et mettre en place le plan d'action marketing client omnicanal.

Distribution et logistique

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

ANNÉE 2 (294 H)

Management de projet

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

Leadership

Asseoir son leadership par un management situationnel afin de promouvoir les compétences individuelles et collectives de l'équipe pour développer motivation, autonomie et efficience collaborative.

Politique de communication interne

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

Conduite du changement

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

Expertise commerciale

Maîtriser la négociation avec les acheteurs professionnels, établir des propositions commerciales adaptées, se faire connaître dans les réseaux et clubs d'entreprises.

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.

Culture entrepreneuriale

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

Culture & négociation

To succeed in international business through culture understanding.

Management de la force de vente

Maîtriser l'utilisation des outils informatisés de gestion commerciale (CRM), des plus simples aux plus complexes.

Mémoire (1ère et 2ème années)

Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée. Développer sa capacité d'analyse et d'argumentation. Structurer son raisonnement. Améliorer ses qualités rédactionnelles. Diagnostiquer l'environnement de l'entreprise. Prendre du recul par rapport à ses missions et les rattacher à la stratégie globale de l'entreprise.

Anglais (1ère et 2ème années)

Justifier d'un niveau B2.

PITCH

Définir une stratégie d'entreprise basée sur un diagnostic pertinent et des préconisations et recommandations de qualité, pour le compte d'un annonceur réel ou business game virtuel (travail en groupe). Chaque groupe devra être force de proposition. L'accent sera mis sur la stratégie marketing, de communication et commerciale de l'entreprise objet de l'étude.

+ Boost IA

Module complémentaire pour apprendre à utiliser l'IA.

Sur inscription

RÈGLEMENT D'EXAMEN

L'appréciation du travail se fera tout au long de l'année. Le travail continu tient une place particulièrement importante dans notre appréciation de la progression d'un étudiant. Des évaluations relatives aux attentes professionnelles rythmeront la formation des 2 années.

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.

VALIDATION D'EXAMEN

SYSTÈME D'ÉVALUATION

- Contrôles en cours de formation (épreuves écrites et orales) et partiels en fin de semestres, avec remise de bulletins de notes et appréciations de l'équipe pédagogique.
- Un bilan individuel d'acquisition des compétences et des savoirs est réalisé en fin de chaque semestre.
- Tout au long de son parcours pédagogique, l'étudiant élaboré un projet personnel qui fait l'objet d'un mémoire et d'une soutenance devant un jury de professionnels.

Emplois visés

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