

MASTÈRE MANAGER EN STRATÉGIE D'ENTREPRISE, OPTION STRATÉGIE DIGITALE

Titre reconnu par l'État de niveau 7 (Bac +5)

MÉTIERS VISÉS

- Fonctions de direction et d'encadrement
- Responsable de service marketing
- Responsable du développement commercial, e-commerce
- Consultants dans des cabinets orientés vers le management

DURÉE

- 1015 heures réparties sur 24 mois : septembre N à septembre N+2
- Rythme de formation permettant de concilier une immersion professionnelle et une formation complète

RYTHME

- 1 jour en formation / 4 jours en entreprise par semaine

CONDITIONS D'ADMISSION

1^{re} année

- Bac+3 validé (180 crédits ECTS) ou Bac+2 et 5 ans d'expérience

2^e année

- Bac+4 validé dans le domaine considéré (240 crédits ECTS)
- Notes et appréciations scolaires
- Entretien individuel de motivation
- Tests d'orthographe, d'anglais, de logique et de personnalité

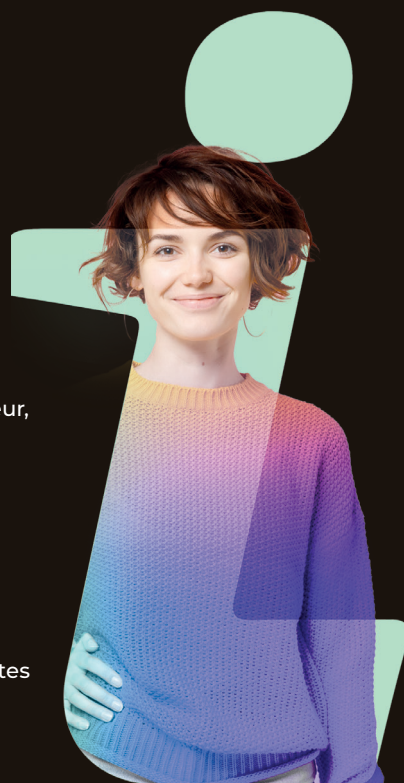
MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Cours dispensés en présentiel alternant des apports théoriques et des exercices pratiques réalisés principalement en projet de groupe
- Accompagnement individuel sur le Mémoire et la Thèse professionnelle
- Pour chaque cours, feuille d'émargement à signer par l'alternant et le formateur, attestant ainsi de la réalisation de l'action de formation

À LA FIN DE LA FORMATION, VOUS OBTENEZ*

- Le titre "Manager en Stratégie d'entreprise" est reconnu par l'Etat niveau 7. Le titre est délivré par ECORIS et préparé en partenariat avec le certificateur. Le titre est enregistré le 23/11/2022 par France Compétences sous le n°RNCP 37069, code diplôme 16X31018 et code NSF 310 (Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion). Le titre est accessible par la VAE. Pour toute information, consultez le site vae.gouv.fr et pour la demande de recevabilité le site service-public.fr/particuliers/vosdroits/R10282
- Le diplôme MBA "Management et stratégie digitale"
- La certification Linguaskill Business

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



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le/la manager de la stratégie et de la politique commerciale doit définir et mettre en œuvre la stratégie marketing pour l'ensemble des produits/services de l'entreprise. Il/elle doit définir la stratégie commerciale selon les objectifs de rentabilité définis. Il/elle définit la mise en place de la stratégie de communication digitale de l'entreprise.

PUBLIC

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

COMPÉTENCES CLÉS

- Concevoir une stratégie de développement adaptée aux spécificités de l'entreprise et de son environnement.
- Implémenter une politique e-commerce et participer au contrôle des indicateurs de performance.
- Mise en place des stratégies e-business, stratégie commerciale et stratégie des médias.
- Développement de site web.

APPRÉCIATIONS DES RÉSULTATS

- Contrôles continus avec des épreuves écrites et orales (40% de la note finale) et examens tous les semestres (60% de la note finale).
- Remise de bulletins de notes et appréciations de l'équipe pédagogique.
- Après chaque examen, l'alternant reçoit une fiche d'évaluation des compétences par matière.
- Lors du parcours pédagogique, l'alternant élabore un Mémoire en 1^{er} année et une thèse professionnelle en 2^{er} année, à soutenir devant un jury professionnel.

LES MOYENS TECHNIQUES



Possibilité de déjeuner sur place ou dans l'environnement proche



Salles informatiques et wifi



Suite Office 365



Salles équipées de vidéoprojecteur



Bibliothèque virtuelle



P.LIGNAN
Réfèrent Handicap
p.lignan@istef.fr

VOTRE PROGRAMME

1^{re} ANNÉE (497 HEURES)

SÉMINAIRE D'INTÉGRATION

- Team Building
- Outils linguistiques
- Créativité digitale

TECHNIQUES PROFESSIONNELLES

- Distribution et logistique
- Stratégie d'entreprise
- Stratégie marketing
- Stratégie commerciale

FONDAMENTAUX DE LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE

- Pilotage stratégique
- Management de projet
- Conduite du changement
- Leadership

BUSINESS ENGLISH

- Anglais (préparation du Linguaskill)
- International marketing

PROJETS PROFESSIONNELS

- Mémoire de projet professionnel
- Étude de marché et comportement du consommateur
- Marketing opérationnel

EXAMENS

TRAVAUX DIRIGÉS ET RÉVISIONS

2^e ANNÉE (518 HEURES)

TECHNIQUES PROFESSIONNELLES

- Politique de communication interne
- Marketing et prise de décision
- Stratégie des médias
- Stratégie thinking
- Droit des sociétés
- Stratégie commerciale et démarche qualité
- Stratégie e-business et omnicanale

ENSEIGNEMENT DE SPÉCIALITÉ

- Webmarketing
- Développement de sites internet
- Créativité digitale

BUSINESS ENGLISH

- Anglais

PROJETS PROFESSIONNELS

- Thèse professionnelle
- Le Pitch

BUSINESS GAME

EXAMENS

TRAVAUX DIRIGÉS ET RÉVISIONS + RENTRÉE



Le programme est également 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.

BLOC 1

Concevoir une stratégie de développement adaptée aux spécificités de l'entreprise et de son environnement.

BLOC 2

Piloter et mettre en place la stratégie de développement commerciale et marketing.

BLOC 3

Mobiliser des ressources opérationnelles correspondant au potentiel marché.

BLOC 4

Manager les hommes et les équipes.

BLOC 5

Élaborer et piloter une stratégie de communication digitale.