

MASTÈRE MANAGER DE LA STRATÉGIE ET DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE, OPTION E-BUSINESS

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

MÉTIERS VISÉS

- Responsable Marketing et E-Business
- Responsable Communication Web
- Business Developer
- Responsable Commercial(e)
- Business Unit Manager
- Responsable de la Communication

DURÉE

- 1032 heures réparties sur 24 mois : avril N à avril 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)

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

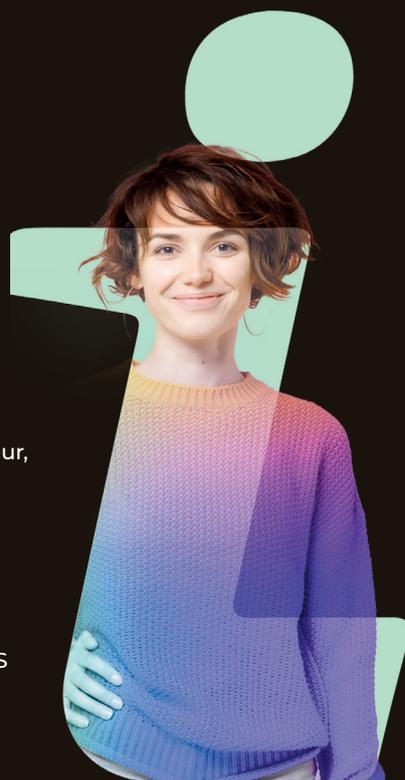
MOYENS PÉDAGOGIQUES

- 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 de la Stratégie et de la Performance Commerciale option E-business" est reconnu par l'Etat niveau 7. Le titre est délivré par TALIS Compétences et Certifications et préparé en partenariat avec le certificateur. Le titre a été enregistré le 15/09/2021 par France Compétences sous le n°RNCP 35894, code diplôme 16X31207 et code NSF 312 (Commerce, vente). 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

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



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le/la manager de la Stratégie et de la Performance Commerciale assure toutes les missions liées à la définition, la conception et à l'animation de la stratégie marketing, communication et Web de l'entreprise. La stratégie devant être en phase avec l'évolution du comportement des consommateurs à l'évolution numérique.

PUBLIC

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

COMPÉTENCES CLÉS

- Savoir contribuer au développement de l'entreprise grâce au pilotage d'un projet marketing et de communication.
- Elaborer la stratégie commerciale multicanale et savoir optimiser sa performance.
- Savoir budgéter et contrôler la réalisation des affaires.
- Manager des équipes.

APPRÉCIATIONS DES RÉSULTATS

- Contrôles continus (épreuves écrites et orales) et examens en fin d'année avec 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



Ecrans connectés



Suite Office 365



Wifi



Bibliothèque virtuelle



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

VOTRE PROGRAMME

1^{re} ANNÉE

TEAM BUILDING

ANALYSER LE MARCHÉ ET SES ENJEUX

ÉLABORER UNE RECOMMANDATION MARKETING COMMUNICATION

ELABORER UN PLAN D'ACTIONS MARKETING ET COMMUNICATION

PILOTER UN PROJET MARKETING ET COMMUNICATION

TRANSVERSAL

- Bureautique (Excel)
- Anglais
- Se familiariser avec les logiciels de PAO (Photoshop, Illustrator, Indesign...)
- Exploiter les outils de business Intelligence
- Construire un site Web niveau 1
- Concevoir des contenus audiovisuels pour le Web
- Team Building
- Thématiques professionnelles

LIVRABLES CERTIFICATION

- Dossier de synthèse Fil Rouge
- Travail d'études et de recherche

RÉVISIONS

EXAMENS

2^e ANNÉE

PILOTAGE DE LA VEILLE ET ANALYSE DU MARCHÉ POUR LE DÉVELOPPER

ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE MARKETING ET COMMERCIALE

PILOTAGE BUDGÉTAIRE DES PROJETS

MANAGER DES ÉQUIPES

DÉPLOIEMENT DE LA STRATÉGIE MARKETING DIGITALE ET DU PLAN D'ACTIONS OPÉRATIONNELLES

TRANSVERSAL MARKETING DIGITAL

- Anglais
- Atelier PAO
- Méthode agile
- Technique de rédaction pour le Web
- Story telling
- Business Game

LIVRABLES CERTIFICATION

- Dossier de synthèse Fil Rouge
- Mémoire Universaliste Secteurs Transverses
- Pitch

RÉVISIONS

EXAMENS



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 & BLOC 2

- Analyser le marché et ses enjeux.
- Pilotage de la veille et analyse du marché pour le développer.
- Elaborer une recommandation marketing et communication
- Elaboration de la stratégie marketing et commerciale.

BLOC 3 & BLOC 4

- Elaborer un plan d'action marketing et communication.
- Pilotage budgétaire des projets.
- Piloter un projet marketing et communication.
- Manager des équipes.

BLOC 5

- Déploiement de la stratégie marketing digitale et du plan d'actions.

BLOC TRANSVERSAL

- Marketing digital.

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).