

MSC Management Achats & Logistique

Bac⁺⁵

RECONNU
PAR L'ETAT
NIVEAU I

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

Envie de :

- Développer vos compétences dans le domaine des achats et de la logistique ?
- Améliorer la productivité d'une organisation ?
- Développer votre sens de la négociation commerciale ?

FINALITES PROFESSIONNELLES :

- Responsable logistique
- Responsable des achats
- Responsable gestion des stocks et flux
- Consultant logistique

CONDITIONS D'ADMISSION

1^{ère} année :

- Bac+3 validé (180 crédits ECTS)
- Passage des tests d'entrée dans la spécialité et en anglais
- Lettre de motivation et entretien

2^{ème} année :

- Bac+4 validé dans le domaine considéré (240 crédits ECTS)
- Passage des tests d'entrée dans la spécialité et en anglais
- Lettre de motivation et entretien

A LA FIN DE LA FORMATION, VOUS OBTENEZ :

- Le titre « Manager en Stratégie et Développement d'entreprise » titre reconnu par l'Etat niveau I (Bac+5) ;
- Le diplôme MSc Management Achats & Logistique (sous condition de validation du B2 au BULATS) ;
- La certification BULATS (Business Language Testing Service) en anglais ;
- Obtention de 120 crédits ECTS ;
- Possibilité de valider le MBA UWS.

VOTRE PROFIL

- Créativité
- Sens du relationnel
- Maîtrise des outils informatiques
- Rigueur et organisation
- Solides connaissances en anglais

PÉDAGOGIE

Cours dispensés par des professionnels reconnus dans le domaine de spécialité. Accompagnement individuel sur le mémoire et la thèse professionnelle.

Les + pédagogiques : Une pédagogie innovante basée sur des projets professionnels et des jeux d'entreprise. Réalisation d'une étude de marché puis lancement de marque en 1^{ère} année.

Pitch en fin de M2 : Une semaine intensive pour proposer une stratégie d'entreprise adaptée à la problématique d'une entreprise locale en mode «cabinet de consultant».

Des projets stimulants en groupe tout au long de l'année !

CYCLE DE FORMATION

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

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

Evaluation : CCF avec épreuves écrites et orales + partiels en fin de semestre.

Un rythme de formation permettant de concilier une immersion professionnelle riche et une formation complète avec :

3 jours de formation du mercredi au vendredi / 10 jours en entreprise

CHAMBÉRY | ANNECY | ANNEMASSE | LYON


ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE



www.ecoris.com

1^{ère} année :

• Séminaire d'intégration

- > Team building
- > Outils linguistiques

> 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 BtoB ou BtoC

> 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

Etablir 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 du 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 : **Spécialité Achats et Logistique**

Objectif : Manager un projet achats-logistique complexe en équipe.

> Expertise logistique

Maîtriser les processus de la Supply Chain, les méthodes de gestion des stocks et des flux ainsi que le fonctionnement des ERP / progiciels de gestion intégrée

> Négociation et contrat achats

Maîtriser les techniques de négociation afin de conclure et rédiger un contrat achat

> Marketing stratégique achats

Réaliser un diagnostic achat afin d'optimiser la performance de la fonction achat

> Supply chain

Understand International supply chain management

> Management de projet et technologies

Savoir lire des plans et connaître les différentes techniques de fabrication pour maîtriser la qualité et les prix de revient

> Quality management

Connaître les principes de base du système de management de la qualité pour améliorer les performances de l'entreprise

> 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

> Stratégic Thinking

Prendre conscience des enjeux socio-économiques mondiaux et leurs implications 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 en 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 internes et externes de l'entreprise et conceptualisera les modèles d'analyse, d'exploitation et 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.

