

MSC Management & Stratégie Commerciale

Bac⁺⁵

RECONNU
PAR L'ETAT
NIVEAU I

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

Envie de :

- Acquérir une vision stratégique de l'entreprise ?
- Manager une équipe et optimiser ses performances ?
- Améliorer vos capacités de négociation ?
- Piloter des stratégies de développement commercial ?

FINALITES PROFESSIONNELLES :

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

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 & Stratégie Commerciale (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

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Durée de la formation : 2 ans

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 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 des 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 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.

Bac⁺⁵



ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

CHAMBÉRY | ANNECY | ANNEMASSE | LYON



www.ecoris.com