MASTER GRANDE ECOLE
Titre visé Grade de Master - RNCP35019
"Diplôme de l'École Supérieure de Commerce de Dijon"

PROGRAMME DE FORMATION APPRENTISSAGE – CAMPUS DE DIJON

Public visé

Le Master Grande École en contrat d'apprentissage sur le Campus de Dijon est accessible à partir du 2ème semestre de la 2ème année du Programme Master Grande École pour une durée de 21 ou 24 mois aux étudiants ayant validé par équivalence ou ayant suivi l'ensemble des modules permettant d'acquérir l'intégralité des compétences associées aux 3 premiers semestres de formation.

Ce cursus est compatible avec toutes les spécialisations de 3ème année offertes sur le Campus de Dijon, sauf les MSc.

Tous les étudiants peuvent suivre ce cursus, qu'ils soient entrés à l'École en 1ère année du Programme Master Grande École par le concours BCE ou par le concours Passerelle 1, ou encore en 2ème année du Programme Master Grande École par le concours Passerelle 2 ou le concours.

Date et lieu de formation

Durée de la formation : 21 ou 24 mois.
Démarrage de la formation en janvier (fin de contrat au 30/09 ou 31/12 de l'année suivante)
Lieu : ESC Dijon-Bourgogne (Burgundy School of Business)
29 rue Sambin, 21000 DIJON

Équipe pédagogique

Directeur de Programme Master Grande École : M. Ahmed DAMMAK
Directeur des Etudes : Mme Camille PELLETIER
L'équipe pédagogique des professeurs de BSB.

Table des modules – Objectifs et contenu de la formation

L'objectif de la formation est de certifier des cadres généralistes disposant de capacités managériales et humaines pour exercer des fonctions d'encadrement au sein d'entreprises ou d'organisations nationales et internationales.

La formation permet de développer des compétences transversales : capacité à entreprendre et à innover, capacité à s'adapter à son environnement et aux évolutions technologiques, et capacité à proposer des solutions à des problèmes complexes. Ces différentes compétences permettent aux diplômés de travailler en équipes pluridisciplinaires et multiculturelles.

Les compétences transversales développées sont complétées par l'acquisition de compétences métiers en lien avec les aspirations de chacun. L'objectif de la formation

est de répondre aux besoins en compétences des entreprises et de faciliter l'insertion sur le marché du travail de chaque certifié.

La formation est découpée en plusieurs étapes.

Pour débuter, le programme permet de consolider les fondamentaux du management et de commencer à approfondir les matières spécifiques afin de préparer la spécialisation de Master 2.

Les cours de spécialisation dispensés en Master 2 permettent d'aborder les différentes compétences liées aux métiers. Les cours de synthèse sont centrés sur l'acquisition des compétences managériales.

MASTER 1	
MEMO : Initiation méthodologie à la recherche	
Droit du travail	
Langue Vivante 1 : Anglais – English for Business	
2 modules électifs au choix dans l'un des tracks proposés :	
Track Marketing	Luxury Marketing and premium products
	Digital Content marketing
	Intelligence artificielle
Track Finance	Audit
	Financial & Economic news
	Banque et enjeux environnementaux
Track Management	Management de projet
	Supply Chain & Quality Management
	Géopolitique

MASTER 2	
Management Stratégique	Strategic Management
Gouvernance d'entreprises	Corporate Governance
Éthique des affaires	Business Ethics
Jeu d'entreprise final	
Méthodologie pour la thèse professionnelle	
Préparation à la thèse professionnelle	
Spécialisation	

PROGRAMME DETAILLE

MASTER 1

Tronc commun

Droit du Travail

Maîtriser les règles de base régissant les relations entre l'employeur et ses salariés afin de comprendre les objectifs du droit du travail. Ce module permettra d'aborder les sujets suivants : les sources du droit du travail, les différents types de contrat, l'exécution du contrat (durée du travail, rémunération, discipline), rupture du contrat de travail et les relations collectives du travail.

Objectifs d'apprentissage :

- Connaître les règles de fonctionnement des principaux types de contrat de travail
- Savoir identifier les risques et conséquences en matière d'exécution d'un contrat de travail.

MEMO : Initiation méthodologie à la recherche

L'objectif de ce travail est de permettre à l'alternant par un travail de nature académique d'approfondir un thème/un champ lié à sa mission et en lien avec son projet professionnel et de permettre une mise en application de l'expertise développée à des fins d'analyse d'une situation concrète.

Objectifs d'apprentissage :

- Être capable de lire et interpréter un article de recherche académique
- Être capable de faire le lien entre une expertise académique et une situation professionnelle.

Langue Vivante 1 : Anglais – English for Business

Apprentissage visé **:** Valider un niveau d'anglais reconnu par un test externe (TOEIC : score minimum 785).

Compétence visée :

- RNCP Bloc 7 : Evoluer dans un environnement international
  - S'exprimer dans les langues étrangères dans une situation professionnelle

Track Marketing

Digital Content marketing

Ce module présente des stratégies de narration et de contenu qui connectent l'entreprise à son public. Il traite d'une activité devenue critique pour la plupart des entreprises. Les personnes intéressées par la publicité en ligne, les médias sociaux, le marketing, le chef de produit, y trouveront un intérêt particulier. Ce module abordera les grands thèmes suivants : Brand Content, Territoire éditoriale, Types de contenu, Storytelling, Diffusion du contenu, Efficacité du marketing du contenu, Stratégie de Content Marketing

Objectifs d'apprentissage :

- Connaître les fonctions du content marketing par rapport aux autres formes de
- Savoir définir un territoire éditorial, produire du contenu et le diffuser
- Connaître les critères d'évaluation, les indicateurs de performance et les facteurs clés de succès du content marketing Savoir appliquer une stratégie de content marketing à un cas d'entreprise

Intelligence artificielle

Ce cours est une introduction à l'application de l'IA en management. Il adopte une perspective technologique, mais aussi managériale dans l'exploration des méthodes et approches employés par différents types d'organisations dans l'implémentation des technologies et systèmes de l'IA.

La perspective technologique explorera les bases technologiques pour le développement des systèmes IA au sein d'une organisation. La perspective managériale étudiera la manière dont l'adoption et l'implémentation des technologies IA impacte le fonctionnement opérationnel d'une organisation public ou privée.

Ce cours permettra aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour identifier la valeur stratégique de l'adoption de l'IA dans une organisations et son potentiel à améliorer le fonctionnement opérationnel et la performance de l'organisation.

L'objectif globale de ce cours est de conceptualiser et développer une stratégie IA pour une organisation afin d'améliorer son fonctionnement opérationnel et sa performance globale.

Objectifs d'apprentissage :
En combinant une perspective technologique, mais aussi managériale, les étudiants pourront à l'issue de ce module :
- Comprendre les notions fondamentales de l'IA
- Identifier comment les systèmes et technologies de l'IA impactent et transforment les organisations et la manière dont elles opèrent.
- Comprendre le processus d'implémentation des différents systèmes IA au sein d'une organisation publique ou privée.
- Analyser la valeur stratégique acquise d'une implémentation IA.
- Conceptualiser et développer une stratégie d'adoption et d'implémentation IA au sein d'une organisation publique ou privée.

Luxury Marketing and premium products

Ce cours enseigné en anglais permettra aux étudiants de développer des stratégies de marketing pour les biens et services de prestige. L'accent est mis sur les marques haut de gamme et de luxe. Le cours couvrira un ensemble de produits et de services tels que la mode, l'automobile, les boissons et l'hôtellerie. Une perspective internationale sera adoptée.

Objectifs d'apprentissage :
- Faire la différence entre les stratégies de marketing haut de gamme et de luxe.
- Comprendre les principaux cadres et théories du marketing haut de gamme et du luxe.
- Développer et mettre en œuvre des stratégies marketing efficaces pour les marques de luxe.
- Comprendre l'importance des différences internationales et interculturelles dans le marketing des marques haut de gamme et de luxe.

Track Finance

Audit

Le cours a comme ambition de faire découvrir le métier d'auditeur financier : aussi bien la vie d'un professionnel en cabinet d'audit, que la démarche d'audit. L'apprentissage se fait au travers d'exemples, de cas pratiques, d'exercices, d'entretiens en cabinet, ainsi que d'échanges d'expériences avec l'intervenant qui est un auditeur. Le cours fait référence aux NEP (normes d'exercice professionnel, normes de commissariat aux comptes françaises) et aux ISA (International Standards of Auditing, normes internationales d'audit).

Objectifs d'apprentissage :
- Savoir recueillir les informations pertinentes et les traiter efficacement
- Savoir respecter une déontologie professionnelle

Financial & Economic News

L'objectif de ce cours enseigné en anglais est de favoriser l'esprit critique des futurs managers et acteurs économiques, afin de décrypter les grands enjeux internationaux et mondiaux, une compétence nécessaire dans les stratégies des entreprises d'aujourd'hui (décision de délocaliser ou de s'installer dans un pays ou une région, connaissance de l'environnement économique, politique et social de la FMN et de ses filiales). L'accent particulier mis sur la recherche et l'analyse de données ainsi que le développement de compétences en matière de présentation orale et écrite vise également à préparer les étudiants aux activités de gestion des risques pays et d'intelligence économique.

Objectifs d'apprentissage :
- Connaître l'environnement juridique, économique et technologique de l'entreprise
- Être capable d'analyser une situation et d'avoir une vision critique
- Savoir communiquer efficacement, tant à l'oral qu'à l'écrit

Banque et enjeux environnementaux

Les banques, de par leur rôle économique déterminant au sein de l'économie réelle et auprès de leurs clientèles de particuliers et d'entreprises ont une responsabilité particulière dans le financement et la mise en œuvre de projets à forte connotation environnementale. En tant qu'entreprises, elles sont aussi concernées par la recherche de comportements sociaux en environnementaux vertueux. Ce module présentera le rôle des banques dans l'économie et surtout leur rôle en terme d'ESG et RSE.

Objectifs d'apprentissage :
Cette formation a pour objet de mieux appréhender les initiatives actuelles des banques et les perspectives qui en découlent pour répondre à ces enjeux majeurs sur leurs différents marchés

Track Management

Supply Chain & Quality Management

Ce cours aborde la gestion de la chaîne d'approvisionnement en étudiant notamment la planification, les achats, le contrôle des stocks et de la production, le transport et l'entreposage. Les étudiants se familiariseront avec des sujets tels que la conception de réseaux d'approvisionnement et de distribution alignés sur la stratégie commerciale de l'entreprise, ainsi que l'amélioration des performances grâce aux techniques SCOR, Lean et Six Sigma et à la gestion de la qualité. Ces concepts seront enrichis par l'étude des systèmes d'information logistique tirant profit des technologies innovantes.

Objectifs d'apprentissage :
- Identifier et décrire les aspects critiques de la gestion de la chaîne d'approvisionnement
- Analyser les stratégies et les tactiques pour améliorer les performances,
- Examiner les tendances actuelles en matière de gestion de la chaîne d'approvisionnement,
- Comprendre la notion de la qualité et l'apport des technologies notamment Blockchain, Intelligence artificielle, machine learning et deep learning.

Géopolitique

Ce cours a pour objet d'analyser quelques grandes questions géopolitiques modernes et leurs implications possibles pour les entreprises internationales.

Objectifs d'apprentissage :
- Définir le concept de géopolitique
- Comprendre et expliquer le raisonnement géopolitique
- Connaître et décrire quelques grands enjeux de la géopolitique contemporaine
- Analyser l'information et ses sources.

Management de projet

Ce module permettra aux étudiants de développer des savoir-faire en gestion de projet (planification, gestion des risques, évaluation des ressources, organisation et structuration) et des savoirs êtres (leadership, gestion de l'incertitude, management d'équipes). Ce module mêlera théorie, cas pratiques et exercices expérientiels pour permettre aux étudiants de mettre en pratique et de tester leurs compétences sur les éléments développés dans le cours. Des exemples concrets issus de leurs expériences d'apprentis pourront être mobilisés.

Objectifs d'apprentissage :
- Savoir utiliser les outils de base de la gestion de projet (dont planning, organigramme fonctionnel, gestion des risques, gestion budgétaire, etc…)
- Savoir analyser les différentes méthodes de management de projet pour faire des choix efficients sur des cas pratiques appliqués (issus de l'expérience en apprentissage si possible ou en stage préalablement)

MASTER 2

Modules de Tronc Commun

Management stratégique (Strategic Management)

Les quatre phases du processus de management stratégique :
- Diagnostic stratégique
- Élaboration et formulation d'une stratégie
- Mise en œuvre centrée sur la communication
- Contrôle et évaluation.

Objectifs d'apprentissage :
- Comprendre le management stratégique, le processus de planification stratégique et leurs implications organisationnelles.
- Acquérir les attitudes et les outils opérationnels pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer une stratégie.
- Intégrer, dans une perspective de management stratégique, des acquis et dimensions financières, de comportement organisationnel et du marketing.
- Pratiquer le management stratégique dans une étude de cas.

Compétence visée :
- RNCP Bloc 1 : Evaluer l'environnement juridique, économique, et technologique de l'organisation/entreprise pour définir et mettre en œuvre sa stratégie
    - Utiliser les outils et méthodes opérationnels pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer une stratégie

Gouvernance d'entreprises (Corporate Governance)

Théories et courants en gouvernance – Règlementation.
Recommandations et codes de bonne conduite.
Le conseil d'administration - zoom sur les femmes administrateurs - zoom sur les réseaux.
Le rôle des actionnaires - cas particulier du système coopératif.
Gouvernance et RSE : la gestion de la diversité.

Objectifs d'apprentissage :
- Comprendre le fonctionnement des différentes formes juridiques d'entreprises
- Savoir mener une réflexion sur la gouvernance d'une entreprise
- Savoir restituer des informations ou une analyse de manière synthétique.

Compétence visée :
- RNCP Bloc 3 : Définir et piloter la politique financière d'une organisation/entreprise
    - Mener une réflexion sur la gouvernance d'une entreprise

Éthique des affaires (Business Ethics)

Éthique fondamentale (bien, mal, valeurs personnelles).
Éthique formelle.
Les politiques éthiques : la déontologie, le développement durable, la RSE, l'économie sociale et solidaire.

Objectifs d'apprentissage :
- Connaître, comprendre et expliquer le comportement des individus et des groupes dans les organisations.
- Connaître et comprendre les principaux concepts, comportements et outils liés à l'éthique des affaires.
- Savoir analyser et résoudre un problème et savoir structurer sa pensée.

Compétence visée :
- RNCP Bloc 4 : Manager de manière responsable les ressources humaines au sein d'une organisation/entreprise
    - Identifier, évaluer et résoudre les conflits et dilemmes éthiques dans les organisations

Jeu d'entreprise final

Jeu d'entreprise complexe permettant une approche globale des problématiques d'entreprise et du travail en équipe.

Objectifs d'apprentissage :
- Mettre en pratique les compétences managériales acquises pendant la scolarité,
- Développer et confirmer les compétences génériques requises au cours de la formation.

Méthodologie de la thèse professionnelle

Cours d'initiation aux Méthodes de Recherche permettant de réaliser la thèse professionnelle.

Rédaction d'une problématique et d'une revue critique de la littérature, méthodologies qualitative, quantitative et expérimentale de collecte et d'analyse de données.

Objectifs d'apprentissage :
A l'issue du cours, l'étudiant devra pouvoir rédiger une proposition de recherche comprenant une question de recherche et la problématique qu'elle soulève, l'ébauche d'une revue critique de la littérature, un cadre théorique d'analyse et la proposition d'une méthodologie de collecte et d'analyse de données.

Préparation de la thèse professionnelle

Comme pour tout programme de niveau Master, cours portant sur la méthodologie de recherche à appliquer dans un travail du type thèse ou mémoire de recherche.

Le but de la thèse professionnelle (indispensable pour l'obtention du diplôme) est de répondre à une question relative au management et au milieu professionnel, en s'appuyant sur des connaissances académiques existantes et sur une analyse de données empiriques.

Objectifs d'apprentissage :
Permettre de rendre compte d'une réflexion structurée autour d'une problématique.

Compétence visée :
- RNCP Bloc 9 : Analyser un problème complexe et déployer un plan de résolution du problème
  - Analyser une situation problème
  - Mettre en perspective le problème et avoir une vision critique sur celui-ci
  - Proposer un plan d'action et de résolution du problème

Spécialisations

Toutes les spécialisations du Master Grande Ecole sont composées de modules qui concurrent ensemble à l'acquisition des compétences métiers du Bloc RNCP 8 - Exercer son expertise métier au sein d'une organisation :
  - Savoir évaluer l'environnement et les enjeux relatifs à l'exercice d'un métier
  - Démontrer la maitrise des techniques et pratiques relatives à l'exercice d'un métier
  - Porter un regard critique sur sa maitrise du métier et proposer des axes d'amélioration

Au-delà du référentiel du compétences RNCP, un référentiel détaillé par métier a été défini pour chacune des spécialisations.

Un catalogue de spécialisations est édité chaque année au printemps pour la campagne de choix de Master 2. Ce catalogue est susceptible d'évolutions chaque année et l'acceptation dans une spécialisation est soumise à des prérequis et/ou à une sélection par le responsable.

Listes des spécialisations en Master 2 (année scolaire 2022-2023) :
  - Banque et Gestion de Patrimoine
  - Finance d'Entreprise
  - Contrôle Financier
  - International Business
  - Ressources Humaines
  - Entrepreneuriat et Management de PME
  - Stratégie Commerciale

- Marketing Produits et Communication
- Communication Evénementiel

Les fiches de présentations de spécialisation ci-dessous donne une présentation non contractuelle des cours. Des ajustements académiques et pédagogiques sont susceptibles de faire évoluer les enseignements.

Intitulé de la Spécialisation :	**Banque et Gestion de Patrimoine (BGP)**

Présentation et objectifs de la spécialisation :

La spécialisation BGP a pour objectif de former aux métiers de la banque de détail et de la gestion de patrimoine, et notamment aux métiers de : conseiller clientèle de professionnels, conseiller entreprises, gestionnaire de patrimoine, responsable d'agence, analyste crédit. Elle vise à fournir un bagage professionnel permettant à l'étudiant de débuter sa carrière dans la banque avec tous les prérequis nécessaires. L'objectif est de **préparer aux connaissances techniques de base nécessaires à l'ensemble des métiers préparés** et de permettre **d'approfondir les connaissances techniques et la capacité d'analyse de la situation d'un client,** qu'il soit privé ou professionnel. La spécialisation inclut la préparation et le passage de l'examen AMF, certification obligatoire pour travailler en banque dans les métiers ci-après.

Compétences Métiers visées développées avec les cours

BGP-PS1	Savoir détecter les besoins et les attentes du client, être capable d'apprécier une situation et savoir adapter son discours au client
BGP-PS2	Avoir des connaissances techniques, juridiques et fiscales concernant les produits bancaires
BGP-PS3	Montrer des capacités d'analyse : analyse financière, analyse de la viabilité de l'entreprise ou la situation financière d'un client particulier ou professionnel
BGP-PS4	Avoir le sens du risque, connaître les risques du secteur bancaire et en avoir une bonne maîtrise (risque de contrepartie, risques opérationnels, risque de liquidité, risque systémique)

Compétences développées à l'occasion des expériences en entreprise

BGP-PS5	Avoir des compétences commerciales : savoir négocier, savoir dire proposer des solutions alternatives, savoir finaliser un acte de vente
BGP-PS6	Savoir se tenir informé en permanence sur l'actualité économique et financière
BGP-PS7	Être rigoureux dans la proposition commerciale, dans l'analyse de la situation et dans le suivi du client
BGP-PS8	Maîtriser les règles et les procédures propres au secteur bancaire, savoir les utiliser en situation et agir en conformité
BGP-PS9	Faire preuve d'honnêteté, de déontologie et porter les valeurs sociétales de l'entreprise
BGP-PS10	Savoir travailler en autonomie tout en mobilisant les compétences disponibles dans l'entreprise si nécessaire : travailler de façon transversale, savoir aller chercher les compétences et l'information pertinentes et avoir l'esprit de l'entreprise

Métiers "cibles" auxquels prépare la spécialisation :

- Conseiller clientèle de professionnels
- Conseiller entreprises
- Gestionnaire de patrimoine
- Responsable d'agence
- Analyste crédit

Module 1 : Les placements	**Description :** - Marchés boursiers, obligataires, monétaires - Gestion collective, gestion pour compte de tiers, gestion thématique. - Mathématiques financières. - Les placements à destination des particuliers : gamme classique, gamme patrimoniale, fiscalité.

	- L'immobilier : immobilier physique et papier, neuf et ancien, avantages fiscaux liés (Pinel, Malraux, Monuments Historique, LMNP, déficit foncier, bien démembré) - L'assurance IARD : règlementation, acteurs, principaux contrats. - La retraite (PEE, PERCO, Article 83, PERP, PERM…) - Gestion d'un portefeuille avec Bloomberg
Module 2 : Management de la banque	**Description :** - Préparation à la certification AMF. - Cadre institutionnel français, européen et international. Règlementation anti-blanchiment. - Accords de Bâle. - Risques bancaires : risque de marché, risque opérationnel (couverture, quantification, réglementation), risque de crédit, risque de liquidité. Asset Management. - Bilan bancaire. Rentabilité d'un établissement bancaire. - Problématique des taux négatifs. - Marketing bancaire – Distribution bancaire - Actualités bancaires - Audit interne et conformité
Module 3 : Le dossier de financement	**Description :** *Typologie des crédits et des financements, demande de financement* - Le financement des professionnels (étude de cas concrets, demandes de financement, analyse des liasses fiscales, étude des garanties) - Les crédits aux entreprises : financement de l'activité, financement des projets (équipements, immobilier, international), cautions et garanties, montage d'un dossier de crédit, plan de financement. - La couverture du risque de change et du risque de taux.
Module 4 : Gestion de patrimoine	**Description :** - Droit : régimes matrimoniaux, libéralités et successions, droit des familles, holdings, sociétés civiles, SAS, démembrement de propriété. - Fiscalité : l'impôt (IR, ISF, IS), fiscalité des revenus (jetons de présence, comptes courants d'associés, stock-options, épargne, revenus fonciers), fiscalité des plus-values (mobilières, immobilières). - Donation, succession, transmission du patrimoine privé et professionnel - Assurance vie : retour sur les notions de régimes matrimoniaux, de droits de succession, typologie des contrats d'assurance vie. - Diagnostic patrimonial (découverte client, organisation de l'entretien, univers du client, décryptage de ses attentes, analyse juridique, financière et fiscale, propositions écrites et orales, devoir d'information et de conseil) - Les crédits aux patrimoniaux (prêts immobiliers, crédits de développement et d'optimisation, effet de levier du crédit). - Environnement règlementaire croissant dans la pratique quotidienne et commerciale de l'activité de gestion de patrimoine

Intitulé de la Spécialisation :	**Finance d'Entreprise (FE)**

Présentation et objectifs de la spécialisation :

La spécialisation FE se propose d'offrir aux étudiants qui le souhaitent un approfondissement et un élargissement de leurs connaissances en finance d'entreprise, au-delà du tronc commun. Elle prépare aux métiers de la direction financière d'entreprise (incluant le contrôle de gestion, le contrôle interne, la gestion de trésorerie, la communication financière, la politique de financement, l'évaluation d'entreprise, la gestion des risques, la gestion financière internationale) et du consulting financier.

Compétences Métiers visées :

Compétences évaluées dans le cadre des enseignements de spécialisation et éventuellement développées lors des expériences en entreprise

PS FE 01	Savoir piloter et contrôler l'information financière d'une entreprise (maîtriser la comptabilité générale et consolidée, connaître les principes des normes IFRS, savoir piloter une clôture)
PS FE 02	Savoir analyser et piloter la performance économique de l'entreprise (maîtriser la comptabilité analytique, l'analyse de coûts, les budgets, les forecasts, les tableaux de bord)
PS FE 03	Savoir préparer, prendre et mettre en œuvre une décision financière (court terme, long terme, enjeux de finance internationale)
PS FE 04	Avoir des capacités d'analyse et de prise de recul (savoir challenger les hypothèses)
PS FE 05	Être capable de participer à la définition et la mise en œuvre des orientations stratégiques de l'entreprise

Compétences potentiellement développées à l'occasion des expériences en entreprise

PS FE 06	Savoir mettre en œuvre une démarche de gestion des risques et de contrôle interne (respect des procédures, conformité, connaissance des lois SOx et LSF)
PS FE 07	Connaître les aspects juridiques et fiscaux de l'entreprise (droit social et fiscal) et savoir les intégrer dans une décision
PS FE 08	Être capable d'utiliser les systèmes informatiques financiers (ERP)
PS FE 09	Faire preuve d'intégrité (confidentialité, éthique) et d'impartialité, être garant des choix que cela implique
PS FE 10	Faire preuve à la fois de rigueur, de rapidité et d'efficacité et savoir identifier les priorités
PS FE 11	Connaître et savoir utiliser les techniques de rédaction et de communication orale
PS FE 12	Faire preuve de pédagogie et de diplomatie (traduire les données financières auprès d'interlocuteurs de culture différente tels que actionnaires, banques, autres directions, opérationnels) et maîtriser la communication financière

Métiers "cibles" auxquels prépare la spécialisation :

- Carrières classiques telles que : directeur financier, contrôleur de gestion, corporate banking
- "Domaines connexes" tels que l'audit ou la gestion de systèmes d'information financiers

Module 1 : Financial Controlling	**Ce module prépare aux aspects fondamentaux des métiers du contrôle de gestion et du contrôle interne** *1. <u>Fondamentaux comptables & Contrôle interne</u>* - Compta conso : mise à niveau et approfondissements - Costing : mise à niveau et approfondissement - Contrôle interne *2. <u>Contrôle de gestion</u>* - Forecasting & Reporting - Pilotage stratégique
Module 2 : Trésorerie	**Ce module traite des différentes missions d'un département Cash Management, incluant trésorerie, *credit management* et finance internationale (hedging)** *1. <u>Cash management</u>* - Marchés et instruments financiers : mise à niveau et approfondissements

	- Flux, taux : mise à niveau et approfondissements - Gestion de trésorerie 2. *Couverture des risques financiers (finance internationale)* - Credit management - Couverture de change (*Foreign Exchange hedging*) - Couverture de taux (*interest rate hedging)*
Module 3 : Stratégie financière	**Ce module traite de la dimension stratégique des missions d'une direction financière en termes de politique financière (ex : choix d'une structure de financement, politique des dividendes, impacts fiscaux ...)** 1. *Politique financière* - Analyse financière et planification : mise à niveau et approfondissements - Évaluation d'entreprise - Différents modes de financement - Politique de financement 2. *Ingénierie financière* - Introduction en bourse, Fusion Acquisition, LBO - Fiscalité et choix d'une politique financière
Module 4 : Consulting financier (Projet de croissance in situ)	**Ce module approfondit les problématiques financières de déploiement d'une stratégie d'entreprise et, plus spécifiquement, celles liées à la gestion des risques (approches quantitatives).** **Le cours est construit autour d'apports conceptuels et techniques & d'une mise en œuvre à travers un projet d'étude in situ de type consulting.** 1. *Gestion des risques stratégiques* - Soutenabilité de la croissance, risque de liquidité, prévision de cash-flow - Méthodologie (dont BRA : Business Risk Assessment) - Quantification des risques - Décroissance et procédures de sauvegarde 2. *Accompagnement du projet de croissance (coaching)* Un accompagnement de 2 heures par équipe projet est assuré par les professeurs

Intitulé de la Spécialisation :	**Contrôle Financier (CFi)**

Présentation et objectifs de la spécialisation :
La spécialisation CFI prépare aux métiers et missions dans les domaines du contrôle de gestion, du contrôle interne et l'audit interne

Compétences métiers visées :
Compétences évaluées dans le cadre des enseignements de spécialisation et éventuellement développées lors des expériences en entreprise
PS CFI 01 : Connaître et savoir contrôler et analyser l'information financière d'une entreprise (principes de la comptabilité générale et normes internationales IFRS et US GAAP) pour être capable de formuler un diagnostic financier
PS CFI 02 : Connaître et savoir mettre en œuvre des outils de mesure de la performance économique de l'entreprise (la comptabilité analytique, l'analyse de coûts, les budgets, les forecasts, les tableaux de bord)

PS CFI 03 : Savoir identifier les risques financiers et non financiers et mettre en œuvre des mesures de prévoyance et de pilotage des risques
PS CFI 04 : Être capable de mener à bien une étude de faisabilité de projet de nature financière et d'avoir une vision stratégique
PS CFI 05 : Avoir des capacités d'analyse, de synthèse et de prise de recul sur les problématiques financières.
Compétences potentiellement développées à l'occasion des expériences en entreprise
PS CFI 06 : Faire preuve de pédagogie et de diplomatie dans la présentation de données financières auprès d'interlocuteurs.
PS CFI 07 : Faire preuve à la fois de rigueur, de rapidité et d'efficacité et savoir identifier les priorités dans les décisions financières.
PS CFI 08 : Être capable d'utiliser les systèmes informatiques financiers (ERP).
PS CFI 09 : Faire preuve d'intégrité (confidentialité, éthique) et d'impartialité, être garant des choix que cela implique du point de vue stratégique.
PS CFI 10 : Connaître et savoir utiliser les techniques de rédaction et de communication orale pour les présentations financières.
PS CFI 11 : Être capable d'échanger sur les processus avec des auditeurs internes et de proposer des solutions (contrôle interne, conformité, audit interne).

Module 1 : Analyse financière	Ce module vise à assoir les compétences des étudiants en matière de lecture et d'interprétation des états financiers d'une entreprise d'une part, de formulation un diagnostic financier global à partir de ces mêmes états d'autre part. • Lecture de comptes – référentiels internationaux (US GAAP, IFRS) • Notion de valeur • Diagnostic de la rentabilité & du risque – Activité – Rentabilité économique – Politique financière (impact sur la rentabilité et impact sur le risque)
Module 2 : Contrôle de gestion	Ce module vise à former les étudiants aux métiers du Contrôle de Gestion • Qu'est-ce que le ou plutôt "les" Contrôles de Gestion ? • Communication financière • Budgeting / forecast • Reporting / key figures • Costing • Sensibilisation au pricing • Exercices sur Excel
Module 3 : Contrôle interne et Gestion des Risques	Ce module vise à former les étudiants au pilotage des risques dans les organisations. Ce module permet d'aborder de façon globale les problématiques d'émergence, d'identification, de prévoyance des risques financiers et non financiers. • Différences entre audit interne, contrôle interne et Gestion des risques • Identification et gestion des risques – Cadre normatif de la gestion du risque – Cartographie des risques – Méthodes et outillage de la gestion du risque • Conformité • Audit interne • Contrôle interne • RSE • Initiation aux processus qualité

Module 4 : Management Financier	Ce module vise à donner aux étudiants une vision stratégique des décisions financières tout en leur permettant de mener à bien une étude de faisabilité de projet • Décision d'investissement et de financement – Choix d'investissement – Structure de financement – Coût du capital – Dossier de faisabilité d'un projet • Politique financière – Evaluation financière – Sources de financement – Planification financière

Intitulé de la Spécialisation :	**Entrepreneuriat et Management de PME (EMP)**

Présentation et objectifs de la spécialisation :

La spécialisation a pour objectif général de permettre aux étudiants de se former aux fondamentaux :

- de la culture entrepreneuriale ;
- des spécificités de la gestion d'une TPE/PME, qu'elle soit créée ou reprise par l'étudiant, ou qu'il y trouve son premier emploi.

La spécialisation repose sur une alternance entre :

- des sessions de regroupement (enseignement des connaissances fondamentales liées à l'entrepreneur et à la création/transmission d'entreprise) ;
- des séances de d'accompagnement en conduite d'un projet de création ou de reprise d'activité.

Tout étudiant intéressé par l'entrepreneuriat peut candidater à la spécialisation : **il n'est pas forcément nécessaire d'avoir un projet initial pour intégrer la spécialisation**. Le projet est mobilisé comme un moyen pour acquérir des connaissances en entrepreneuriat et management des PME.

Compétences Métiers visées :

EMP-PS1	Être capable d'analyser une situation dans un cadre donné (diagnostic des risques de l'activité entrepreneuriale) et prendre des décisions en conséquence
EMP-PS2	Savoir-faire un business plan puis un plan de développement de son activité (formulation et explicitation de sa vision)
EMP-PS3	Savoir vendre son projet (aux investisseurs) et son activité (aux clients)
EMP-PS4	Maîtriser l'outil financier et la gestion des budgets
EMP-PS5	Connaître les enjeux stratégiques du management des ressources
EMP-PS6	Être capable de fédérer autour de son projet d'entreprise ses collaborateurs et les partenaires
EMP-PS7	Savoir structurer son activité, savoir s'entourer et déléguer lorsque nécessaire
EMP-PS8	Être capable d'identifier son périmètre de compétences par rapport aux besoins de son projet
EMP-PS9	Être capable de s'adapter à des situations difficiles (risques, stress, échec entrepreneurial) et d'en tirer l'expérience nécessaire
MGE GK 04.05	Maîtriser les outils et méthodes opérationnels pour savoir concevoir, mettre en œuvre et évaluer une stratégie

Métiers "cibles" auxquels prépare la spécialisation :

- Futurs cadres (intrapreneurs) de PME ;
- Futurs cadres (intrapreneurs) de Business Unit de grands groupes ;
- Entrepreneurs (créateur ou repreneurs d'entreprise).

Module 1 : Leadership de l'entrepreneur	**Description :** Ce module vise à prendre en compte la place prépondérante occupée par la prise de décision dans un environnement incertain. Il se divise en deux parties complémentaires : - Agir dans et avec son environnement en tenant compte d'un contexte d'incertitude et des différents acteurs qui le composent ; - Prendre des décisions, caractéristique majeure du profil du dirigeant-entrepreneur. **Objectifs d'apprentissage :** - **EMP-PS1 :** Être capable d'analyser une situation dans un cadre donné (maîtrise des risques) et à prendre des décisions en conséquence ; - **EMP-PS9 :** Être capable de s'adapter à des situations difficiles (risques, stress, échec entrepreneurial) et d'en tirer l'expérience nécessaire.
Module 2 : Business Model et innovation	**Description :** Ce module vise, d'une part, à mieux connaître l'innovation et les processus innovants dans les TPE/PME et, d'autre part, à lier l'innovation avec l'élaboration du business model entrepreneurial. **Objectifs d'apprentissage :** - **EMP-PS5 :** Connaître les enjeux stratégiques du management des ressources.
Module 3 : Processus Entrepreneurial	**Description :** Ce module vise à acquérir les principaux éléments de méthodologie permettant l'élaboration du processus de création/reprise d'entreprise. Il se compose de quatre parties : - Connaître les fondamentaux du processus entrepreneurial ; - S'initier au développement d'une activité entrepreneuriale ; - Élaborer son projet de création/reprise d'entreprise, depuis l'idéation (phase amont) jusqu'à sa présentation devant un jury composé de financeurs et de professionnels de la création/reprise d'entreprise (phase aval) ; - Monter ses outils financiers liés à la création/reprise d'entreprise, en cohérence avec le projet envisagé. **Objectifs d'apprentissage :** - **EMP-PS2 :** Savoir-faire un business plan puis un plan de développement de son activité (formulation et explicitation de sa vision) ; - **EMP-PS4 :** Maîtriser l'outil financier et la gestion des budgets ; - **EMP-PS6 :** Être capable de fédérer autour de son projet d'entreprise ses collaborateurs et les partenaires ; - **EMP-PS7 :** Savoir structurer son activité, savoir s'entourer et déléguer lorsque nécessaire - **EMP-PS8 :** Être capable d'identifier son périmètre de compétences par rapport aux besoins de son projet.
Module 4 : Management stratégique des PME	**Description :** Ce module a pour objectif de travailler sur l'alignement stratégique du Business Model d'apprendre à définir sa clientèle et ses marchés cibles. Il se compose des parties suivantes : - acquérir des connaissances théoriques, méthodes et outils pour analyser, comprendre, définir et manager des stratégies d'entreprise ; - apprendre à comprendre qualitativement ses marchés et ses clients ; - savoir identifier ses besoins digitaux et élaborer sa stratégie marketing et digitale ;

	- comprendre les fondamentaux et les enjeux de la reprise d'entreprise. **Objectifs d'apprentissage :** - **MGE GK 04.05** : Maîtriser les outils et méthodes opérationnels pour savoir concevoir, mettre en œuvre et évaluer une stratégie.
Module 5 : **Développement de projet entrepreneurial**	**Description :** Ce module se compose de séances hebdomadaires d'accompagnement des étudiants qui développent un projet entrepreneurial/intrapreneurial. Une présentation orale de l'avancée des travaux est exigée lors de chaque séance. Cette présentation orale est suivie d'échanges et de conseils entre pairs et avec le formateur qui anime la séance. Un plan de travail est élaboré par les porteurs de projet à l'issue de leur intervention. **Objectifs d'apprentissage :** **EMP-PS3** Savoir vendre son projet (aux investisseurs) et son activité (aux clients)

Intitulé de la Spécialisation :	**Ressources Humaines (RH)**

Présentation et objectifs de la spécialisation :

La spécialisation RH a pour objectif de préparer les élèves aux métiers RH. Les modules dispensés sont professionnalisants et dispensés en grande majorité par des professionnels RH.

La pédagogie utilisée s'appuie sur une approche pragmatique visant à mettre la théorie au service de la pratique professionnelle.

Les évaluations sont en conséquence majoritairement axées sur des études terrain ou des cas d'entreprises.

Compétences Métiers visées développées avec les cours :

RH-PS1	Connaître, comprendre et être un garde-fou en matière de réglementation sociale
RH-PS2	Être capable d'accompagner un changement organisationnel
RH-PS3	Être capable de réguler les relations sociales
RH-PS4	Connaître et comprendre les outils de l'audit social
RH-PS5	Être capable de gérer le processus de recrutement
RH-PS6	Être capable de mettre en place, d'utiliser et d'améliorer les outils de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC)
RH-PS7	Être capable de gérer le processus de formation professionnelle
RH-PS8	Connaître et comprendre la politique de rémunération d'une entreprise
RH-PS9	Connaître et comprendre les principaux indicateurs de performance RH
RH-PS10	Être capable de gérer les risques psycho-sociaux (RPS)

Compétences développées à l'occasion des expériences en entreprise

RH-PS11	Connaître la culture d'entreprise, son organisation, son environnement et ses métiers
RH-PS12	Connaitre et comprendre les outils de gestion administrative des salariés
RH-PS13	Faire preuve de capacités d'écoute, de dialogue, de discrétion et d'humilité, notamment dans les relations avec les collaborateurs

Métiers "cibles" auxquels prépare la spécialisation : DRH, RRH, Assistant RH, Responsable recrutement, Responsable formation, Responsable Gestion des carrières, Conseil en recrutement, Conseil en organisation.

Module 1 : Management RH	**Description :** • Développer sa **posture** de manager/leader RH (introduction générale cours MRH) • L''**audit social** • Le **recrutement** • La **formation** • La gestion du **Handicap** au travail **Objectifs d'apprentissage :** Connaître et comprendre les différentes notions abordées dans le module. Mises en situations professionnelles
Module 2 : Droit du travail et Relations sociales	**Description :** • **Droit du travail** avec une audience au conseil des prud'hommes • **Relations sociales** (cours en face à face, conférences et animations avec des représentants syndicaux) / conférences experts. **Objectifs d'apprentissage :** Connaissances juridiques de bases et compréhension de enjeux RH des relations individuelles et collectives de travail dans ces deux disciplines
Module 3 : Conduite du Changement	**Description :** • **Conduite du changement** dans une optique RH. Enquête terrain à réaliser sur ce thème par les étudiants • **Conférences** sur le thème du changement. Visite d'entreprise **Objectifs d'apprentissage :** Comprendre les enjeux stratégiques de la conduite du changement pour un professionnel RH. Intégrer des outils de connaissance sur sa propre capacité à changer (outils de développement personnel, travail sur les peurs, mindfulness)
Module 4 : GPEC	**Description :** Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences **Objectifs d'apprentissage :** Connaître et comprendre une politique de GPEC en entreprise ainsi que ses différents acteurs. Approche basée sur des études de cas et sur l'expérience professionnelle de l'intervenant.
Module 5 : Politique de rémunération	**Description :** La stratégie de rémunération (pesée de poste, méthode Hay) **Objectifs d'apprentissage :** Connaître et comprendre les enjeux d'une politique de rémunération sur la performance de l'entreprise.
Module 6 : Qualité de vie au travail	**Description :** Qualité de vie au travail et notamment le management des risques psychosociaux **Objectifs d'apprentissage :** Connaître et comprendre les enjeux du management des conditions de travail aujourd'hui (stress, sécurité, risques psychosociaux, qualité de vie au travail, gestion d'incidents)

Intitulé de la Spécialisation :	**Marketing Produit et Communication (MPC)**

Présentation et objectifs de la spécialisation :

La spécialisation Marketing Produit et Communication a pour objectif d'offrir aux étudiants qui le souhaitent un approfondissement et un élargissement de leurs connaissances en marketing stratégique, en étude de marché, en gestion de l'offre B to B et B to C, ainsi qu'en gestion de la communication multicanal.

Compétences Métiers visées :

PGE PS MKG 01	Connaître et surveiller son marché, ses concurrents, ses produits et ses clients
PGE PS MKG 02	Être capable de développer un positionnement différenciant sur le marché
PGE PS MPC 03	Savoir faire preuve d'initiative, d'innovation et de créativité
PGE PS MPC 04	Connaître et savoir utiliser les panels de distributeurs et de consommateurs
PGE PS MPC 05	Connaitre et comprendre les outils et techniques de l'information dans le cadre de la communication multicanal

Métiers "cibles" auxquels prépare la spécialisation :

Business analyst & reporting, analyste marketing, chargé d'études, responsable études et panels, assistant chef de produits et chef de produits, category manager, product manager, gestionnaire de produit, responsable category management, ingénieur produit, responsable communication, chef de publicité, média-planneur, chargé de relations presse, responsable du marketing produits web, on-line marketing manager, responsable du marketing digital, responsable de l'innovation et de la stratégie web, responsable/chef de projet relation client, responsable/chef de projet e-CRM, responsable CRM et fidélisation, responsable campagne CRM, consultant CRM, customer service manager, social media manager, responsable des medias/réseaux sociaux, responsable marque employeur, responsable e-réputation, responsable média digital et social media, social media strategist, chargé de référencement web/Internet, traffic manager, responsable web analytics et acquisition de trafic, responsable partenariats et management de trafic web, responsable marketing affiliation et partenariats…

Module 1 : DIRECTEUR MARKETING	**Description :** À la fin de ce module, vous saurez : • Concevoir, mettre en œuvre et animer la politique marketing en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise. Contenu du module : • ***L'analyse du portefeuille d'activité*** o *Segmenter les espaces stratégiques et les couples marchés/ produits* o *Identifier le mode stratégique et les compétences clés de chaque espace* o *Utiliser les études de marché pour identifier les variables d'environnement qui risquent de modifier les règles du jeu concurrentiel* o *Apprécier l'attractivité intrinsèque des DAS et des DAT* o *Comprendre le cadre de référence fondamental de l'entreprise,* o *Analyser la compétitivité de l'entreprise* o *Analyser l'équilibre du portefeuille d'activité actuel.* • ***Définition de la stratégie marketing par domaine d'activité*** o *Analyser l'équilibre global du positionnement* o *Définir les grands axes stratégiques de renforcement/ de maintien/ de désengagement* o *Apprécier l'aptitude de l'entreprise à mettre en œuvre le plan opérationnel adapté* • ***Segmentation, ciblage et positionnement***

	○ *Évaluer le potentiel et estimer le taux de croissance prévisible de chaque segment* ○ *Cibler les segments prioritaires en fonction de leur attrait* ○ *Définir le positionnement* • ***Définition de l'offre*** ○ *Choisir la marque sous laquelle sera commercialisée les produits* ○ *Définir la structure de gamme de produits* ○ *Définir les évolutions de la gamme de produits* ○ *Choisir les services additionnels aux produits* ○ *Définir la politique de prix* • ***Définition de la politique de distribution*** ○ *Choisir une commercialisation directe ou par distributeur,* ○ *Choisir les circuits et la nature de la distribution (sélective/ intensive/ exclusive)* ○ *Choisir le type de magasin et la localisation (géomarketing)* ○ *Accompagner le distributeur (trade-marketing)* ○ *Organiser les services de distribution (conseil assortiment, conseil merchandising, ..)* • ***La stratégie de communication*** ○ *Déterminer les cibles internes & externes* ○ *Définir les résultats attendus en termes de notoriété, d'image, de ventes* ○ *Définir le message que la campagne doit faire passer* ○ *Rédiger la plateforme de marque et la copy stratégie* ○ *Évaluer la création publicitaire* ○ *Choisir et coordonner les grands types d'actions « push/ pull et relayées » en « one to many/ one to few et one to one » pour briefer le médiaplanner* • ***Le médiaplanning*** ○ *Connaître les prérequis à la définition d'une stratégie des moyens (méthodologie et indicateurs de performance média, le ciblage média)* ○ *Connaître les avantages et inconvénients des médias TV, presse, radio, affichage, web, cinéma, print et autres média « tactiques »* • ***Les Relations Presse et Relations Publiques*** ○ *Communiquer sur les nouvelles de l'entreprise, de ses marques et de ses produits* ○ *Organiser les conférences et les interviews* ○ *Organiser les événementiels utiliser le mécénat* ○ *Promouvoir les publications, journaux d'entreprise et rapports annuels* • ***La promotion des ventes*** ○ *Coordonner les réductions de prix, les ventes avec primes, les jeux et concours, les essais et les échantillonnages* ○ *Coordonner les informations et les formations distributeurs, les incitations financières, les aides à la vente* • ***La gestion budgétaire*** ○ *Définir le budget et suivre sa réalisation* ○ *Analyser la performance et les écarts de performance pour s'assurer la rentabilité des actions marketing*
Module 2 : **CHEF DE PRODUIT**	**Description :** <u>À la fin de ce module, vous saurez</u> : • Gérer la vie d'un produit sur un marché B to C, de sa conception à sa distribution, en étant l'interface de l'ensemble des services et prestataires concernés : fabrication, gestion, promotion… <u>Contenu du module :</u> • ***Études de marché***

	○ *Assurer une veille économique et technologique pour se tenir informé des nouveautés et tendances du marché.* ○ *Commanditer des études auprès de prestataires externes (instituts) si nécessaire.* ○ *Analyser les datas des panels distributeur et consommateur.* ○ *Analyser et synthétiser les informations recueillies afin de dégager les caractéristiques d'un marché.* ○ *Collaborer avec le category manager et s'appuyer sur la stratégie catégorielle.* • ***Stratégie : définition et positionnement du produit*** ○ *Définir et ajuster le positionnement du produit sur le marché en termes de prix, d'image, de valeur ajoutée.* ○ *Définir son prix en fonction des objectifs de profitabilité et des paramètres externes.* ○ *Développer le produit, son packaging, le faire évoluer en fonction de l'offre de la concurrence et des évolutions du marché.* ○ *Définir la stratégie de communication et de promotion produit adéquate qui accompagnera le lancement.* • ***Lancement et animation opérationnelle*** ○ *Communiquer auprès des distributeurs et de la force commerciale afin d'assurer la promotion du produit (présentations centrales d'achat, arguments, outils d'aide à la vente).* ○ *Définir et mettre en œuvre sa stratégie merchandising.* ○ *Suivre les ventes en permanence et analyser les ROI afin d'ajuster la stratégie marketing.* • ***Gestion budgétaire*** ○ *Préparer le budget, assurer son suivi et ses révisions.* ○ *Contrôler le budget et l'ensemble des frais liés à la commercialisation du produit afin de s'assurer de sa rentabilité.*
Module 3 : **INGÉNIEUR PRODUIT**	**Description :** <u>À la fin de ce module, vous saurez</u> : • Être responsable de la vie d'un produit innovant sur un marché B to B, de sa conception fonctionnelle jusqu'à sa commercialisation. • Évaluer les besoins du marché, les exprimer auprès des équipes de production et accompagner le lancement du produit. <u>Contenu du module :</u> • ***Analyse de marché et veille technologique et économique*** ○ *Assurer les fonctions de veille pour détecter les innovations majeures du marché et situer en permanence l'entreprise par rapport à la concurrence potentielle.* ○ *Analyser les études nécessaires pour cerner les attentes du marché : besoins consommateurs finaux, ergonomie, meilleurs usages, prix, design…* ○ *Assurer les remontées d'information de la part de l'ensemble des directions métiers de l'entreprise sur les attentes marché : service clients, direction commerciale, direction études, recherche et développement…* ○ *Anticiper les contraintes et/ou nouvelles possibilités réglementaires.* • ***Définition et conception du produit*** ○ *Définir un positionnement produit en phase avec les enjeux technologiques et économiques, et en tenant compte de la stratégie de développement de l'entreprise.* ○ *Réaliser ou faire réaliser des études de faisabilité technique du produit.*

	○ *Réaliser une étude de marché qui permettra de valider la performance économique estimée du produit à lancer.* ○ *Mettre en place un business plan afin de s'assurer de la rentabilité future du produit en cas de lancement.* • ***Développement du produit et interface avec les équipes études, recherche et développement*** ○ *Définir des spécifications fonctionnelles précises et assurer la bonne traduction en termes de spécifications techniques avec les équipes de développement.* ○ *Suivre le plan de développement du produit avec les équipes R&D.* ○ *Suivre l'avancée du développement en lien avec les impératifs de lancement commerciaux : le " time to market ".* ○ *Valider l'adéquation du développement au cahier des charges défini en amont, notamment en termes d'usage et de valeur ajoutée sur le marché.* ○ *Faire corriger le produit en fonction des lancements de produits concurrents sur le marché.* ○ *Assurer le suivi budgétaire et l'adéquation permanente des ressources aux objectifs fixés.* • ***Pilotage et accompagnement au lancement commercial*** ○ *Contribuer à l'élaboration de la stratégie de promotion et de commercialisation : prix, circuits de distribution, communication…* ○ *Formaliser et/ou valider l'ensemble de la documentation technique et l'ensemble de la valeur ajoutée du produit sur le marché : performances technologiques, nouveaux services, nouveaux usages, prix…* ○ *Assurer une communication interne, notamment auprès des équipes commerciales pour accompagner le lancement du produit.* ○ *Assurer une veille permanente sur les retours clients, marché et sur les performances commerciales afin de corriger les dysfonctionnements éventuels et/ou d'améliorer les performances du produit.*
Module 4 : COMMUNICATION MULTICANAL	**Description :** <u>À la fin de ce module, vous saurez :</u> • Promouvoir l'image de l'entreprise auprès de son environnement, définir la stratégie de communication multicanal de l'entreprise et piloter sa mise en œuvre à l'échelle nationale ou internationale. <u>Contenu du module :</u> • ***Définition de la stratégie de communication*** ○ *Fixer les orientations stratégiques de la communication de l'entreprise en matière d'image, de visibilité, de message… et définir le plan de communication annuel.* ○ *Définir la stratégie média, éditoriale et visuelle de l'entreprise (segmentation des cibles des messages, choix des canaux d'information et de l'éditorial…).* ○ *Créer une expérience clients/prospects via la conception d'une stratégie multicanal au service de la diffusion du message et, in fine, de l'offre commerciale.* • ***Mise en place la stratégie de prospection multicanal*** ○ *Définir les segments cibles et les qualifier* ○ *Constituer, alimenter et gérer la base de données, clef de la stratégie et de la communication multicanal.* ○ *Concevoir les scénarii spécifiques à chaque groupe de prospects ou clients à fidéliser.* ○ *Concevoir un site web*

	○ *Assurer la visibilité et l'accessibilité du site web via le référencement* ○ *Choisir la complémentarité site mobile/ appli* ○ *Utiliser les outils liés au téléphone* ○ *Assurer la présence de la marque sur les réseaux sociaux* ○ *Utiliser le QR Code* • ***Gestion budgétaire*** ○ *Budgéter les plans de communication multicanal* ○ *Calculer le ROI des stratégies multicanal : intégrer des outils de mesure du retour client*

Intitulé de la Spécialisation :	**Stratégie Commerciale (SC)**

Présentation et objectifs de la spécialisation :

La spécialisation Stratégie Commerciale a pour objectif d'offrir aux étudiants qui le souhaitent un approfondissement et un élargissement de leurs connaissances en marketing, stratégie commerciale, gestion de la force de vente et négociation. Elle prépare notamment aux métiers qui constituent la majorité des opportunités d'embauche pour des jeunes diplômés des écoles de management, la fonction commerciale.

Compétences SC Métiers visées :

PGE PS MKG 01	Connaître et surveiller son marché, ses concurrents, ses produits et ses clients
PGE PS MKG 02	Être capable de développer un positionnement différenciant sur le marché
PGE PS SC 03	Rechercher en permanence une relation gagnant / gagnant

Métiers "cibles" auxquels prépare la spécialisation :

Ingénieur d'affaires, ingénieur des ventes, ingénieur commercial, chargé d'affaires, key account manager, négociateur de marchés, ingénieur commercial grands comptes, responsable de comptes clés, business manager, animateur des ventes, trade promotion manager, responsable des ventes, account manager, conseiller clientèle entreprises, business developer, chargé de développement commercial, chef de secteur, responsable de secteur, représentant commercial, promoteur des ventes, animateur des ventes, business developer, responsable du développement et des partenariats, cadre export, commercial export, chef de zone export, commercial digital, business developer digital, responsable commercial numérique, chargé de développement commercial numérique, chargé de développement numérique, responsable des produits numériques, responsable de la production print et digital, responsable/directeur d'un centre d'appels/call center, chef de publicité régie média, négociateur en immobilier d'entreprise, conseiller en immobilier, chargé de compte en société ou cabinet de courtage, Analyst revenue manager - yield analyst, yield manager, pricing analyst…

Module 1 : RESPONSABLE COMMERCIAL EXPORT	**Description :** À la fin de ce module, vous saurez : • Maîtriser les facteurs clés de succès de la vente à l'export, collecter l'information sur les différents marchés potentiels, identifier les intermédiaires et sécuriser les opérations. Contenu du module : • ***Identifier les règles de fonctionnement des marchés à l'international*** ○ *Le nouvel environnement économique des échanges internationaux.* ○ *Comprendre le déroulement d'une opération de commerce international.* • ***Etudier les marchés internationaux*** ○ *Rechercher les sources fiables d'information.*

	o *Collecter les données.* • ***Comprendre les marchés cibles*** o *Analyser l'organisation des marchés.* o *Segmenter les marchés.* o *Identifier les clients solvables.* o *Déterminer son potentiel de développement.* • ***Construire son plan de développement*** o *Elaborer et défendre son business plan commercial.* o *Calculer et présenter un ROI.* • ***Sélectionner les intermédiaires*** o *Choisir son mode d'implantation : importateurs, agents, distributeurs, filiales…* o *Préparer son dossier de prospection.* o *Sélectionner son partenaire étranger.* • ***Manager ses intermédiaires*** o *Évaluer le potentiel de ses intermédiaires.* o *Négocier les objectifs.* o *Co-construire le PAC.* • ***Négocier à l'international*** o *Les bonnes pratiques de la négociation internationale.* o *Préparer une négociation internationale à fort enjeu.* o *Définir ses marges de manœuvre.* o *Négocier ses prix et défendre ses marges.* o *Faire face aux demandes de concessions.* o *Préparer son argumentaire en fonction des cultures.* o *Proposer des solutions de financement.* o *Choisir les moyens et modes de paiement en fonction du risque-client et du risque pays* o *Sécuriser les risques juridiques.* • ***Maîtriser les techniques de couverture des risques financiers*** o *Connaître les techniques de couverture du risque de change.* o *Se prémunir du risque d'impayé, l'assurance-crédit.*
Module 2 : **CHEF DE SECTEUR**	**Description :** <u>À la fin de ce module, vous saurez</u> : • Assurer la mise en avant commerciale, marketing et physique des produits de votre entreprise auprès des points de vente situés sur votre zone géographique. • Manager la force de vente dans un environnement B to C. <u>Contenu du module :</u> • ***La mise en avant commerciale*** o *Identifier les centrales d'achat de rattachement des magasins de son secteur et leur fonctionnement* o *Connaitre les variables d'action des enseignes de son secteur et l'implantation des magasins* o *Savoir faire un relevé de linéaire et l'interpréter* o *Savoir faire le lien entre le category management du distributeur et le category management du producteur pour mettre en avant l'offre produit et les éventuelles nouveautés de sa marque.* • ***Le plan d'action commercial*** o *Etablir un plan d'action à différentes horizons : année, semestre, mois.* o *Relayer les opérations spéciales, les jeux concours, les opérations de trade marketing et de merchandising.* o *Participer à la mise en place de ces opérations sur le terrain, convaincre les chefs de rayon de leur intérêt et les inciter à jouer le jeu.* • ***Le suivi commercial*** o *Remonter les informations sur les enseignes nationales auprès*

	de la direction commerciale. o *Assurer le reporting auprès de son supérieur (rapport de visite).* • ***Le management de la force de vente en mass market*** o *Structurer la force de vente* o *Recruter et rémunérer la force de vente* o *Etablir le plan d'action commercial du Responsable des ventes* o *Maîtriser les outils de la motivation et de l'animation (la réunion commerciale, la formation des vendeurs, la conduite d'entretien annuel, les concours, les challenges…* o *Accompagner les vendeurs sur le terrain (les étapes et le déroulement)* o *Maîtriser les spécificités du management de la force de vente en magasin*
Module 3 : INGÉNIEUR D'AFFAIRES	**Description :** <u>À la fin de ce module, vous saurez</u> : • Être l'interlocuteur privilégié du client dans l'entreprise et suivre pour lui l'avancement des projets. • Être garant de la relation commerciale en veillant au respect du cahier des charges définis par le client. <u>Contenu du module :</u> • ***La Veille technologique et commerciale*** o *Assurer une veille technologique pointue sur le secteur d'activités de l'entreprise.* o *Suivre et anticiper les offres des concurrents afin d'identifier leurs avantages et inconvénients.* o *Suivre l'actualité des clients et prospects éventuels afin de détecter leurs besoins.* • ***L'accompagnement commercial des projets*** o *Analyser et diagnostiquer les besoins du client.* o *Déterminer, en lien avec la Direction Technique, les solutions les mieux adaptées (connaître et maîtriser les spécificités de la servuction).* o *Répondre aux appels d'offres* o *Présenter la solution retenue et la défendre auprès du client.* o *Participer aux négociations commerciales avec la Direction Commerciale* • ***La gestion et suivi opérationnel des projets*** o *Élaborer et suivre le projet en adéquation avec le cahier des charges validé par le client.* o *Définir les objectifs et les moyens en termes de délais, de coûts et de qualité.* o *Définir des indicateurs de suivi en lien avec les équipes de production.* o *Assurer la continuité des liens avec le client et s'assurer de sa satisfaction.* o *Assurer le reporting auprès du client en lui présentant des indicateurs pertinents sur la rentabilité de son investissement.* o *Suivre l'affaire sur le plan administratif et financier (relances, facturation…).* • ***Le management de la force de vente en B to B*** o *Connaître la différence entre le management d'une force de vente en B to B et en B to C.* o *Optimiser un portefeuille client : savoir utiliser la matrice "attraits – vulnérabilités"* o *Connaitre la gestion et l'organisation des ressources, les différentes structures et organisations d'une équipe de projet* o *Savoir comment motiver une équipe de projet* o *Fixer des objectifs grâce à un processus « top-down » orienté plan d'action* o *Identifier les indicateurs de performance (IP) adéquates et*

	piloter les plans d'action à l'aide des IP • ***Training commercial*** o *Accompagner un organisme de formation continue, de la définition d'une stratégie de veille à l'élaboration de la politique d'offre et sa commercialisation.*

Module 4 :
 	
TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION AVANCÉES
	Description :
	À la fin de ce module, vous saurez :
	• Progresser sur sa capacité personnelle de communication pour acquérir une maitrise des modes de fonctionnement de ses interlocuteurs
	• Mettre en place une démarche structurée de négociation en prenant en compte toutes les implications stratégiques de cette approche pour dépasser les seules techniques de vente
	Contenu du module :
	• ***Les techniques de communication d'influence adaptées à la négociation commerciale***
	  o *Comprendre la démarche de négociation et ses outils : la méthode MESORE*
	  o *Maîtriser les techniques d'écoute active*
	  o *Gérer les situations difficiles (mécontentement, erreurs, oublis, service insuffisant…)*
	  o *Répondre aux objections*
	  o *Utiliser les techniques d'assertivité*
	• ***La démarche de prospection***
	  o *Préparer une prospection : les outils et leur utilisation*
	  o *Monter un fichier prospect*
	  o *Utiliser un CRM pour optimiser la stratégie de prospection*
	  o *Utiliser le téléphone*
	  o *Comprendre les cadres légaux et les mécanismes des appels d'offre*
	  o *Maîtriser les techniques d'argumentation et de démonstration*
	  o *Présenter une offre de services*
	• ***Training commercial***
	  o *Argumenter en avantages et bénéfices pour le client*
	  o *Suivre les actions post négociation : Fidéliser*
	  o *Définir des KPIs pour mesurer les impacts de votre offre sur la performance globale de votre client.*
	  o *Etablir un plan d'accompagnement en incluant le client*
	  o *Négocier en interne dans son entreprise : Co-construire, coopérer pour capitaliser sur ses alliés.*
	  o *Mettre en avant les intérêts, les gains, les économies, les risques.*
	  o *Coopérer qualitativement avec les autres services*

Intitulé de la Spécialisation :	**Communication événementiel (CE)**

Présentation et objectifs de la spécialisation :

Notre objectif est de vous former aux métiers de l'événementiel représentant les principaux pourvoyeurs d'emplois du secteur.

En suivant cette spécialisation, vous apprendrez les références et les réflexes de ces métiers. Notre objectif est de vous donner les clefs vous permettant d'être opérationnels le plus rapidement possible afin de gagner en autonomie, en capacité de prise de décision, et d'atteindre ainsi, rapidement, des postes stratégiques.

Vous apprendrez, par exemple, à interroger des fournisseurs, à gérer un budget et des contrats, à imaginer une scénographie et à encadrer les équipes apportant chacune leur pierre à la réalisation de vos manifestations.

Compétences Métiers visées :

MGE PS CE 01	Être capable de développer un positionnement différenciant sur le marché
MGE PS CE 02	Identifier les outils pertinents de diffusion de l'information dans le cadre d'une communication multicanal
MGE PS CE 03	Savoir contractualiser les échanges professionnels avec l'ensemble des stakeholders, dans le respect du cadre réglementaire, pour la réalisation des objectifs à atteindre.
MGE PS CE 04	
MGE PS CE 05	Connaître les leviers de management d'équipe et de résistance au stress
MGE PS CE 06	Respecter les règles d'administration des ventes (process, reporting, suivi client, etc.)
MGE PS CE 07	Être capable de gérer les outils de pilotage (financiers et non financiers) liés à un événement
	Savoir faire preuve d'initiative, d'innovation et de créativité

Métiers "cibles" auxquels prépare la spécialisation :

Les métiers porteurs de ce secteur : chargé de projet événementiel, créateur d'événements, responsable sponsoring et mécénat, régie/production, manager de lieux d'accueil événementiels, Chef de projet événementiel en agence, Responsable de projet événementiel chez l'annonceur, Chargé(e) de communication événementielle ou de projet événementiel, Chargé(e) d'organisation événementielle, Chargé(e) d'affaires, Chargé(e) de Relations Publiques, Chargé de coordination événementielle, Régisseur de manifestations, Directeur des opérations, régisseur de site, Hospitality Manager, Conseiller d'exposants, Responsable de la coordination des opérations, Responsable accueil et billetterie, Attaché commercial de site, chargé de planning, Chef de projet de sites événementiels, Manager marketing événementiel.

Module 1 :	**Description :**
La communication par l'événement	Le marché de la communication événementielle. **Objectifs d'apprentissage :** **Connaître** le marché. **Positionner l'événementiel** dans la stratégie des organisations, et comprendre l'apport de cette discipline dans l'atteinte de leurs objectifs stratégiques. **Maîtriser** les fondamentaux de la communication et de la communication événementielle. **Contenu du module** : - Les fondamentaux de la communication et de la communication par l'événement. - Le concept de communication.

	Par l'analyse de concepts existants, vous en appréhenderez les mécanismes de création, afin d'être vous-même en mesure d'en concevoir (concept et mise en œuvre) - La visibilité de votre événement.
<u>Module 2</u> : Gestion juridique des échanges professionnels et management des hommes	**<u>Description</u> :** Les échanges contractuels et la gestion managériale des équipes sont au cœur de la réussite du processus événementiel. **<u>Objectifs d'apprentissage</u> :** **Comprendre** les modalités de recrutement de ce secteur. **Appréhender** les usages d'échanges avec les parties prenantes au projet événementiel. Se **connaître** soi-même, ainsi que son environnement afin de développer les qualités relationnelles nécessaires au management des individus. **<u>Contenu du module</u> :** - Les métiers de l'événementiel, les contrats dans l'événementiel. - Le management des hommes. Manager avec souplesse tout en étant capable de prendre des décisions rapidement et avec sang-froid, dans des situations parfois sous tension.
<u>Module 3</u> : Le projet événementiel	**<u>Description</u> :** Les étapes clefs de la gestion d'un projet événementiel. **<u>Objectifs d'apprentissage</u> :** Connaître et savoir utiliser les outils clefs de la gestion de projet événementiel. **<u>Contenu du module</u> :** - Le développement commercial événementiel - Les outils de pilotage des événements : le planning, Le budget, les tableaux de bord, la logistique, la gestion des risques
<u>Module 4</u> : Chaîne graphique et communication digitale	**<u>Description</u> :** Acquisition de compétences relatives à la création graphique et à la conception de solutions digitales. **<u>Objectifs d'apprentissage</u> :** Comprendre les fondamentaux de la création graphique print et digitale. Acquérir la culture technique de l'image et du graphisme afin d'avoir un regard critique sur les travaux auxquels vous serez exposés demain. Connaître les fondamentaux techniques du marketing digital et de la gestion de projets digitaux. **<u>Contenu du module</u> :** - Formation sur les 3 logiciels incontournables de la suite Adobe : Photoshop, Illustrator et Indesign - Introduction à la chaîne graphique - Gérer un projet digital : apprendre les bases de la gestion de projet digital afin d'imaginer les solutions de demain

Specialisation title:	**International Business (IB)**

Objectifs d'apprentissage / *Learning goals:*

The International Business specialisation is an English-taught track that aims to train future internationally-oriented operational managers who will support business organisations into global market expansion.

Présentation :

- Enseignement entièrement dispensé en anglais
- Analyse des spécificités du management dans un contexte international

Objectifs :

Former les étudiants aux particularités des affaires internationales, en complément d'une formation généraliste, en vue d'occuper une fonction managériale dans tout type d'entreprise internationalisée.

Compétences Métiers visées / *Professional skills*:

The specialisation provides students with primary knowledge in international business practices, combined with an understanding of today's global business environment and exposure to key issues in communication across cultures.

La spécialisation vise à développer des compétences transversales plutôt que des compétences métiers spécifiques (cf. ci-dessous). Toutefois, à l'issue de la spécialisation, les étudiants :

- Connaîtront l'environnement (économique, social, juridique, culturel) des affaires dans un contexte international.
- Disposeront de techniques et outils génériques de collecte et traitement d'information, de prise de parole
- Disposeront de techniques et outils spécifiques : travail/communication dans un environnement international
- Pourront analyser une organisation dans un contexte international
- Auront évolué au sein de groupes multiculturels et reçu un enseignement spécialisé en anglais
- Auront été formés selon des pédagogies interactives et autonomisantes
- Auront été sensibilisés aux questions interculturelles dans le cadre du management international
- Auront été exposés à une variété de publics supposant un travail personnel de compréhension et d'empathie

Métiers "cibles" / *Career perspectives:*

Graduates will be able to hold a large variety of middle management positions within internationalized business organisations: Sales manager, export zone manager, import-export manager, international purchaser, executive manager in International SMEs

La spécialisation ne prépare pas à un métier cible, mais a pour objet de donner aux étudiants une connaissance globale de l'environnement international des affaires, en vue d'occuper une position managériale dans tout type d'entreprise internationalisée.

Course module	Learning Goals
Global Business strategy	Know why, how and where business organisations expand overseas.
Competitive intelligence	Expose students to the purpose, tools and importance of competitive intelligence in international business.
Global Business Law	Provide students with an understanding of the legal framework within which international business organisations operate.

Global Supply Chain Management	Be acquainted with efficient management of international business operations.
International Marketing Management	Introduce students to the task of building and implementing an international marketing policy and succeeding in its implementation.
Industrial Relations & International Human Resource Management	Understand the nature, players and recent evolution of relationships between management and labour in the context of globalization.
International Finance	Know the key tasks in international financial management
Global business and the digital economy	Understand how digital technologies impact global business organisations on various levels