BSB BURGUNDY SCHOOL OF BUSINESS | We believe in youTH




PROGRAMME DE FORMATION

"Diplôme de l'Ecole Supérieure de Commerce de DIJON PGE - Titré Grade Master"

Spécialisation Marketing & Communication

Diplôme visé Bac+5 Niveau 7 – Grade de Master
Code diplôme 16531215 – Code RNCP 41057

Alternance en 2ème et 3ème année du cycle de formation

Public visé

Le Master Grande École en contrat d'apprentissage sur les Campus de Dijon et Lyon est accessible à partir de la 2ème année du Programme Master Grande École pour une durée de 2 ans aux étudiants ayant validé par équivalence ou ayant suivi l'ensemble des modules permettant d'acquérir l'intégralité des compétences associées à la 1ère année du Programme Master Grande Ecole (Pré-Master).

Tous les étudiants admis par le concours Passerelle 2, disposant d'un report, ou par le concours Alternance RD peuvent suivre ce cursus.

Prérequis

Être titulaire d'un diplôme visé, de niveau Bac +3 au minimum (Bachelor, Licence 3, DUETI) ou d'un titre certifié RNCP de niveau 6 ou de 180 crédits formation Gestion et Management.

Objectifs

Ce diplôme vise à certifier des cadres généralistes pour des fonctions d'encadrement, avec des compétences managériales et humaines. Développe la capacité à entreprendre, à s'adapter et à résoudre des problèmes complexes, favorisant le travail en équipes pluridisciplinaires et multiculturelles.

Répondre aux besoins en compétences des entreprises et faciliter l'insertion professionnelle.

Date et lieux de formation

Début de formation : 8 février 2027

Fin de formation : 22 décembre 2028

Durée de la formation : 24 mois.
Volume horaire total : 869 heures.

Lieux : ESC DIJON-BOURGOGNE (Burgundy School of Business)
Campus de Dijon : 29 rue Sambin – 21000 Dijon
Campus de Lyon : 99 rue Professeur Beauvisage - 69008 Lyon

Equipe pédagogique

Directrice de Programme Master Grande Ecole : Clara LETIERCE
Directrice des Etudes Programme Master Grande Ecole : Fabienne DURAND

L'équipe pédagogique des professeurs de BSB.

Méthodes pédagogiques et moyens

Cours théorique, Exercices pratiques, Mises en situation, études de cas

Moyens humains :
Enseignants permanents, Intervenants extérieurs

Moyens Techniques :
- Salles de cours
- Learning Center
- Amphithéâtre
- Vidéoprojecteur

Modalité et suivi d'évaluation

L'acquisition des compétences du programme est évaluée au travers d'études de cas basées sur des situations réelles ou fictives d'entreprise, et par la validation de tests linguistiques externes (TOEIC ou équivalent).

Contenu de la formation

Master 1 (2ème année du Programme Grande Ecole)	Heures module	Crédits ECTS
Pathfinder Days	6	/
AI & Data skills for business (Anglais)	30	4
Contrôle de gestion	30	4
Méthodes agiles de projet	30	4
Finance d'entreprise	30	4
Business English – Autumn & Spring	96	4
Digital Consumer Behaviour (Anglais)	30	4
RSE	30	4
Droit de l'entreprise	30	4
Techniques de collecte et d'analyse des données	30	4
Apprentissage (Evaluation entreprise)	/	6
Rapport d'étonnement	/	6
Présentation institutionnelles	16	/
Modules électifs* et Modules d'excellence (Au choix de l'étudiant(e))	**Heures module**	**Crédits ECTS**
S3 – 1er Module électif (Français ou Anglais)	21	3
S4 – 2ème Module électif (Anglais)	21	3
S4 – 3ème Module électif (Français ou Anglais)	21	3
S4 – Module d'excellence (Anglais)	21	3
TOTAL	**442**	**60**
Master 2 (3ème année du Programme Grande Ecole)	**Heures module**	**Crédits ECTS**
Bootcamp – Leadership & Bien-être	21	3
Pilotage de la digitalisation et des SI	27	4
Management stratégique responsable	27	4
Leadership et Posture Managériale	27	4
Jeu d'entreprise	15	1
Business English & Global Exam	30	1
Chef de produit	27	3
Brand manager	27	3
Communication exécution strategy (En anglais)	27	3
Marketing intelligence (En anglais)	27	3
Category manager	27	3
Directeur marketing	27	3
Directeur de la communication	27	3
International consulting project (En anglais)	9	2
PathFinder Days Bootcamp	34	1
Méthodologie pour la thèse professionnelle	15	2
Thèse professionnelle + oral POPS	15	10
Apprentissage (Evaluation entreprise)	/	7
Examen finaux	3	/
TOEIC	3	/
Présentations institutionnelles	12	/
TOTAL	**427**	**60**

PROGRAMME DETAILLE – MASTER 1

TRONC COMMUN

Finance d'entreprise

Cours complet des principaux outils nécessaires en finance d'entreprise, basé sur l'analyse de la création de valeur :

1. Création de valeur par mesure de la valeur créée sur des projets : rappel/présentation du principe de l'évaluation des flux actualisés, VAN, TRI, cout du capital : avoir une rentabilité supérieure à son niveau de risque.
2. Diagnostiquer la création de la valeur, à partir de l'Analyse Financière :
   - Mettre en œuvre une méthodologie d'analyse financière, à partir des états financiers d'une entreprise.
   - Établir et présenter un diagnostic quant à la création de valeur de l'entreprise (à partir de l'analyse de la rentabilité financière et du risque de défaut)
   - Formuler des recommandations, les présenter et les justifier (synthèse écrite et présentation orale)
3. Compléter l'analyse des flux de trésorerie en voyant l'analyse des cash flows passés (diagnostic financier ex-post d'un tableau de flux) mais aussi dans une dimension prévisionnelle : bases d'analyse d'un plan de financement MT sur cash flows futurs.

Objectifs d'apprentissage :

- Connaître les fondamentaux de la théorie financière, savoir établir un diagnostic de la situation financière d'une entreprise et proposer des éléments de planification financière
- Savoir analyser et résoudre un problème et savoir structurer sa pensée

Compétence visée :
RNCP Bloc 3 : Définir et piloter la politique financière d'une organisation/entreprise

Etablir un diagnostic de la situation financière d'une entreprise et proposer des éléments de planification financière

Business English

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

Compétence visée :
RNCP Bloc 7 : Evoluer dans un environnement international

S'exprimer dans les langues étrangères dans une situation professionnelle

Droit de l'entreprise

Ce cours a pour objectif de donner aux étudiants les bases juridiques essentielles pour comprendre les principales situations rencontrées dans la vie d'une entreprise. À travers l'étude du cycle de vie de la société ; création, organisation, contrats, gestion des salariés et prévention des risques.

RSE

Ce cours d'introduction à la Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO) offre une vue d'ensemble des principes et enjeux liés à la durabilité et à l'éthique dans le monde des affaires. Les étudiants exploreront comment les entreprises peuvent intégrer des pratiques responsables dans leurs stratégies, tout en conciliant performance économique, impact social et environnemental. À travers des études de cas et des exemples concrets, le cours permet de comprendre les défis actuels auxquels les organisations font face en matière de RSE. Il prépare les étudiants à adopter une approche critique et à identifier des solutions durables dans leurs futures carrières.

Objectifs d'apprentissage :

1. A l'issue du cours, les étudiant(e)s seront en mesure de débattre des rôles de la RSE et du DD au sein des transitions sociales, écologiques et énergétiques
2. A l'issue du cours, les étudiant(e)s seront en mesure de décrire les causes, conséquences et moyens du déploiement d'une stratégie RSE au sein d'une organisation.
3. A l'issue de ce cours, les étudiant(e)s seront en mesure de formuler des recommandations liées à l'opérationnalisation d'une stratégie RSE

OBJ. 4. A l'issue de ce cours, vous serez capable de décrire le travail des professionnel(le)s de la RSE au sein d'une entreprise.

Digital consumer behaviour

Ce module explore les comportements des consommateurs dans les environnements numériques. Il analyse les facteurs psychologiques, sociaux et technologiques influençant les décisions d'achat en ligne. Les étudiants apprendront à décrypter les parcours clients et à utiliser les données pour optimiser les stratégies digitales. Une attention particulière est portée aux nouvelles tendances et aux usages émergents.

AI & Data skills for business

Ce cours introduit les compétences clés en intelligence artificielle et en analyse de données pour les entreprises. Il permet de comprendre comment exploiter les technologies d'IA pour soutenir la prise de décision et l'innovation. Les étudiants découvriront des cas d'usage concrets et les enjeux éthiques associés. L'objectif est de développer une culture data et IA appliquée au business.

Méthodes agiles de projet

Ce module présente les principes et pratiques des méthodes agiles appliquées à la gestion de projet. Les étudiants apprendront à travailler en cycles courts, à collaborer efficacement et à s'adapter aux changements. Les frameworks comme Scrum ou Kanban sont abordés de manière concrète. Ce cours favorise une approche flexible et orientée valeur.

Techniques de collecte & analyses de données

Ce cours initie aux méthodes qualitative et quantitative de collecte, de traitement et

d'analyse des données. Les étudiants découvriront à construire

des méthodes de collecte alignées avec un objectif, à utiliser les outils et techniques pour transformer des données brutes en informations exploitables.

Contrôle de gestion

Budgeting – Forecast – Reporting.

Objectifs d'apprentissage :

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, indicateurs de performance - KPI).
Savoir interpréter les éléments chiffrés et les communiquer

Pathfinder days bootcamp

Ce module a pour objectif de permettre aux étudiants de faire le bilan de leurs études académiques et de préparer leur entrée sur le marché du travail.

Le professeur échangera, individuellement et collectivement, avec chaque étudiant pour le préparer aux entretiens d'embauche, à la négociation de son salaire, à la création et à l'animation de son réseau professionnel avec pour objectif de réussir une insertion professionnelle durable et bien réfléchie.

À partir de ces exposés, chaque étudiant sera amené à effectuer des recherches sur les attentes des entreprises, l'évolution de ces attentes, ainsi que les fonctions et métiers émergents.

À l'issue de ce module, les étudiants rendront un dossier sur leur bilan académique et professionnel et auront une soutenance professionnelle avec leur tuteur d'entreprise et tuteur d'école pour évaluer leur acquisition des compétences techniques et interpersonnelles.

Module d'excellence

Module en anglais créé et enseigné par des professeurs internationaux venus d'institutions partenaires prestigieuses. Les modules portent sur les sciences de gestion et s'appuient sur une pédagogique innovante. Ces modules permettent aux étudiants de découvrir des disciplines sous un angle culturel et pédagogique novateur.

**Pour les modules électifs, il est possible d'obtenir le détail des modules sur demande*

PROGRAMME DETAILLE – MASTER 2

TRONC COMMUN

Management stratégique

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

Pilotage de la digitalisation & des SI

Ce cours est une introduction à un processus organisationnel moderne appeler transformation digitale. Il adopte une approche technologique et managériale pour analyser et expliquer les stratégies dont les organisations publiques et privées utilisent pour passer progressivement du physique au digital grâce au déploiement de capacités des nouvelles technologies de l'information.
L'approche technologique examine les infrastructures de communication et d'information qui permettent aux organisations de digitaliser leur processus business.

Leadership & sa posture managériale

Ce module doit permettre aux étudiants d'avoir une vision de leur rôle de manager en travaillant les thèmes suivants : management des émotions, conduite du changement, gestion de projet, dialogue social et leadership.

Objectifs d'apprentissage :
Permettre aux étudiants de développer leurs compétences comme manager responsable

Business English

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

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.

Career Week Bootcamp

Ce module a pour objectif de permettre aux étudiants de faire le bilan de leurs études académiques et de préparer leur entrée sur le marché du travail.

Le professeur échangera, individuellement et collectivement, avec chaque étudiant pour le préparer aux entretiens d'embauche, à la négociation de son salaire, à la création et à l'animation de son réseau professionnel avec pour objectif de réussir une insertion professionnelle durable et bien réfléchie.

À partir de ces exposés, chaque étudiant sera amené à effectuer des recherches sur les attentes des entreprises, l'évolution de ces attentes, ainsi que les fonctions et métiers émergents.

À l'issue de ce module, les étudiants rendront un dossier sur leur bilan académique et professionnel et auront une soutenance professionnelle avec leur tuteur d'entreprise et tuteur d'école pour évaluer leur acquisition des compétences techniques et interpersonnelles.

Bootcamp – Leadership & Bien-être

À travers un apprentissage expérientiel, ce cours vous accompagne à devenir un leader capable de créer et de maintenir une culture qui inspire, responsabilise et transforme les équipes pour une performance durable.

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.

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

SPECIALISATION

Présentation de la spécialisation et compétences associées :
La spécialisation est composée de plusieurs modules qui concourent ensemble à l'acquisition des compétences 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

Chef de produit

Objectif : Ce module approfondit le lancement d'une nouvelle offre sur un marché B to C et définit le positionnement marketing du produit sur le marché en termes de prix, d'image, de valeur ajoutée, de promotion produit adéquate et de gestion budgétaire.

Compétences : Démontrer la maîtrise des outils et pratiques professionnelles à travers leur mise en application, dans le but d'améliorer les pratiques professionnelles et de stimuler l'efficacité collective

Brand Manager

Objectif : En partant de l'identité et de l'image de la marque, ce module aborde la définition, la production et l'évaluation du brand content ainsi que la gestion de la réputation et de la légitimité de la marque.

Compétences : Évaluer les pratiques professionnelles dans un domaine spécifique de la gestion en réalisant un diagnostic structuré et basé sur une méthodologie rigoureuse, pour proposer des outils adaptés au développement de l'organisation.

Communication exécution strategy

Objectif : Ce module permet de définir le plan de communication annuel en intégrant une expérience clients/prospects. Il prépare à la conception d'une stratégie multicanal au service de la diffusion du message et, in fine, de l'offre commerciale, en mobilisant différents outils digitaux et leurs usages.

Compétences : Démontrer la maîtrise des outils et pratiques professionnelles à travers leur mise en application, dans le but d'améliorer les pratiques professionnelles et de stimuler l'efficacité collective.

Marketing intelligence

Objectif : Ce module permet d'approfondir les techniques de veille marketing et d'optimiser le choix des sources ainsi que les modalités de collecte et de traitement des informations.

Compétences : Évaluer les pratiques professionnelles dans un domaine spécifique de la gestion en réalisant un diagnostic structuré et basé sur une méthodologie rigoureuse, pour proposer des outils adaptés au développement de l'organisation.

Category Manager

Objectif : Module qui permet aux étudiants de bien comprendre le lien entre la construction d'une offre dans la catégorie de produit, son animation en point de vente physique (et/ou e-commerce) et sa performance commerciale.

Compétences : Repérer et examiner les caractéristiques et enjeux d'un métier ou d'un environnement professionnel en utilisant une démarche d'analyse structurée et critique, afin de proposer des approches stratégiques nouvelles.

Directeur Marketing

Objectif : Module qui aborde les différentes étapes de la construction et de l'élaboration d'une stratégie et d'un plan marketing en accord avec les décisions stratégiques de l'entreprise, pour préserver ou améliorer la compétitivité de l'offre.

Compétences : Élaborer une stratégie marketing en accord avec les décisions stratégiques de l'entreprise pour améliorer l'attractivité de l'offre sur un marché donné.

Directeur de la communication

Objectif : Module qui aborde les différentes étapes de la construction et de l'élaboration d'une stratégie et d'un plan de communication en accord avec les décisions stratégiques de l'entreprise et avec sa stratégie marketing, dans un environnement concurrentiel.

Compétences : Définir une stratégie de communication alignée sur la stratégie marketing et les enjeux de l'entreprise pour promouvoir l'offre et la marque auprès des différentes cibles de communication.

International Consulting Project

Projet d'étude en collaboration avec une entreprise, sur un sujet marketing à portée internationale.

Objectif : Faire une veille sur les évolutions d'un environnement, anticiper les transformations et innovations possibles afin de développer une vision globale d'une problématique dans un contexte international.