MASTER DE MANAGEMENT ET DE STRATEGIE D'ENTREPRISE

Master Européen - BAC +5

Programme détaillé

Objectifs de la formation

Ce Master valide votre qualification professionnelle et votre aptitude à tenir les emplois de cadres et futurs cadres supérieurs dans les professions industrielles et commerciales, dans les activités de service ou celles relevant des arts appliquées.
Il atteste de votre capacité à modifier vos connaissances et vos aptitudes pour vous perfectionner et vous adapter tout au long de votre vie professionnelle.
Vous serez en particulier préparés à assumer des fonctions de direction au sein de moyennes et grandes organisations.

Cette formation correspond à un besoin identifié de formation spécifique. Elle cherche à former de futurs managers et stratèges d'entreprise dans les domaines de gestion tels que le marketing, le management de PME/PMI, la gestion financière, la GRH, le développement commercial, …
Les titulaires du Master européen de MANAGEMENT et STRATEGIE des ENTREPRISES pourront participer à la création d'activités innovantes ainsi que de manager des équipes commerciales et/ou mercatiques.

Le programme de la formation vise principalement à
- fournir une base de connaissances complètes en stratégie, économie, organisation, management opérationnel, finance, comptabilité, marketing, analyse quantitative et juridiques.
- développer la capacité de communication et les qualifications interprofessionnelles/multiculturelles permettant d'optimiser l'efficacité d'équipe et la capacité de conduite
- développer la perspective critique en s'appuyant sur la théorie.

La formation se propose de fournir aux futurs managers les moyens :
- d'anticiper les évolutions des fonctions mercatique – vente et de gestion des ressources humaines,
- de créer et mettre en place des stratégies mercatiques et commerciales,
- d'animer et gérer des équipes,
- de maîtriser les outils de la mercatique, de la GRH, du pilotage financier et du management.

Les métiers

Au sortir de ce Master, vous pourrez assurer, au sein de secteurs variés en moyennes ou grandes organisations, les fonctions de Management et de Stratégie d'Entreprise dans les domaines :

- Ressources Humaines
- Gestion
- Management
- Marketing
- Commercial
- Business to Business
- Environnement International

Les fonctions professionnelles offertes par ce Master sont variées :

- Chargé d'études de marché
- Directeur commercial
- Responsable commercial
- Responsable marketing
- Chef de projet commercial
- Consultant marketing
- Directeur marketing
- Responsable de centre de profit
- Directeur d'enseigne

Niveau et durée de la formation

Accessible aux titulaires d'un BAC +3 ou équivalent, le Master de Management et de Stratégie d'Entreprise est de niveau BAC+5 et est ouvert aussi bien aux étudiants qu'aux salariés ou demandeurs d'emploi.
Les cours sont essentiellement composés de travaux pratiques et dirigés, afin d'être immédiatement opérationnel à la fin de cette formation.
Cette formation est étalée sur deux années scolaires selon un calendrier précis pendant lequel vous partagerez votre temps entre les cours et l'entreprise (en stage ou contrat de professionnalisation).

Une inscription au Master de Management et de Stratégie d'Entreprise à l'ITIC vous permettra de valider en parallèle notre Diplôme Spécialisé en Marketing de Produits Industriels dans la même année!

ITIC - 190bis, bd de Charonne – 75020 Paris
Tél : +33 (0)1 43 73 20 40 – Fax : +33 (0)1 43 73 00 36 – e-mail : contact@iticparis.com
N° SIRET : 338 748 536 00046 – RC PARIS B 338 748 536

MASTER DE MANAGEMENT ET DE STRATEGIE D'ENTREPRISE

Master Européen - BAC +5

Programme détaillé

Culture Générale d'Entreprise

- Gestion comptable et financière
  - Les fondamentaux de la gestion financière
  - Analyse financière et diagnostic financier
  - Gestion prévisionnelle et budgétaire
  - Le financement des investissements
  - Les tableaux de bord
  - Mathématiques financières et statistiques

- Rappels en droit des affaires et fiscalité
  - Le droit objectif
  - Le droit subjectif
  - L'entreprise et l'activité commerciale
  - La faillite
  - L'impôt sur le revenu des personnes physiques
  - L'impôt sur le bénéfice des sociétés
  - La TVA intracommunautaire
  - Le contrôle fiscal

- Recherche Marketing
  - Les besoins et le système d'information marketing de l'entreprise
  - Le comportement d'achat et sa modélisation
  - Les études exploratoires, les méthodes qualitatives d'enquête et l'interprétation des données recueillies
  - Les études descriptives ponctuelles permanentes et le traitement des données d'enquête
  - Les études de marché causales et l'analyse statistique des résultats d'expérimentation

- Marketing stratégique
  - L'attractivité du marché
  - La compétitivité et l'avantage concurrentiel
  - Le choix d'une stratégie de développement
  - Les objectifs et les choix fondamentaux d'une stratégie marketing (cible, positionnement, source de marché, marchéage)
  - Le plan marketing
  - La stratégie de produit
  - La stratégie de prix
  - La stratégie de distribution
  - La stratégie de communication

- Distribution et logistique
  - L'appareil commercial (forme de commerce et méthodes de vente)
  - Le marché du point de vente (zone de chalandise, perception et fréquentation du point de vente)
  - La politique d'assortiment et la politique d'achat du distributeur
  - La politique de marchandisage
  - Ma politique de communication du distributeur
  - La chaîne et les coûts logistiques
  - La gestion des stocks
  - Les méthodes d'approvisionnement

Programme détaillé

Culture Générale d'Entreprise (suite)

- Négociation et animation des équipes de vente
  - Communiquer pour vendre
  - La prospection
  - Les étapes de la vente
  - Les différents statuts des vendeurs
  - Les objectifs commerciaux et le nombre optimal de vendeurs
  - L'organisation de secteurs de vente
  - Le recrutement et la formation des vendeurs
  - L'optimisation de l'activité de vendeur
  - La rémunération et l'animation des vendeurs
  - Le contrôle de l'activité des vendeurs
  - Pratique de la vente industrielle
  - La négociation d'achat

- Communication externe et gestion des moyens de communication
  - Les types et les niveaux de communication de l'entreprise
  - Les étapes d'une campagne de communication
  - Le budget de communication
  - La segmentation, le positionnement, le marketing mix et la communication commerciale
  - Les cibles de la communication
  - La base de campagne
  - La stratégie des moyens
  - La stratégie de communication d'entreprise
  - La recherche du concept de message
  - L'exécution ou traduction de l'idée
  - Le contenu du plan de campagne
  - Le marché publicitaire français et l'audience des médias
  - Le hors média
  - Le média planning
  - Le calendrier et le budget de campagne
  - La fabrication et la production audiovisuelle
  - La mesure de l'efficacité des actions de communication

- Commerce et finances internationaux
  - La notion de risque
  - La dimension interculturelle des marchés
  - L'analyse et le choix des marchés
  - Les dispositifs d'information et de soutien à l'export
  - La couverture des risques
  - L'offre et ses aspects juridiques
  - La prospection
  - Les différentes possibilités de présence à l'étranger
  - L'acheminement des marchandises
  - Les règles spécifiques à l'export
  - La gestion des commandes
  - La gestion de la trésorerie et le financement des opérations
  - Les modalités de règlement
  - La douane

MASTER DE MANAGEMENT ET DE STRATEGIE D'ENTREPRISE

Master Européen - BAC +5

Programme détaillé

Gestion des Ressources Humaines et des Organisations

- La dynamique des comportements et la mobilisation des hommes
- La communication interpersonnelle, la dynamique des groupes et la négociation des conflits
- La structure, la culture et les changements organisationnels
- Les coûts cachés et les outils de management socioéconomiques
- La gestion du temps
- La qualité totale

Environnement International

Droit international

- Contrats internationaux
- Protection intellectuelle et industrielle
- Lois anti-trust

Affaires internationales

- Aspects techniques
- Finances internationales
- Marketing International

Stratégie d'entreprise

Contexte de l'environnement managerial
Ressources humaines
Marketing amont
Marketing aval
Analyse et gestion financières
Statistiques

Mission en entreprise

Cette mission peut traiter de problématiques afférentes soit à la gestion comptable et financière, soit au marketing stratégique et opérationnel, soit à la négociation et la gestion commerciale, soit aux ressources humaines, soit à la communication interne ou externe (via les outils intranet ou internet, par exemple).
Cette mission sera définie et suivie au sein de l'entreprise par un maître de stage.
Elle donnera lieu à la rédaction d'un mémoire qui reprendra le fil directeur de la démarche stratégique à savoir :

- une analyse des environnements concernés par le problème posé,
- un diagnostic
- une préconisation des orientations ou des choix stratégiques avec en interface le détail des solutions proposées et leur mise en oeuvre

L'utilisation des outils stratégiques et management tels que :

- les matrices d'analyse
- un budget prévisionnel sur deux à trois ans
- ou toute autre partie du programme qui viendra en appui de l'argumentation et de la synthèse du travail effectué est encouragé et sera apprécié.

ITIC - 190bis, bd de Charonne - 75020 Paris
Tél : +33 (0)1 43 73 20 40 – Fax : +33 (0)1 43 73 00 36 – e-mail : contact@iticparis.com
N° SIRET : 338 748 536 00046 – RC PARIS B 338 748 536

MASTER DE MANAGEMENT ET DE STRATEGIE D'ENTREPRISE

Master Européen - BAC +5

Programme détaillé

Les entreprises, la concurrence et l'Europe

- L'activité économique en fonction du droit européen des affaires : le concept d'entreprise, le concept de concurrence
- Le marché en cause défini par la législation communautaire (marché géographique, marché de produits)
- Les positions sur le marché et les effets que les règles européennes de concurrence y attachent
- Règles européennes de concurrence applicables aux entreprises
- La mise en oeuvre de l'interdiction
- Règles de concurrence applicables aux Etats membres de la Communauté européenne
- Le marché intérieur et l'entreprise : de l'harmonisation à la normalisation

Anglais et Espagnol (écrit et oral)

L'objectif de ces modules est de vous former à devenir un Utilisateur Indépendant Niveau B2 du Cadre Européen Commun de Référence du Conseil de l'Europe, c'est à dire :

A l'écrit :

- Comprendre le contenu essentiel de sujets concrets ou abstraits dans un texte complexe
- Une étendue de langue suffisante pour pouvoir faire des descriptions claires, exprimer des opinions sur les sujets les plus généraux en utilisant des formes grammaticales complexes
- Utiliser un nombre limité d'articulateurs pour relier vos phrases en un texte clair et cohérent
- Manifester un degré relativement élevé de maitrise de la grammaire
- Faire des descriptions claires et détaillées d'événements ou de sujets relatifs à vos centres d'intérêts
- Pouvoir décrire le compte rendu d'un film, d'un livre ou d'une pièce
- Etre capable de rédiger un essai ou un rapport qui développe systématiquement une argumentation avec un éclairage approprié des points importants et secondaires pertinents.
- Evaluer des idées ou des solutions différentes à un problème
- Ecrire un essai ou un rapport qui développe une argumentation, justifier ou rejeter une opinion particulière et expliquer les avantages et les inconvénients de choix variés
- Faire la synthèse d'arguments et d'informations empruntés à diverses sources

A l'oral :

- Comprendre une discussion spécialisée dans votre domaine professionnel
- Rendre compte de vos opinions et être capable de les défendre
- Parler relativement longtemps avec un débit assez régulier
- Etre capable de développer un point de vue sur un sujet en soutenant les avantages et les inconvénients
- Utiliser les techniques de la négociation
- Etre capable de comprendre, de vous exprimer en utilisant en plus une technique de persuasion

MASTER DE MANAGEMENT ET DE STRATEGIE D'ENTREPRISE

Master Européen - BAC +5

Tarifs

CYCLE	TARIF ANNUEL	MODALITES
MASTER MANAGEMENT ET STRATEGIE D'ENTREPRISE	5 490 €	Inscription : 760 € Rentrée : 1 430€ Solde en 3 x 1 100€

Tarifs valables pour la formation initiale.

La formation en alternance est sans frais pour l'étudiant.

ITIC - 190bis, bd de Charonne – 75020 Paris
Tél : +33 (0)1 43 73 20 40 – Fax : +33 (0)1 43 73 00 36 – e-mail : contact@iticparis.com
N° SIRET : 338 748 536 00046 – RC PARIS B 338 748 536