

DOUBLE CURSUS

MASTÈRE EUROPÉEN EN MANAGEMENT ET STRATÉGIE D'ENTREPRISE / MBA MARKETING DES PRODUITS INDUSTRIELS

ITIC PARIS

www.iticparis.com

L'Institut des Techniques Informatiques et Commerciales

Niveau BAC + 5 - Durée : 2 ans

BAC	BTS 1ère année	BTS 2ème année	BACHELOR	MASTÈRE MBA 1ère année	MASTÈRE MBA 2ème année
	BAC+1	BAC+2	BAC+3	BAC+4	BAC+5

RYTHME DE L'ALTERNANCE

11 **Semaines de cours**
Réparties harmonieusement sur l'année, le reste du temps en entreprise.

LES MÉTIERS

- Responsable marketing
- Responsable commercial
- Chef de produit junior
- Chef de projet en marketing
- Responsable d'un centre de profit
- Manager de projet
- Chargé d'études marketing

OBJECTIF DE LA FORMATION

Ce double cursus valide votre qualification professionnelle pour occuper des emplois de cadres supérieurs dans les deux fonctions majeures des entreprises : Le **MANAGEMENT** et le **MARKETING**.

Vous multiplierez les compétences transversales visant à faciliter votre insertion professionnelle : connaissances complètes en stratégie, environnement international, organisation, marketing, communication digitale et analyses juridiques.

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

TARIFS*

En initiale : 5 490 € par an, frais d'inscription de 760 € inclus, le reste étant payable jusqu'en **dix fois sans frais.**
En alternance (contrat de professionnalisation ou stage alterné) **: gratuit pour l'étudiant**
(sous réserve de prise en charge intégrale par le biais de l'entreprise).

** Hors frais d'inscription aux examens(1ère année : 258 € et 2ème année : 344 €**), BDE, sécurité sociale étudiante et supports pédagogiques. Chaque étudiant devra se munir d'un ordinateur portable.*
*** Tarifs en vigueur en 2015 fournis à titre indicatif, susceptibles de modification sans préavis.*

MASTÈRE EUROPÉEN EN MANAGEMENT ET STRATÉGIE D'ENTREPRISE / MBA MARKETING DES PRODUITS INDUSTRIELS

PROGRAMME DÉTAILLÉ

TECHNIQUES DE GESTION

La gestion financière
Solvabilité et rentabilité
Diagnostic financier (FR, BFR, bilan financier)
Ratios de rentabilité
Gestion de trésorerie
Contrainte solvabilité et marchés financiers
Pilotage de la performance et ses outils

La gestion des stocks
Les enjeux
Les outils de la gestion de stock
Les méthodes de valorisation des stocks

GESTION COMMERCIALE / MARKETING / COMMUNICATION

Stratégie marketing
Marketing et approche stratégique
Marketing et études techniques
Marketing opérationnel

Distribution et logistique
Connaître les différents circuits de distribution
Savoir identifier les méthodes de vente dans chaque circuit
Savoir déterminer le marché du point de vente
Connaître la politique d'assortiment et d'achat du distributeur
La politique du marchandisage
La politique du distributeur
La chaine logistique
Les coûts logistiques
Les méthodes d'approvisionnement

Stratégie commerciale à l'international
Les réalités géopolitiques
Les stratégies d'entreprise face à la mondialisation
Les marchés européens
L'analyse et le choix des marchés
Les risques inhérents d'une stratégie à l'international
Les règles spécifiques à l'export

La communication commerciale
Le plan marketing et la communication de l'entreprise
Les moyens de communication de l'entreprise
Culture générale du secteur numérique
Le cadre de la communication digitale
Les techniques de l'e-communication
Les nouvelles orientations de la communication digitale

DROIT DE L'ENTREPRISE

Les entreprises, la concurrence et l'Europe
Maîtriser la notion d'entreprise dans un contexte concurrentiel défini par la législation communautaire
Connaître le rôle des autorités chargées d'appliquer les règles de concurrence
Connaître les normes européennes en matière de conformité des produits

Droit des sociétés
L'entrepreneuriat
Les différents statuts juridiques de l'entreprise
Savoir appréhender le cadre juridique d'une création d'entreprise et d'une reprise
Le contrôle fiscal
Redressement et liquidation judiciaire

Droit international
Le cadre général d'un contrat international
Les principales clauses d'un contrat international
Les principaux contrats internationaux
Cadre réglementaire au niveau international de la protection intellectuelle et industrielle

MARKETING INDUSTRIEL

Marketing des produits et des services
Le contexte du marketing industriel
L'achat en milieu B to B
La veille technologique
L'étude de marché en milieu B to B
La segmentation stratégique
Le choix des marchés-cibles
Le positionnement marketing
Les décisions stratégiques relatives à la politique produit
Les décisions stratégiques relatives à la communication
La distribution (toutes les formes)
Négocier et vendre en milieu B to B
La politique prix industriel
Apports conceptuels des fondamentaux

Cas pratiques de marketing industriels
Méthodologie de traitement de cas exemples à l'appui (études de cas extraites de l'actualité des affaires)
Mini études de cas interactives
Exercices de simulation : entraînement à la négociation d'affaires

MANAGEMENT ET RESSOURCES HUMAINES

Gestion des ressources humaines
Les enjeux des ressources humaines
Les théories managériales
La politique de recrutement
La politique de rémunération et ses conséquences sur la motivation des salariés
La gestion du temps de travail
La gestion des conflits
Les risques psychosociaux et la qualité de vie au travail
La responsabilité sociale de l'entreprise
La politique des ressources humaines dans un contexte européen

Management de l'entreprise
Le management interculturel
La culture de l'entreprise et son impact sur l'organisation de l'entreprise
L'impact des nouvelles technologies sur le management de l'entreprise
La démarche stratégique
Stratégie et structures organisationnelles
Stratégie et processus décisionnel

ANGLAIS DES AFFAIRES

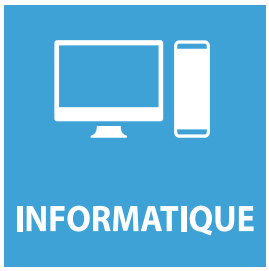
Vocabulaire usuel et professionnel
Compréhension de documents commerciaux et techniques (écrit et audio)
Mise en situation professionnelle
Thèse professionnelle à rédiger en anglais













ITIC PARIS
190bis, boulevard de Charonne - Paris 20ème - M° Philippe Auguste - Ligne 2
Tél : 01 43 73 20 40 - Fax : 01 43 73 00 36 - contact@iticparis.com

MASTÈRE EUROPÉEN EN MANAGEMENT ET STRATÉGIE D'ENTREPRISE / MBA MARKETING DES PRODUITS INDUSTRIELS

RÉFÉRENTIEL D'EXAMEN DU MASTÈRE EUROPÉEN EN MANAGEMENT ET STRATÉGIE D'ENTREPRISE

1ère année

ÉPREUVES	U.C.	Crédits	Coef.	Forme	Durée
Les entreprises, la concurrence et l'Europe	A4/5	16	4	Dissertation	4h00
Langue vivante européenne 1	B4	12	2	Écrit	1h45
Culture et management d'entreprise	D41.1	6	2	QCM	1h00
Gestion des RH et des organisations	D41.2	10	5	Exercices pratiques	3h00
Mémoire d'entreprise	D42	16	7	Oral	1h00

2ème année

ÉPREUVES	U.C.	Crédits	Coef.	Forme	Durée
Langue vivante européenne 1	A4/5*	12	2	Oral	45min
Stratégies et environnement géopolitique	B5	16	5	Exercices pratiques	3h00
Management stratégique des organisations	D51	16	7	Étude de cas	4h00
Thèse professionnelle	D52	16	6	Oral	1h00

RÉFÉRENTIEL D'EXAMEN DU MBA MARKETING DES PRODUITS INDUSTRIIELS

ÉPREUVES	Coef.	Forme
Techniques de gestion	1	Contrôle continu
Gestion commerciale	1	Contrôle continu
Stratégies marketing	1	Contrôle continu
Communication	1	Contrôle continu
Droit de l'entreprise	1	Contrôle continu
Gestion des ressources humaines	1	Contrôle continu
Anglais	1	Contrôle continu
Management de l'entreprise	1	Contrôle continu
Marketing industriel	1	Contrôle continu
Thèse professionnelle	1	Oral
Projet européen	1	Oral

La validation de la formation est prononcée lorsque la moyenne générale à l'ensemble des enseignants est égale ou supérieure à 10/20.

Mastère Européen en Management et Stratégie d'Entreprise
Diplôme de la Fédération européenne des écoles – association régie par le droit suisse (CCS. Art. 60-79)

Etablissement privé d'enseignement supérieur technique. Document non contractuel, soumis aux législation en vigueur. Ne pas jeter sur la voie publique.