

Mastère Management en Stratégie d'entreprise

BLOC 2 : Elaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle

Bac + 5 reconnu par l'Etat – Niveau 7 - Code RNCP : 37069



1. *Pilotage stratégique et opérationnel – 19h :*

C1 : Mettre en œuvre la démarche de contrôle de gestion dans le pilotage de l'organisation

C2 : Analyser le contrôle de gestion comme aide au diagnostic pour appréhender les axes stratégiques

C3 : Construire les budgets de l'entreprise

C4 : Analyser comment le contrôle de gestion participe au pilotage stratégique et opérationnel

2. *Stratégie e-business et omnicanale :*

C1 : Concevoir une stratégie digitale, du modèle économique au déploiement e-commerce

C2 : Réaliser un diagnostic digital à partir de ses objectifs et cibles

C3 : Choisir les bons outils digitaux et messages par rapport aux cibles et objectifs et choisir les bons KPI

C4 : Réaliser un parcours client omnicanal

C5 : Elaborer une stratégie omnicanale et sa mise en œuvre (fonctionnalités ROPO / store to web, choix d'organisation, KPI...)

3. *Etudes de marché et comportement du consommateur :*

C1 : Mettre en place la démarche des études de marché

C2 : Utiliser les différentes catégories d'études de marché en fonction de leurs spécificités

C3 : Analyser des résultats et proposer une synthèse pertinente, attractive et pédagogique des résultats

C4 : Utiliser les facteurs explicatifs d'un comportement d'achat pour prendre une décision

C5 : Utiliser le processus de décision et d'achat des clients pour mettre en place son mix

PREREQUIS :

- Niveau Bac +2 minimum
- Niveau BAC et 5 années d'expérience professionnelle

PROFIL :

- Sens de l'observation et de l'analyse
- Sens commercial
- Persuasif et tenace
- Sens du relationnel

PUBLIC :

- Demandeur d'emploi
- Salarié
- Personne en reconversion
- Personne en situation de handicap (adaptation de la formation possible)

NOTRE METHODE :

- Les cours sont dispensés en face à face, en alternant des apports théoriques et des expériences pratiques
- L'équipe pédagogique est constituée principalement de professionnels de secteur



Modalité d'évaluation :

Chaque bloc de compétences se valide de manière indépendante.

Deux cas de figure :

1. Validation des compétences par l'expérience
2. Validation des compétences par mise en situation professionnelle

Validation totale ou partielle :

La validation d'un bloc de compétences suppose l'acquisition de chaque compétence qui le constitue.

En cas de validation partielle, le candidat sera évalué lors d'un prochain jury sur le ou les module(s) non validé(s) uniquement. En cas d'échec à un CCP mais acquisition d'au moins un module, le candidat pourra conserver le bénéfice des résultats obtenus à chaque module acquis pendant 5 ans. Il ne pourra cependant bénéficier des résultats obtenus pour la validation de la certification tant que le CCP ne sera pas validé dans son intégralité.

Si l'ensemble des blocs de compétences est validé, la validation du titre par la formation est subordonnée à la présentation écrite et orale d'un mémoire réalisé autour d'une thématique globale, choisie par le candidat et en lien avec le secteur d'activité de la spécialité choisie.

4. *Stratégie de marque :*

C1 : Réaliser un diagnostic pour savoir évaluer la perception de sa marque

C2 : Définir ou redéfinir l'identité de marque d'une entreprise (valeurs, positionnement...)

C3 : Définir un univers de marque : concept créatif, déclinaison

C4 : L'intégrer dans une stratégie de gestion de portefeuille de marques au sein d'un groupe



5. *Marketing opérationnel :*

C1 : Savoir réaliser un diagnostic de marketing opérationnel client

C2 : Savoir collecter des données tout au long du parcours client et les traiter

C3 : Savoir élaborer une stratégie marketing client et proposer une expérience fluide et attractive

C4 : Savoir réaliser un plan de prospection et de fidélisation, avec des objectifs quantifiés, un budget, un planning et choisir des indicateurs de contrôle



6. *Stratégie des médias :*

C1 : Choisir les médias les plus adaptés à la stratégie globale

C2 : Maîtriser les critères et calculs d'évaluation des médias

C3 : Etablir un plan média

C4 : Rédiger un brief média

C5 : Faire le lien entre médias choisis et orientations créatives



7. *Distribution et logistique :*

C1 : Analyser les opérations et fonctions du Supply Chain Management

C2 : Piloter, optimiser, ordonnancer et gérer la production

C3 : Evaluer l'importance de la chaîne de valeurs dans le business model et son impact concurrentiel

C4 : Savoir optimiser la logistique en fonction des besoins des différents modèles économiques

C5 : Apprendre à bien gérer les stocks et les flux

