

## Master Européen : Management et Stratégie d'Entreprise (BAC+5)



### Compétences visées :

- Maîtriser les techniques de décisions stratégiques
- Acquérir un savoir-faire pluridisciplinaire sur les différents champs fonctionnels économiques de l'entreprise
- Analyser l'environnement managérial de l'entreprise
- Mettre en œuvre des modèles de fonctionnement et de contrôle
- Savoir s'entretenir en anglais

### Programme indicatif

- ✗ Gestion comptable et financière
- ✗ Recherche marketing
- ✗ Droit des affaires et fiscalité
- ✗ La gestion des moyens de communication
- ✗ Marketing stratégique
- ✗ Commerce et finances internationaux
- ✗ Négociation et animation des équipes de vente
- ✗ Gestion des ressources humaines et organisation
- ✗ La logistique et la production.
- ✗ Les stratégies d'achat

## Programme de la formation :

Le Master Européen Management & Stratégie d'Entreprise prépare les étudiants aux fonctions de Management et de stratégie d'entreprise dans les domaines : Ressources Humaines – Gestion – Management – Marketing – Commercial – « Business To Business » – Environnement International, dans des secteurs variés au sein de moyennes ou grandes organisations.

Modules	Contenu
<b>Unité Capitalisable (UCD 51) : Environnement international</b>	
<b>1. Droit international</b>	1. Contrats internationaux 2. Protection intellectuelle et industrielle 3. Lois anti-trust
<b>2. Affaires internationales</b>	<b>1. Aspects techniques</b> - Transport - Logistique - Gestion des contrats import-export <b>2. Finances internationales</b> - Les marchés à terme - Gestion des risques crédit - Les devises <b>3. Marketing international</b> - Stratégies de globalisation - Les groupes stratégiques
<b>Unité Capitalisable (UCD 52) : Stratégie d'entreprise</b>	
<b>1. Contexte de l'environnement managérial</b>	1. Introduction au management 2. Entrepreneuriat 3. Compétences managériales 4. Marketing management 5. Planification stratégique 6. Prise de décision 7. Procédures de contrôles
<b>2. Ressources Humaines</b>	1. Outils de communication interne (newsletters, journal interne, intranet, cellule de veille, networking) 2. Politique de recrutement : environnement du poste, répartition des tâches, utilisations des compétences, procédures d'embauche, entretiens d'embauche 3. Processus d'organisation des ressources humaines 4. Management de projet en équipe 5. Développement personnel : techniques de PNL d'analyse transactionnelle 6. Gestion de crise
<b>3. Marketing amont</b>	1. Analyse de la chaîne de valeur 2. Diagnostic et mise en place des orientations stratégiques (Ansoff, matrice PESTEL) 3. Matrices d'analyse stratégique : les outils modernes (BCG, Mc Kinsey (les 7 S), ADL, LCAG) 4. Maîtrise des FCS (facteurs clé de succès) et des atouts compétitifs (Porter), la courbe d'expérience

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Business model et Business plan</li> <li>6. Stratégies B to B</li> </ol>
<b>4. Marketing aval</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stratégies d'innovation</li> <li>2. Stratégies de distributeur (le mix distributeur)</li> <li>3. Stratégies de communication (construction d'un concept, plan de communication,</li> <li>4. pré-tests et post tests, aspects juridiques, nouvelles tendances : e-com, e-pub, webmarketing)</li> <li>5. Stratégies commerciales : construction du PAC (Plan d'Action Commerciale), relation clients (ECR)</li> <li>6. Yield management</li> <li>7. Category management</li> <li>8. Stratégies B to C</li> </ol>
<b>5. Analyse et gestion financières</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lecture et analyse de bilans</li> <li>2. Utilisation stratégique des ratios</li> <li>3. Gestion du BFR et de la trésorerie</li> <li>4. Choix des investissements et programmation</li> <li>5. Contrôle de gestion</li> </ol>
<b>6. Statistiques</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Statistiques descriptives</li> <li>2. Calcul de probabilités</li> <li>3. Moyenne, écart type, Khi deux</li> <li>4. Moyenne mobile</li> <li>5. Utilisation stratégique du calcul de l'échantillon</li> <li>6. Prévisions</li> </ol>
<b>Thèse professionnelle</b>	
<p>Cette thèse traitera de problématiques afférentes aux stratégies de décision de l'entreprise. Pour ce faire, le stagiaire s'appuiera sur l'analyse des environnements interne et externe et conceptualisera les modèles d'analyse, d'exploitation et de contrôle.</p> <p>Il devra également préconiser des orientations et des solutions répondant à la problématique posée. Il utilisera pour ce faire les techniques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de Gestion,</li> <li>- de Marketing,</li> <li>- de Stratégies commerciales,</li> <li>- de Stratégies de communication ou encore d'environnement managérial.</li> </ul> <p>Cette mission sera définie et suivie au sein de l'entreprise par un maître de stage. Elle donnera lieu à la rédaction d'une thèse professionnelle qui reprendra le fil directeur de la méthodologie suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analyse des contextes,</li> <li>- diagnostic,</li> <li>- préconisations des orientations ou des choix stratégiques avec en interface le détail des solutions proposées et leur mise en œuvre.</li> </ul> <p>L'utilisation des outils stratégiques en management est encouragée et sera appréciée. Ces outils peuvent être :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tableaux de bord,</li> <li>- matrices d'analyse et de contrôle,</li> <li>- modèles d'organisation,</li> <li>- business plan,</li> <li>- plan de communication et plan d'action commerciale.</li> </ul>	
<b>Langue vivante Européenne :</b>	Orale Anglais