



EVOLUA
FORMATION 

MASTÈRE EN 2 ANS MANAGEMENT EN STRATEGIE ET DEVELOPPEMENT D'ENTREPRISE

2 OPTIONS :

- MANAGEMENT & STRATÉGIE DIGITALE
- MANAGEMENT & STRATÉGIE COMMERCIALE

Le manager du développement des entreprises et des organisations conseille et accompagne les dirigeants de l'entreprise dans le développement de leur activité et les aide à faire grandir l'entreprise.

Le titulaire du Mastère Management en stratégie et développement de l'entreprise (MSDE) a des compétences polyvalentes dans des domaines variés : Marketing, management, commercial, gestion, RH. Il a une vision à long terme de l'entreprise dans son environnement.

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- Élaborer des stratégies d'innovation (stratégies marketing, commerciale, de communication, de gestion, RH) ;
- Piloter la mise en œuvre de la stratégie d'une organisation, coordonner l'activité d'un service ;
- Manager les équipes et gérer les ressources et les activités ;
- Créer ou reprendre une unité commerciale en qualité d'entrepreneur, accompagner le dirigeant.

PÉDAGOGIE :

Cours dispensés par des professionnels reconnus dans le domaine de spécialité Accompagnement individuel sur le mémoire et la thèse professionnelle.

LES + :

Pédagogie innovante basée sur des projets professionnels et des enjeux d'entreprise Séminaire d'intégration, pitch en fin de M2.

BAC +5
RECONNU PAR L'ÉTAT
RNCP NIVEAU 7

NIVEAU D'ENTRÉE :

- > Titulaire d'un BAC+3 validé (180 crédits ECTS)
- > Sur dossier, test de personnalité, d'orthographe et de logique
- > Test d'anglais
- > Entretien individuel de motivation

MODALITÉS :

- > 2 ans de formation
- > 1008 heures sur 2 ans soit 504 h/an
- > Dispositif VAE, CPF
- > Contrat de professionnalisation ou d'apprentissage
- > Formule tremplin

VOTRE PROFIL :

- > Sens du relationnel
- > Rigueur et organisation
- > Capacité d'analyse, de synthèse et de communication
- > Créativité
- > Maîtrise des outils informatiques
- > Solides connaissances en Anglais



CONDITIONS D'OBTENTION DU TITRE

- Moyenne générale de l'année > ou = à 10/20 ;
- Moyenne à chaque unité d'enseignement > ou = à 10/20 ;
- Le diplôme MSC avec obtention du LINGUASKILL BUSINESS niveau B2 ;
- Obtention du titre « Manager en Stratégie et Développement d'Entreprise » reconnu par l'État.

FINALITÉS PROFESSIONNELLES

- Fonctions de direction et d'encadrement ;
- Responsable service Marketing, développement commercial, e-commerce ;
- Consultants dans des cabinets orientés management ;
- Manager en stratégie d'entreprise.

DISTRIBUTION ET LOGISTIQUE

Connaître les dimensions de la supply chain afin d'optimiser les stocks et les flux.

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Maîtriser les fondements de la stratégie afin d'améliorer la performance des entreprises.

STRATÉGIE MARKETING

Bâtir une stratégie d'entreprise et la décliner en plan marketing B to B ou B to C.

STRATÉGIE COMMERCIALE

Initier et accompagner la mise en place d'une démarche commerciale complète.

DROIT DES AFFAIRES

Maîtriser les règles juridiques fondamentales qui régissent la création et la vie des sociétés.

PILOTAGE STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNEL

Etablir un diagnostic stratégique et opérationnel de l'entreprise basé sur le contrôle de gestion.

MANAGEMENT DE PROJET

Conduire un projet en maîtrisant la qualité, les coûts et les délais. Coordonner une équipe autour d'un projet.

CONDUITE DE CHANGEMENT

Piloter un changement en entreprise, en construire les systèmes de pilotage, formation et communication.

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS

Comprendre le contexte de l'entreprise afin d'adapter le management.

ANGLAIS (1^{ère} ET 2^{ème} ANNÉE)

Développer les compétences linguistiques orales et écrites nécessaires en milieu professionnel.

INTERNATIONAL MARKETING

Understand the strategic and operational policy of the companies internationally.

ÉTUDE DE MARCHÉ ET COMPORTEMENTS DU CONSOMMATEUR

Identifier le profil de ses consommateurs et estimer la taille du marché au travers d'une recherche marketing.

LANCLEMENT DE MARQUE

Mettre en œuvre sa stratégie de marque en définissant son identité et établir son plan de lancement.

MÉMOIRE DE PROJET PROFESSIONNEL

Réaliser un projet centré sur l'étude d'un cas concret ou d'une problématique d'entreprise.

TRONC COMMUN**POLITIQUE DE COMMUNICATION INTERNE**

Bâtir la stratégie de communication interne d'une entreprise et la décliner en plan de communication.

STRATÉGIE E-BUSINESS ET OMNICANALE

Définir la stratégie d'une entreprise en intégrant la dimension omnicanale.

STRATÉGIE DES MEDIAS

Définir une stratégie média efficace et performante au service de la stratégie de communication de l'annonceur.

STRATEGIC THINKING

Prendre conscience des enjeux socio-économiques mondiaux pour optimiser l'efficacité des stratégies d'entreprises.

DROIT

Maîtriser les actions publicitaires sur internet et les règles permettant de se protéger des contrefaçons.

STRATÉGIE COMMERCIALE ET DÉMARCHE QUALITÉ

Définir et piloter une stratégie commerciale performante en intégrant la démarche qualité.

MARKETING ET PRISE DE DÉCISION

Définir et mettre en place le plan d'action marketing opérationnel.

PITCH "DÉFINIR UNE STRATÉGIE D'ENTREPRISE"

Définir une stratégie d'entreprise basée sur un diagnostic et des préconisations de qualité, pour le compte d'une entreprise.

THÈSE PROFESSIONNELLE

Traiter de problématiques afférentes aux stratégies de décision de l'entreprise en s'appuyant sur l'analyse des environnements interne et externe de l'entreprise et conceptualiser les modèles d'analyse, d'exploitation et de contrôle.

OPTION STRATÉGIE DIGITALE**WEBMARKETING**

Maîtriser les différents leviers webmarketing et les outils d'analyse et de mesure.

DÉVELOPPEMENT DE SITE INTERNET

Maîtriser les différentes étapes de l'élaboration d'un site internet.

CRÉATIVITE DIGITALE

Définir et piloter une stratégie de communication digitale.

OPTION STRATÉGIE COMMERCIALE**CULTURE ET NÉGOCIATION**

Négocier à l'international en tenant compte des particularités culturelles.

EXPERTISE COMMERCIALE

Maîtriser la négociation avec les acheteurs professionnels et établir des propositions commerciales adaptées.

CULTURE ENTREPRENEURIALE

Développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise mais aussi transmettre cette culture à son équipe.

SALES MANAGEMENT

Maîtriser l'utilisation des outils de gestion commerciale, des plus simples aux plus complexes.

STRATÉGIE D'ACHATS

Connaître le rôle stratégique de la fonction Achats, son impact sur les résultats, et acquérir des aptitudes à négocier et contractualiser les acquis de la négociation.

SUPPLY CHAIN

Savoir gérer et optimiser la supply chain au niveau international.