



INSTITUT COMMUNICATION COMMERCE SUPERIEUR
POLE ACTIVITE EUROMOSELLE - RUE DEVANT BEHEUIL - 57140 NORROY LE VENEUR France
www.icosup-french-business-school.com

Master Management et Stratégies des entreprises

DROIT INTERNATIONAL

- Contrats internationaux
- Protection intellectuelle et industrielle

AFFAIRES INTERNATIONALES

- Management des opérations : transport, logistique, gestion des contrats import-export
- Finances internationales : les marchés à terme, gestion des risques crédit, les devises
- Marketing international : stratégie de globalisation, les groupes stratégiques

UC D52 :

Case Study : stratégies d'entreprise

CONTEXTE DE L'ENVIRONNEMENT MANAGERIAL

- Introduction au Management
- Entrepreneuriat
- Compétences managériales
- Marketing management
- Planification stratégique
- Prise de décision
- Procédures de contrôles

RESSOURCES HUMAINES

- Outils de communication interne
- Politique de recrutement
- Processus d'organisation des ressources humaines
- Management de projet en équipe
- Développement personnel : techniques de PNL, d'analyse transactionnelle
- Gestion de crise

MARKETING AMONT

- Analyse de la chaîne de valeur
- Diagnostic et mise en place des orientations stratégiques
- Matrice d'analyse stratégique
- Maîtrise des FCS : facteurs clés de succès

- Business model
- Business plan

MARKETING AVAL

- Stratégie de distributeur (le mix distributeur)
- Stratégie de communication (construction d'un concept, plan de communication, pré-tests et post tests, aspects juridiques, nouvelles tendances : e-com, e-pub, webmarketing)
- Stratégie commerciales : construction du PAC (plan d'action commerciale, relation clients, ECR)
- Yield management
- Category management
- Stratégie B to C

ANALYSE ET GESTION FINANCIERES

- Lecture et analyse de bilans
- Utilisation stratégique des ratios
- Gestion du BFR et de la trésorerie
- Choix des investissements et programmations
- Contrôle de gestion

STATISTIQUES

- Statistiques descriptives
- Calcul de probabilités
- Moyenne, écart type, Khi deux
- Moyenne mobile
- Utilisation stratégique du calcul de l'échantillon

Soutenance et thèse professionnel

CONTENU :

Cette thèse traitera des 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.

Il devra également préconiser des orientations et des solutions répondant à la problématique posée. Il utilisera pour ce faire les techniques : -de Gestion, - de Marketing, - de stratégies commerciales, - de stratégies de communication ou encore d'environnement Managerial. 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 :

- analyse des contextes,
- diagnostic,
- préconisations des orientations ou des choix stratégiques avec en interface le détail des solutions proposées et leur mise en œuvre.

L'utilisation des outils stratégiques en management tels que

- tableaux de bord,
- matrices d'analyse et de contrôle,
- modèles d'organisation,

- business plan
- plan de communication et plan d'action commerciale.

Les débouchés :

Les diplômés de la formation au master de management et stratégie d'entreprise sont appelés à occuper en général des fonctions de responsabilité dans l'entreprise, nécessitant des qualités managériales de direction et de développement, et particulièrement dans l'environnement européen. A titre d'exemple :

Chef de produit (Européen ou international)

Responsable du développement d'un produit ou d'une gamme de produits, depuis sa conception jusqu'à sa commercialisation. Il doit l'adapter en permanence à l'évolution et aux opportunités du marché. Il dépend du responsable marketing. Il travaille cependant avec une certaine autonomie puisque c'est à lui que revient la responsabilité de gérer les actions dans leurs aspects opérationnels. Sa performance sera mesurée en fin d'année sur les résultats obtenus par rapport aux objectifs. En accord avec la politique marketing définie par la direction, il met en place une stratégie pour son produit, élabore des recommandations et s'assure de leur application et de leur efficacité.

Responsable des ventes

Femme ou homme de terrain, la personne responsable des ventes anime, seule, une équipe de vendeurs sur un secteur géographique défini. Chaque jour, elle doit motiver ses troupes, suivre les résultats commerciaux de chacun, et essayer de faire progresser les ventes. Ce métier, qui nécessite des qualités relationnelles et un grand dynamisme, offre des débouchés intéressants après quelques années d'expérience.

Responsable RH

Responsable de tout ce qui concerne la gestion des ressources humaines dans l'entreprise et il assure la coordination des différentes fonctions RH entre elles.

Responsable Communication

Mettre en valeur une idée-force, valoriser l'image de l'entreprise ou affirmer son identité, telles sont les compétences et le rôle du responsable de communication appelé aussi chargé de communication. Le responsable de communication est le garant de la cohérence de l'image de l'établissement.

