



Mastère Management et Stratégie d'entreprise

Le titre Management et Stratégie d'entreprise est un titre de niveau 7 Européen RNCP35280, Code NSF 310, délivré par la Fédération Européenne des Ecoles. Dans un contexte concurrentiel où la mondialisation et la transformation digitale bouleversent les sphères de notre société, les organisations font face à de nombreux défis qui nécessitent plus de flexibilité et une évolution des pratiques managériales afin de s'adapter à un marché en perpétuelle mutation.

PROFIL ET PRÉ REQUIS

Tout public (étudiant, salarié, demandeur d'emploi) après positionnement. Bac + 3 validé ou VAP avec 3 ans d'expérience, VAE.

POURSUITES ET DÉBOUCHÉS

Le détenteur du titre certifié Management et Stratégie d'Entreprise enregistré au RNCP au niveau 7 (BAC+5) reconnu par l'Etat a vocation à occuper un poste à haut niveau, immédiatement à l'issue de sa formation.

PROGRAMME

Pour un étudiant en Mastère Européen de Management et de Stratégie d'Entreprise (MSE), l'objectif de l'analyse d'un contexte stratégique est de comprendre l'évolution des changements dans l'environnement de l'entreprise en vue d'élaborer une stratégie adaptée aux défis contemporains liés à la mondialisation des économies. Cette analyse doit porter à la fois sur le contexte externe et interne afin d'identifier les opportunités, les risques, les forces et les faiblesses de l'entreprise.

1 - Culture générale d'entreprise

- Maîtriser les principaux outils de gestion comptable et financière afin d'élaborer un plan de financement
- Appliquer des connaissances en droit des affaires et en matière de fiscalité au sein de l'entreprise
- Maîtriser les fondamentaux de la recherche marketing et du marketing stratégique : les notions de croissance, celles d'avantages concurrentiels, le choix des axes stratégiques, les potentialités d'un marché
- Appréhender et d'analyser les enjeux de la distribution et de la logistique pour mettre en place de nouvelles stratégies d'approvisionnement
- Optimiser le potentiel de l'entreprise par l'utilisation des bases de la négociation et l'animation d'une équipe de vente, par l'élaboration d'une stratégie de communication ou la conception d'un plan de marchéage à un marché spécifique

3 - Environnement international et stratégie d'entreprise

- Acquérir des connaissances en droit international en matière de contrats internationaux, de protection intellectuelle et industrielle et des lois anti-trust
- Comprendre les aspects techniques des affaires internationales notamment en matière de transport, logistique et import-export
- Intégrer les connaissances en matière de finances internationales et en particuliers ce qui relève des marchés à terme, des risques de crédit
- Comprendre le marketing international et ses stratégies de globalisation
- Appréhender le contexte de l'environnement managérial
- Acquérir une démarche de gestion de la ressource humaine en s'appuyant sur les outils de communication interne
- Comprendre les différents aspects du marketing, amont et aval, pour élaborer des stratégies commerciales, des stratégies de communication et des stratégies d'innovation

5 - Les entreprises, la concurrence et l'Europe

- Expliquer les problèmes portant sur les notions de l'entreprise, de la concurrence et du marché, telles que définies par la législation communautaire et les arrêts de la Cour de justice de l'Union européenne
- Démontrer l'importance de l'évolution des règles concernant les comportements des entreprises et les concentrations entre entreprises
- Connaître le rôle des autorités chargées d'appliquer les règles de concurrence visant les entreprises
- Connaître le processus d'après lequel est établie la conformité des produits aux normes européennes dans le Marché intérieur.

2 - Gestion des Ressources Humaines et des organisations

- Maîtriser les techniques de management afin de mobiliser les salariés en une équipe efficace
- Comprendre la communication interpersonnelle afin de mesurer et gérer les relations conflictuelles
- Organiser et de définir les modes et outils de communication pour garantir le climat social de l'entreprise
- Mettre en place une structure organisationnelle simple à même d'évoluer
- Développer la culture d'entreprise, de savoir utiliser les leviers du changement : le management, la structure, les systèmes et la culture
- Utiliser les outils de management sociaux économiques et de mener une démarche qualité

4 - Pratique professionnelle

Le point fort du Mastère européen de la FEDE est la mise en contact réelle de l'étudiant avec le monde du travail afin d'approfondir sa formation et son projet professionnel.

En première année, la mission professionnelle doit traiter de problématiques de management rencontrées sur le lieu du stage ou de l'alternance. Elle donne lieu à la rédaction d'un mémoire qui reprendra le fil directeur de la démarche stratégique et exposera les outils stratégiques utilisés.

En deuxième année, à l'issue d'un stage d'au moins trois mois, la thèse professionnelle traitera de problématiques afférentes à la gestion logistique.

Dans un mémoire, l'étudiant devra analyser l'environnement de l'entreprise et émettre des préconisations en matière d'orientation et de choix stratégiques.

Les deux mémoires feront l'objet d'une soutenance orale.

6 - Langue vivante européenne

Ce module permet :

- D'acquérir le niveau B2 (écrit et oral) du CECR de maîtrise d'une langue vivante européenne.

La validation de ce module donne lieu à la délivrance du Certificat de langues FEDE, respectant les préconisations du CECRL et reconnu par l'IFEFF.