

Mastère Management en Stratégie d'entreprise

BLOC 4 : Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale (nationale et/ou internationale)

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



1. Culture et négociation :

C1 : Comprendre la Culture et ses implications dans le commerce international

C2 : Faire des affaires dans une approche interculturelle

C3 : Être capable de diriger des équipes multiculturelles

C4 : Mener des négociations dans un contexte interculturel

2. Expertise commerciale :

C1 : Être capable de construire des propositions commerciales qui sortent du lot

C2 : Être capable de négocier avec des acheteurs professionnels et réussir à tenir ses marges

C3 : Être capable de développer son réseau d'affaires en mode virtuel et physique

C4 : Être capable de s'implanter dans un pays limitrophe et de négocier avec ses interlocuteurs

3. Stratégie d'Achats :

C1 : Être capable de faire un diagnostic de la fonction Achats, ses méthodes, ses performances

C2 : Être capable de définir un CDCF (Cahier Des Charges Fonctionnel) dans les projets d'achats pour savoir, concevoir, et rédiger un contrat commercial Achats

C3 : Être capable de savoir analyser le marché fournisseur, de faire un audit sur l'apport stratégique des Achats

C4 : Savoir convertir des achats avec une approche RSE, et Economise circulaire et de préparer un contrat issu d'une bonne négociation

C5 : Être capable d'identifier la Valeur Ajoutée des achats dans l'amélioration du Business model de l'entreprise

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. *Sales management* :

C1 : Être capable de comprendre les enjeux du « sales management » informatisés

C2 : Être capable de maîtriser quelques solutions et outils simples, adaptés aux TPE. Être capable de comprendre les solutions évoluées de type CRM (Salesforce ou autre...)

C3 : Être capable de bâtir le cahier des charges, de consulter des fournisseurs, de choisir une solution adaptée... Maîtriser l'accompagnement humain à l'adoption de la solution retenue



5. *Culture entrepreneuriale* :

C1 : Être capable de développer un esprit entrepreneurial, de développer ses réflexes de créativité et de commercialisation

C2 : Être capable de maîtriser les aspects humains, techniques, juridiques et financiers de la création

C3 : Être capable de développer son leadership, de créer motivation et implication de son équipe dans le cadre d'une startup



6. *Supply chain* :

1 : Savoir utiliser les différents circuits de transports internationaux

C2 : Savoir choisir les partenaires de la Supply chain

C3 : Comprendre la gestion de la chaîne de distribution internationale

C4 : Connaître les différents organismes du commerce international



7. *Marketing* :

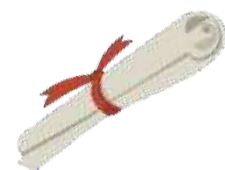
C1 : Managing international marketing research process

C2 : Knowing where and how to developp

C3 : Choosing marketing target in one country and develop a brand strategy

C4 : Defining a Product strategy combined with a Price strategy

C5 : Defining an international product launch communication strategy



8. *International law* :

C1 : Protecting trade confidentiality – Understanding basics of international contracts

C2 : Dealing with foreign law compliance during the exporting process

C3 : Managing overseas international development – Knowing how to use the international trade documentation

C4 : Managing the marketing development liability – Intellectual property ad competition law

9. *International finance* :

C1 : Understanding the international accounting system and preparing the financial analysis

C2 : Leading a company financial analysis / Managing Trade Risks

C3 : Understanding the entry strategies to penetrate a market in respect of tax system rules / Choosing Best Payment Method

C4 : Overviewing International companies investments and ROI-VAN value determination – Index of profitability

C5 : Choosing the best investment and understanding the economic profitability / Issuing Financial Plan

