



Management en Stratégie et Développement d'Entreprise

BLOC 2 : Elaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle

Bac+5 reconnu par l'Etat – Niveau 7 – Titre RNCP : en cours de renouvellement



1. Pilotage stratégique et opérationnel :

- C1** : Mettre en œuvre la démarche du contrôle de gestion dans le pilotage de l'organisation
- C2** : Analyser le contrôle de gestion comme aide au diagnostic pour appréhender les axes stratégiques
- C3** : Construire les budgets de l'entreprise
- C4** : Analyser comment le contrôle de gestion participe au pilotage stratégique et opérationnel

2. Etude de marché et comportement du consommateur :

- C1** : Mettre en place la démarche des études de marché
- C2** : Utiliser les différentes catégories d'études de marché en fonction de leurs spécificités
- C3** : Analyser des résultats et proposer une synthèse pertinente, attractive et pédagogique des résultats
- C4** : Utiliser les facteurs explicatifs d'un comportement d'achat pour prendre une décision
- C5** : Utiliser le processus de décision et d'achat des clients pour mettre en place son mix

3. Stratégie des médias :

- C1** : Choisir les médias les plus adaptés à la stratégie globale
- C2** : Maîtriser les critères et calculs d'évaluation des médias
- C3** : Etablir un plan média
- C4** : Rédiger un brief média
- C5** : Faire le lien entre médias choisis et orientations créative

PREREQUIS:

- Niveau Bac +3
- Niveau BAC +2 et 5 années d'expérience professionnelle

PROFIL:

- Etre positif
- Communicant
- Attentif aux autres
- Ecouter, conseiller
- Avoir un bon sens de l'organisation

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. *Distribution et logistique :*



- C1 :** Analyser les opérations et fonctions du Supply Chain Management
- C2 :** Piloter, optimiser, ordonnancer et gérer la production
- C3 :** Evaluer l'importance de la chaîne de valeurs dans le business model et son impact concurrentiel
- C4 :** Savoir optimiser la logistique en fonction des besoins des différents modèles économiques
- C5 :** Apprendre à bien gérer les stocks et les flux

6. *Marketing opérationnel :*



- C1 :** Savoir réaliser un diagnostic de marketing opérationnel client
- C2 :** Savoir collecter des données tout au long du parcours client
- C3 :** Savoir élaborer une stratégie marketing client et proposer une expérience fluide et attractive
- C4 :** Savoir réaliser un plan de prospection et de fidélisation, avec des objectifs quantifiés, un budget, un planning et choisir des indicateurs de contrôle



5. *Stratégie e-business et omnicanale :*

- C1 :** Concevoir une stratégie digitale, du modèle économique au déploiement e-commerce
- C2 :** Réaliser un diagnostic digital à partir de ses objectifs et cibles
- C3 :** Choisir les bons outils digitaux et messages par rapport aux cibles et objectifs et choisir les bons KPI
- C4 :** Réaliser un parcours client omnicanal
- C5 :** Elaborer une stratégie omnicanale et sa mise en œuvre (fonctionnalités ROPO / store to web, choix d'organisation, KPI, etc.)

7. *Stratégie de marque :*



- C1 :** Réaliser un diagnostic pour savoir évaluer la perception de sa marque
- C2 :** Définir ou redéfinir l'identité de marque d'une entreprise (valeurs, positionnement, etc.)
- C3 :** Définir un univers de marque : concept créatif, déclinaison
- C4 :** L'intégrer dans une stratégie de gestion portefeuille de marques au sein d'un groupe

