



Métiers  
du **Management**

**stjo**  
lycée  
campus  
st-jo.com

# MASTÈRE / MBA MANAGER EN STRATÉGIE D'ENTREPRISE

BAC+5 en alternance  
Titre délivré par ECORIS (niveau 7)  
Code RNCP 38824 / Date d'enregistrement 23/11/2022

## Métiers visés

Domaine commercial: Directeur commercial, Directeur de magasin, Responsable développement commercial, Responsable commercial, Directeur marketing, Chef de projet marketing,

Domaine digital: Responsable de la stratégie digitale, Responsable marketing, Responsable communication

Domaine achats-logistique: Responsable Achats / Transports, Responsable Supply Chain ou affrètements, Acheteur

## Objectifs de la formation / Compétences visées

Le manager en stratégie d'entreprise élabore une stratégie adaptée puis la déploie auprès des équipes avant d'évaluer les résultats. Il conduit notamment les activités suivantes :

- **Analyse de l'environnement de l'entreprise et définition, avec le dirigeant, des objectifs dans ce contexte ;**
- **Elaboration d'une stratégie d'entreprise dans son domaine**
- **Pilotage de la stratégie et des projets à mettre en œuvre**
- **Management et accompagnement des équipes**

Le Manager en Stratégie d'Entreprise est un stratège généraliste, capable de résoudre des problématiques complexes et d'assumer des fonctions d'encadrement, d'orientation, de conseil, d'organisation, de pilotage et de management de projet dans différents champs économiques de l'entreprise grâce à ses compétences pluridisciplinaires. Le manager en stratégie d'entreprise est une personne polyvalente pouvant intervenir dans différents secteurs d'activité (industrie, transports, services...) ayant des compétences à la fois analytiques pour définir une politique d'entreprise et fixer des objectifs, une capacité à élaborer une stratégie répondant aux objectifs fixés, et opérationnelles pour la mettre en œuvre au sein d'une fonction de l'organisation (commercial, finance, supply chain...).

## Prérequis

Titulaire d'un Bac+3 (équivalent 180 crédits ECTS) obtenu quel que soit le domaine. Ou faisant état d'un parcours de niveau Bac+2 validé et de 3 années d'expérience professionnelle post BAC+2 dans le secteur tertiaire (sous conditions).

L'accès direct à la 2ème année est ouverte sous conditions.

## Public visé

➤ Pour le contrat d'apprentissage : Personne âgée de 16 à 29 ans révolus.

Sans restriction d'âge dans le cas où le candidat est officiellement reconnu travailleur handicapé ou sportif de haut niveau, ou s'il envisage de créer ou reprendre une entreprise supposant l'obtention du diplôme.

➤ Pour le contrat de professionnalisation : Personne âgée de plus de 30 ans comme salarié en reconversion, demandeur d'emploi...

➤ Pour le contrat stage : Personne titulaire des prérequis.

➤ Le centre est habilité à la préparation à la VAE du dispositif.

## Modalités et délais d'accès pour l'entrée en formation

➤ Dossier d'inscription complet / Entretien de positionnement

➤ Validation de la candidature sous un délai de 60 jours

➤ Tests d'entrée validés

➤ Pour le contrat d'apprentissage : L'admission définitive sera soumise à la signature d'un contrat d'apprentissage avec une entreprise.

Article L.6222-12 du code du travail : « La date de début de la formation pratique chez l'employeur ne peut être postérieure de plus de trois mois au début d'exécution du contrat ».

➤ Pour le contrat de professionnalisation : L'admission définitive sera soumise à la signature d'un contrat de professionnalisation avec une entreprise.

➤ Pour le contrat stage : L'admission définitive sera soumise à la signature d'une convention de stage avec une entreprise.

## Modalité d'évaluation en cours de formation

Contrôle en cours de formation (épreuves écrites et orales) et partiels en fin de semestres, avec remise de bulletins de notes et appréciation de l'équipe pédagogique.

**Vous accompagner dans votre choix... ?**

M. Kévin BAUDE

*alternance.tertiaire@st-jo.com*

Déclaration d'activité : 31620136562

Conception L.MALFOY 27/03/2025 V.5



**Pour déposer sa candidature : [www.st-jo.com](http://www.st-jo.com)**

**(rubrique CAMPUS) ou QR CODE ci-contre**

**Plus d'informations, contacter :**

M. Aurélien LEFRANC

Attaché de Direction - Admission

03 21 99 06 99 - [inscriptions@st-jo.com](mailto:inscriptions@st-jo.com)

## Validation

➤ Chaque année est validée de manière indépendante.

Conditions de validation M1 par le jury de validation : Moyenne générale de l'année  $\geq 10/20$ ; Moyenne à chaque UE  $\geq 10/20$ ; Au moins 60 jours (ou 420h) de présence en entreprise; Absences justifiées ou non représentant moins de 10% du volume horaire annuel total de la formation.

Conditions de validation M2 par le jury de certification : Moyenne générale de l'année  $\geq 10/20$ ; Moyenne à chaque UE  $\geq 10/20$

Au moins 60 jours (ou 420h) de présence en entreprise; Absences justifiées ou non représentant moins de 10% du volume horaire annuel total de la formation.

➤ Dans le cadre d'une logique de double diplôme, il convient de distinguer les conditions de validation :

- Du titre niveau 7 inscrit au RNCP, à vocation nationale, d'une part,

- Et du diplôme à vocation internationale, intitulé MBA (Master of Business Administration) MBA Management si niveau B2 à la Certification LINGUASKILL BUSINESS en anglais.

Aucune session de rattrapage n'est prévue. Pas de session de rattrapage, les notes restent valables 5 ans, autorisant une nouvelle tentative en candidat libre.

➤ Différents bonus sont possibles dans la limite de 30 points. Ceux-ci viennent s'ajouter dans la moyenne générale de l'année.

Les bonus seront attribués sous réserve de la présentation d'une attestation justifiant l'obtention de ces certifications :

- Certification LINGUASKILL Business en anglais niveau C1 ou certification Bright Language niveau 4 ou 945 points à la certification TOEIC : 10 points

- Certification Voltaire, 700 points minimum ou certification Le Robert, 750 points minimum : 10 points

- PCIE START (4 modules validés) ou TOSA niveau avancé 750 points : 10 points

## Nombres de participants

Minimum : 20

Maximum : 50

## Dates prévisionnelles

M1 : Début : 09/2025

M2 : Début : 10/2026

Fin : 07/2026

Fin : 09/2027

## Durée

M1 : 487 H de formation

M2 : 522 H de formation (formation présentielle uniquement)

## Lieu de la formation

26-30 route de Calais  
62280 SAINT MARTIN BOULOGNE

## Tarif

Confère fiche annexe

## Programme de la formation

Modules : 1 <sup>ère</sup> année	Modules : 2 <sup>ème</sup> année
Séminaire d'intégration	Politique de communication interne
Stratégie marketing	Stratégie e-business et omnicanale
Stratégie d'entreprise	Stratégie des médias
Distribution et logistique	Veille stratégique et juridique
Stratégie commerciale	Droit des affaires
Pilotage stratégique et opérationnel	Management de la qualité
Management de projet	Stratégie de marque
Conduite du changement	Stratégie commerciale
Leadership	Culture et négociation
Anglais	Stratégie d'achats
Etudes de marché et comportements du consommateur	Anglais
Marketing opérationnel	Sales management
Mémoire de projet professionnel	Culture entrepreneuriale
	Thèse professionnelle
	Enseignement de spécialité au choix

## Moyens et méthodes pédagogiques

- Travail en groupe / TD / Etude de cas
- Centre de ressources
- Accès à la plateforme de ressources numériques
- Méthodes pédagogiques déductives et inductives

## Adaptation pédagogique

- Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Avant entrée en formation et signature de contrat (moyens de compensation à étudier avec le responsable pédagogique et le référent handicap du centre en référence aux règles de certification).
- Besoins éducatifs particuliers : Les besoins éducatifs particuliers concernent des apprenants en situation de handicap, malades, à haut potentiel, nouvellement arrivés en France... La pédagogie de l'établissement s'adapte à la diversité des personnes accueillies afin d'individualiser leur parcours de formation. Les apprenants à besoins éducatifs particuliers ou spécifiques regroupent une grande variété de personnes qui ont, de manière significative, plus de mal à apprendre que la majorité des apprenants du même âge quand ils sont dans une situation particulière ou qu'ils souffrent d'un handicap qui les empêche ou les gêne dans leurs apprentissages

## Suite de parcours et/ou insertion professionnelle

Insertion professionnelle: insertion à l'emploi dans les métiers visés (item 1 de la fiche)

## Accessibilité

Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite

**ECORIS**  
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

Site ECORIS : [www.ecoris.com](http://www.ecoris.com)

RNCP37069 <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37069/>

Lycée + Campus privés Saint Joseph

26 - 30 route de Calais

62280 St-Martin-Boulogne

Tél. 03 21 99 06 99 - [contact@st-jo.com](mailto:contact@st-jo.com)

**stjo**  
lycée +  
campus  
[st-jo.com](http://st-jo.com)



Métiers du Management

# FICHE ANNEXE

## Mastère/MBA Manager en Stratégie d'Entreprise *BAC+5 en alternance*

### Programme de la formation : détails des modules

#### 1ère année (487 Heures)

#### 2ème année (504 Heures)

<p><b>Séminaire d'intégration</b> Team building Outils linguistiques Créativité digitale <b>Stratégie marketing</b> - Les outils de diagnostic stratégique et marketing - La démarche pour réaliser une stratégie marketing - Les choix fondamentaux d'une stratégie marketing (ciblage, positionnement) - La déclinaison du mix marketing <b>Stratégie d'entreprise</b> - Le processus de gestion : la planification, l'organisation, la direction et le contrôle, la prise de décisions - Les fondements de la réflexion stratégique - Les concepts de base liés à l'analyse stratégique - Les principaux outils du diagnostic stratégique - Les choix stratégiques possibles dans le cadre d'une démarche structurée <b>Distribution et logistique</b> - Les moyens de transport, de manutention, de conditionnement - Les bâtiments logistiques, les règles de sécurité, gestes et postures en manutention - Les différentes formes de business models - Analyser les performances logistiques - Impact du digital sur les organisations logistiques des années à venir <b>Stratégie commerciale</b> - Les tendances en stratégie commerciale. La création de ses propres outils de diagnostic commercial - Les informations stratégiques fiabilisées indispensables à l'action commerciale - Le Plan d'Action Commerciale, feuille de route de l'entreprise <b>Pilotage stratégique et opérationnel</b> - Le contrôle de gestion comme outil de pilotage de l'organisation - Le contrôle de gestion comme acteur du diagnostic stratégique et opérationnel - L'établissement des budgets et le contrôle et l'analyse des écarts - Le contrôle de gestion comme acteur du pilotage stratégique et opérationnel <b>Management de projet</b> - Outils d'évaluation de besoins : QQOQCP, diagramme d'Ishikawa - Outils de planification et d'affectation de tâches : matrice RACI - Outils de planification et d'affectation de tâches PERT - Outils de planification et d'affectation de tâches : diagramme de Gantt <b>Conduite du changement</b> - Le processus de changement : types de changement, facteurs déclenchants - Les outils de diagnostic et de pilotage</p>	<p><b>Politique de communication interne</b> - Les enjeux de la communication interne - Les différents interlocuteurs et leur rôle dans la communication - Les phases clés de son plan de communication interne - Les outils de la communication interne <b>Stratégie e-business et omnicanale</b> - Les typologies d'entreprise et leurs enjeux digitaux - La méthodologie d'une stratégie digitale dont les modèles économiques et les étapes clés - Les méthodes dont les ratios clés permettant d'analyser l'efficacité d'un plan digital existant - Les outils digitaux et les objectifs associés - Les enjeux de l'omnicanal, le parcours client et les fonctionnalités omnicanales - La méthodologie d'une stratégie omnicanale, les différents modèles d'organisation et le déploiement <b>Stratégie des médias</b> - La stratégie de communication - Les grands médias - Les calculs d'évaluation de la performance des médias - Les outils de construction d'un plan média - Les études d'évaluation de l'efficacité des plans de communication <b>Veille stratégique et juridique</b> - Connaissance des sources juridiques fiables - Culture générale sur les règles juridiques qui régissent la vie en société <b>Droit des affaires</b> - Les démarches à effectuer pour créer une société - Modification des statuts. Définition d'une augmentation de capital et les procédures adaptées. - La réglementation législative concernant les entreprises en difficulté. - Les différentes étapes d'une procédure en redressement judiciaire et d'une procédure en liquidation judiciaire. <b>Management de la qualité</b> - Les signes de la qualité, les différences entre la qualité finale d'un produit ou d'un service et la notion de SMQ. - Le déroulement de la démarche de mise en place d'un SMQ jusqu'à l'audit de certification. Gérer, au-delà de l'audit, la notion d'amélioration continue (cycle PDCA). <b>Stratégie de marque</b> - Les phases clés de l'élaboration d'un audit de communication et d'une stratégie de marque - Les concepts clés du capital marque et les modèles Kapferer, Aaker pour définir une identité et les différentes stratégies de marque - Les stratégies de gestion de portefeuille de marque - Les composantes du storytelling, la charte éditoriale et le mood board <b>Stratégie commerciale</b> Expertise Commerciale - De la notion de devis à la notion de proposition commerciale complète - Le métier d'acheteur, les solutions pour résister à la pression et les techniques de négociation - La complémentarité entre réseaux virtuels et réseaux physiques, les associations professionnelles - Les spécificités des marchés potentiels, la culture commerciale, la réglementation</p>
--	--

- Construction d'un projet, les outils organisationnels, de co-construction
- les outils et l'application des méthodes agiles
- La psychologie individuelle en situation de changement : cycle du deuil, résistances

#### **Leadership**

- Définir le leadership et appréhender les styles de leadership
- La différence entre Manager et Leader
- Techniques de prise de parole en public
- Mieux se connaître et développer sa confiance en soi
- Les outils et méthodes pour fédérer, valoriser et faire performer une équipe.

#### **Anglais**

- Vocabulaire et Grammaire
- Usage idiomatique : maîtrise de manière appropriée, une assez large gamme d'expressions idiomatiques et de verbes prépositionnelles
- Prononciation
- Hofstede model and cultural comparison
- Cultural influences on promotion message
- Entry modes and their advantages and disadvantages in the new context of BREXIT and INCOTERMS 2020
- Product dimensions and elements that can or must be kept or modified (intrinsic, standard and global dimensions)
- Price setting (internal & external export costs + incoterms and entry modes)
- Segmentation and targeting rules

#### **Etudes de marché et comportements du consommateur**

- Le problème marketing et le problème étude
- Les sources secondaires internes et externes
- Le guide d'entretien, le questionnaire et le choix de l'échantillon
- Les techniques d'analyse des données
- Les variables explicatives psychologiques, sociologiques et culturelles et les facteurs qui influencent le processus de décision

#### **Marketing opérationnel**

- Les méthodes permettant d'analyser l'efficacité d'un plan marketing existant / un parcours client / un portefeuille client
- La méthodologie de réalisation d'un plan marketing client, y compris budget, planning et indicateurs
- Les composantes d'un plan de prospection et de fidélisation et d'un parcours client
- Les grands principes de gestion des bases de données clients

#### **Mémoire de projet professionnel**

L'objectif du mémoire de projet professionnel est de réaliser un projet innovant mobilisant les connaissances acquises dans le cadre de la formation. Il est centré sur l'étude d'un cas concret ou d'une problématique d'entreprise. L'accent est mis sur l'analyse de l'environnement stratégique de l'organisation étudiée. Véritable mission consultante, avec un objectif précis, ce mémoire est apprécié par rapport à la capacité de l'étudiant à articuler la théorie et la pratique.

#### **Culture et négociation**

- The cultural models analysis
- To use the cultural differences into a positive collaboration
- Major cultural characteristics
- The intercultural negotiation process

#### **Stratégie d'achats**

- Les enjeux de la fonction Achats, son impact sur les résultats
- Connaître les méthodes de marketing amont et les 5 parangonnages (5 types de benchmark Achats Mode Projet)
- Connaître les points clefs d'une négociation et les points essentiels d'un contrat et savoir les mettre en œuvre.
- Connaître les bases de la RSE
- Savoir mesurer et améliorer les performances d'une entreprise grâce à la fonction Achats

#### **Anglais**

- Vocabulaire et Grammaire
- Usage idiomatique : maîtrise de manière appropriée, une assez large gamme d'expressions idiomatiques et de verbes prépositionnelles
- Prononciation
- Hofstede model and cultural comparison
- Cultural influences on promotion message
- Entry modes and their advantages and disadvantages in the new context of BREXIT and INCOTERMS 2020
- Product dimensions and elements that can or must be kept or modified (intrinsic, standard and global dimensions)
- Price setting (internal & external export costs + incoterms and entry modes)
- Segmentation and targeting rules

#### **Sales management**

- Les problématiques du suivi commercial informatisé
- Les outils gratuits et basiques de suivi commercial, les solutions évoluées de CRM.
- Le cahier des charges, les fonctionnalités et modules. Les arguments pour convaincre, l'accompagnement, la surveillance des dérives possibles

#### **Culture entrepreneuriale**

- Le phénomène "création d'entreprises", les qualités entrepreneuriales.
- La recherche d'idées, l'approche du marché et le plan d'actions commerciales (axes stratégiques + plan opérationnel)
- L'équipe, les locaux, les matériels, le statut juridique, les prévisions chiffrées, les financements, la présentation du dossier à des investisseurs
- Les tendances de management, les profils de responsables d'équipes, la communication, l'exercice de l'autorité, la reconnaissance, la capacité à déléguer, les aptitudes à construire un "moral gagnant"

#### **Thèse professionnelle**

Le travail de thèse professionnelle traitera de problématiques afférentes aux stratégies de décision de l'entreprise. L'étudiant s'appuiera sur l'analyse des environnements interne et externe de l'entreprise et conceptualisera les modèles d'analyse, d'exploitation et de contrôle. Il devra préconiser des orientations et des solutions répondant à la problématique posée. A cet effet, il utilisera tous les savoirs et compétences liés à la spécialité.

#### **Enseignement de spécialité au choix**

- Management et Stratégie digitale
- Management et stratégie commerciale
- Management Achats et Logistique
- Management et International Business

## **Tarif de la formation**

### **Pour l'alternant relevant d'un contrat d'apprentissage :**

Conditions tarifaires sur demande Selon le décret n°2019-956 du 13 septembre 2019 « fixant les niveaux de prise en charge des contrats d'apprentissage ». Le tarif de la formation est aligné sur le montant de la prise en charge de l'opérateur de compétences concerné. Tarif de la formation : coût parcours OPCO par année de formation : 7 070,31€. Il peut varier selon la convention collective dont dépend l'employeur de l'apprenti, et selon les besoins particuliers de celui-ci (complément de prise en charge pour les apprentis en situation de handicap). Zéro reste à charge pour l'entreprise du secteur privé. Article L.6211-1 : « La formation est gratuite pour l'apprenti et pour son représentant légal. » Les employeurs du secteur public

répondent à l'article L.6227-6 du code du travail : « Les personnes morales mentionnées à l'article L.6227-1 prennent en charge les coûts de la formation de leurs apprentis dans les centres de formation d'apprentis qui les accueillent (...) », à l'exception du secteur public territorial qui bénéficie du décret n° 2020- 786 du 26 juin 2020 relatif aux modalités de mise en œuvre de la contribution du Centre national de la fonction publique territoriale au financement des frais de formation des apprentis employés par les collectivités territoriales et les établissements publics en relevant.

Il est possible de financer la formation par : Le Compte Personnel de Formation (CPF) de transition ou le projet de transition professionnelle, le plan de développement des compétences, le CSP et PSE (licenciement économique), autres financements possibles (CMA, AGEFICE, FIFPL, ...)

#### **Pour l'alternant relevant d'un contrat de professionnalisation :**

Application des articles L 6111-1 et suivants, L6313-1 et suivants. La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise. Aucun coût financier est à la charge de l'alternant.

**Pour les stagiaires relevant d'un contrat stage :** 3 000€, suivant échéancier transmis avant contractualisation.

#### **Pour les entreprises accueillant un alternant en contrat de professionnalisation :**

La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise d'accueil. Il peut être établi un devis.

### **Rémunération pendant la formation**

L'alternant(e) sera rémunéré(e), au minimum, suivant la grille légale applicable suivant la nature de son contrat (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation).

Pour les stagiaires relevant d'un contrat stage, la gratification suivant de la grille légale ou selon la convention collective de l'entreprise d'accueil.

### **Equipe pédagogique**

- Formateurs / formatrices diplômés dans les domaines professionnels concernés
- Intervenants ponctuels sur des domaines d'expertises ou conférences
- Responsable formation
- Equipe administrative
- Equipe commerciale

### **Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations**

Non

### **Modularisation de parcours**

Positionnement défini selon le certificateur.

### **Notre valeur ajoutée**

- Le centre vous accompagne dans la recherche d'un employeur avec une équipe dédiée de conseillers entreprise.
- Le centre peut vous présenter des offres d'emploi en adéquation avec le diplôme ou la certification préparé.
- Un point écoute (accompagnement à la gestion de problèmes tel que le logement, le transport, la santé...) est accessible. Les informations pratiques seront transmises par le responsable pédagogique de la formation lors de l'entrée en formation.
- Un référent handicap est associé aux formations.
- Le centre est accessible par les lignes de transports en commun Marinéo (arrêt St Joseph).  
Emplacements gratuits de stationnement dans les rues adjacentes.
- Le centre propose une restauration sur site par restaurant self-service ou par cafétéria.  
La réservation en ligne est possible via une application.  
Les prix, formules et menus sont disponibles sur le site internet.
- Le centre est équipé de réseau WIFI gratuit dans les espaces communs, restaurant scolaire et cafétéria.
- Le centre possède un centre de culture « nouvelle génération » avec accès gratuit aux ressources numérique.
- Le centre organise des manifestations culturelles dans l'amphithéâtre de l'établissement.
- L'établissement est charté ERASMUS ainsi que labélisé LYCEE DES METIERS.

### **Indicateur**

Taux de satisfaction du centre : **96 %** (établi suivant le dernier BPF déposé)

1<sup>ère</sup> session : Printemps 2026