

MBA Gestion et Stratégie d'Entreprise

Titre certifié par l'Etat niveau 7 (Bac+5), inscrit au RNCP « Manager Commercial et Marketing », décliné en Gestion et Stratégie d'Entreprise, délivré par l'ISCT

 **ISCT**
BUSINESS SCHOOL
Commerce | Digital | International | RH

Prérequis : Titulaire d'un Bac+3 (toute section). Admission sur dossier, tests et entretien.

Objectifs de la formation : Maîtriser l'ensemble des techniques associées au développement de l'entreprise, de la stratégie amont, au commercial et marketing, en incluant toutes compétences liées à la gestion d'une entreprise.

Aptitudes : Développement commercial. Gestion d'entreprise. Management.

Compétences : Management. Commerce. Marketing. Gestion. Négociation.

Durée : 1100 heures à raison de 1 semaine de cours toutes les 3-4 semaines sur 2 ans

Rentrées : consultables sur www.isct.fr.

Tarifs : voir www.isct.fr (gratuit pour le stagiaire en contrat

d'alternance, financé par l'OPCO et/ou l'entreprise).

Méthodes mobilisées : Plateforme pédagogique. Cours en présentiel. Etudes de cas et projet en travaux dirigés.

Modalités d'évaluation : Contrôle continu, études de cas, examens partiels semestriels.

Accessibilité : A 200 mètres du métro et des bus dans le quartier d'affaires de Basso Cambo. Places (limitées) de parking gratuit sur place. Accessible aux personnes en situation de handicap.

Débouchés professionnels : Manager d'une « Business Unit ». Manager commercial. Business Manager. Chef de secteur. Directeur d'agence.

Statut : Contrat d'apprentissage ou de professionnalisation de 2 ans.

Matières Générales

Marketing stratégique

- Les fondamentaux du mix marketing. Marketing de l'innovation et lancement de produits. Brand content et stratégie de marques. Audit stratégique.

Marketing opérationnel et commercialisation France et International

- Stratégie commerciale. Le plan marketing opérationnel.
- Le plan d'actions commerciales et de distribution. Promotion. Force de vente.
- Diverses études de cas réels d'entreprises.

Etudes de marché

- Les méthodes d'études de marché qualitatives et quantitatives.
- Sources d'information. Comportement du consommateur. Cas pratiques.

Intelligence économique et Big Data

- Veille économique, commerciale, concurrentielle et technologique.
- Les sources de base de données massives ou « Big Data » et leur exploitation en marketing direct et communication digitale.

Communication commerciale – Communication Produit

- Politique et stratégie de communication de l'entreprise.
- Plan et campagne de communication. Outils et budget de communication. Publicité. Plan média et hors média. Communication 360°.
- Etudes de cas de Plan de communication. Relations presses.

Communication digitale. Marketing digital. Enjeux du Web

- Stratégie de transition numérique des entreprises.
- Bâter une stratégie digitale.
- Les outils du marketing digital et de la communication digitale.

Gestion des Ressources Humaines

- Gestion du personnel. Gestion RH. GPEC. Droit social et du travail.
- Coaching et processus de recrutement. Politique de formation.
- Rémunération et paie.

Management d'entreprise

- Les différents types de management et de manager.
- Déléguer les missions et contrôler. Entretien la cohésion de l'équipe.
- Conduite du changement. Management éthique et RSE. Team building.

Anglais

- Professionnel oral et écrit.

Gestion comptable et financière de l'entreprise

Droit commercial

- Droit des contrats. Droit des affaires. Les licences et franchises. Notions de droits des entreprises et fiscalité.

Matières Spécialisées

Stratégie d'Entreprise

- Enjeux économique du monde contemporain.
- La stratégie de l'entreprise dans son environnement concurrentiel.
- Les leviers stratégiques : vision, missions, compétences, produits, rôles de dirigeants.
- La segmentation des Domaines d'Activités Stratégiques (DAS)

Management des Organisations

- Les différentes organisations (entreprise, associative, étatique, ONG...).
- Les typologies de gouvernances associées.
- La complexité des organisations et les modes de management associés.

Management de l'innovation

- Les leviers de créativité et d'innovation.
- Structurer la veille et piloter l'innovation de l'idée à la concrétisation.

Performance financière

- Les tableaux de bords de performance.
- Identification et pilotage des indicateurs clés de la performance.

Contrôle de Gestion

- Les fondamentaux du contrôle de gestion.
- Le contrôle de gestion en entreprise.

Gestion administrative d'Entreprise

- Les tâches administratives essentielles et les procédures associées.
- Les flux d'information et documents associés (administratifs, fiscaux, commerciaux, de production, comptables, qualité, etc...)
- Les services Achat & Approvisionnement, Transport & Logistique (« Supply Chain »).

Projet Entrepreneurial

Développement professionnel

- Projet professionnel en entreprise. Mémoire et soutenance orale.
- Etudes de cas de gestion et stratégie d'entreprise.

Institut Supérieur de Commerce de Toulouse

1 Impasse Marcel Chalard

Technoparc Basso Cambo Batiment 3 - 31100 Toulouse

Tél. : 05 34 47 01 19 | admissions@isct.fr

www.isct.fr

Raison sociale : ADEFI Formation

HEY, TU FAIS QUOI L'ANNÉE PROCHAINE ?

JE CONTINUE MON ALTERNANCE À L'ISCT



Alternance