

1<sup>ère</sup>  
année2<sup>ème</sup>  
année3<sup>ème</sup>  
année4<sup>ème</sup>  
année5<sup>ème</sup>  
année
 BLOCS DE COMPÉTENCES  
 UNE FORMATION VALIDÉE PAR DES PROFESSIONNELS

## OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Maîtriser les compétences managériales stratégiques liées aux domaines marketing et commercial.
- Se former à travers une pédagogie favorisant l'expérience et la mise en situation.

## ÉLABORER LA STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING 175h

- Définir le positionnement stratégique de l'entreprise à l'échelle nationale et internationale.
- Identifier les marchés potentiels en mode prospectif.
- Définir la stratégie commerciale et marketing.
- Élaborer les plans d'actions commerciales, utiliser le levier de l'inbound marketing.
- Évaluer la performance, les risques et budgétiser les objectifs.

## METTRE EN ŒUVRE ET PILOTER LA STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING 175h

- Construire et conduire la stratégie de marque et la politique commerciale jusqu'à la fidélisation.
- Élaborer les plans d'actions commerciales, utiliser le levier de l'inbound marketing.
- Décider des outils et évaluer les retombées financières de la stratégie.

## PROMOUVOIR ET PILOTER LA POLITIQUE D'INNOVATION 126h

- Mettre en place les processus d'idéation et imaginer les business models propices à l'innovation.
- Utiliser les techniques du design thinking et de management de projet et de la transformation.

## MANAGER ET ANIMER LES ÉQUIPES COMMERCIALES 105h

- Identifier et manager les parties prenantes, recruter des talents, accompagner les changements.

## REPRÉSENTER L'ENTREPRISE 104h

- Occuper un positionnement dans le but de faire rayonner l'entreprise via les techniques du storytelling, les media sociaux, les relations publics et relations presse.

## 1 APPROFONDISSEMENT AU CHOIX 220h

### BUSINESS ENGINEERING

Savoir créer, mettre en place et piloter un processus d'animation des ventes complexes :

Relations clients, fidélisation, e-commerce, négociation, sales, etc.

OU

### STRATÉGIE DE MARQUE ET DIGITAL MARKETING

Savoir mettre en œuvre une stratégie marketing omnicanal :

Big data, e-business, codage, gestion de projets, IoT, etc.

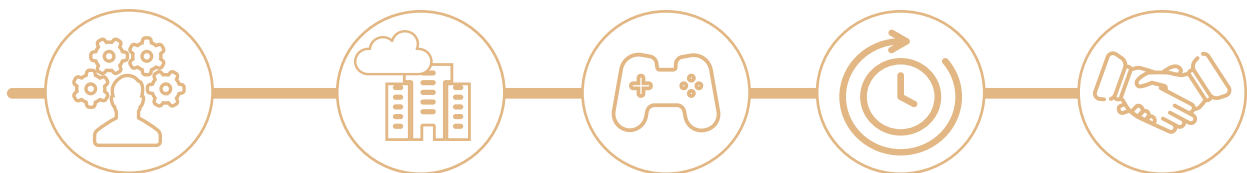
**DISCOVERY** week

Découvrir ou approfondir de nouvelles compétences avec les **12 autres écoles** du réseau Compétences et Développement.

## TRAVAUX PROFESSIONNELS 75h

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Cas pratiques, dossiers, jeux de rôle, QCM digitalisés, études de cas, mises en situation professionnelle, mémoire professionnel.



**BUSINESS MODEL & INNOVATION**

Inventer les modèles économiques de demain.

**HELP**

Challenger le business model d'une entreprise en difficulté.

**THE OPUS**

Participer à un serious game sur le management d'une PME-ETI.

**KRISIS**

S'immerger dans un environnement de crise.

**CAS TRANSVERSAL**

Manager un projet complexe en immersion réelle.



**92.8%** d'obtention de la certification professionnelle - Promotion 2020

**APRÈS LE MBA MANAGER DE L'INNOVATION STRATÉGIQUE**

**Insertion professionnelle**

**36.5K€** **87%**

de **salaire moyen** pour le 1<sup>er</sup> emploi

sont en **activité professionnelle** 2 mois après leur diplomation

**Métiers visés**

- Ingénieur d'affaires,
- Responsable marketing digital,
- Chef de projet web,
- Directeur commercial
- Business developer,
- Responsable de la relation clients.

Données issues de l'analyse « insertion » sur les promotions de 2018 à 2020

**MODALITÉS D'ADMISSION**

▷ **ENTRÉE BAC+4**

PRÉREQUIS : BAC+3 VALIDÉ

- Entretien oral

■ Certification professionnelle niveau 7 « Manager de la stratégie commerciale et marketing » délivrée par AIPF, enregistrée au RNCP (30744).

■ Parcours alternance : contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation.

■ Accessible par la VAE.

**VOTRE CONTACT :**

PRÉNOM/NOM :

TEL :

MAIL :

**VOTRE CAMPUS :**

LYON

TEL :

**PROCHAIN ÉVÈNEMENT :**

**TARIFS, INFORMATIONS ET CANDIDATURES : [ECOLES-IDRAC.COM](http://ECOLES-IDRAC.COM)**

Ce document est indissociable de la plaquette des programmes IDRAC Business School