

1^{ère}
année

2^{ème}
année

3^{ème}
année

4^{ème}
année

5^{ème}
année

OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Maîtriser les compétences managériales stratégiques liées au domaine marketing et commercial
- Se former à travers une pédagogie favorisant l'expérience et la mise en situation
- Stratégie de marque et marketing digital : Savoir mettre en œuvre une stratégie marketing omnicanal
- Ingénierie d'affaires : Savoir créer, mettre en place et piloter un processus d'animation des ventes complexes

ÉLABORER LA STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING

- 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.
- Évaluer la performance, les risques et budgétiser les objectifs.

METTRE EN ŒUVRE ET PILOTER LA STRATÉGIE COMMERCIALE ET MARKETING

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

PROMOUVOIR ET PILOTER LA POLITIQUE D'INNOVATION

- 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

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

REPRÉSENTER L'ENTREPRISE

- 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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

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

2 APPROFONDISSEMENTS AU CHOIX

INGÉNIERIE D'AFFAIRES

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

OU

STRATÉGIE DE MARQUE ET MARKETING DIGITAL

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.



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.



87% d'obtention de la certification professionnelle - Promotion 2019

APRÈS LE PROGRAMME MBA SPÉCIALISÉS STRATEGY & BUSINESS INNOVATION

Insertion professionnelle

76%

ont le **statut cadre** ou **dirigeant**

36K€

de **salaire moyen** pour le 1^{er} emploi

99,2%

sont en **activité professionnelle** sur les 5 dernières promotions

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 5 dernières promotions de 2011 à 2016

MODALITÉS D'ADMISSION

ENTRÉE BAC+4

- Entretien oral

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

Accessible par la VAE.

TARIFS, INFORMATIONS ET CANDIDATURES : ECOLES-IDRAC.COM

Ce document complète la plaquette des programmes IDRAC Business School