

MASTÈRE MANAGEMENT ET STRATÉGIE DIGITALE



BAC+5

RECONNU PAR
L'ÉTAT NIVEAU I

Certificateur
ECORIS

Le titulaire du Mastère a pour vocation d'occuper des postes de responsable de service ou de direction dans des entreprises de taille importante, il peut également prétendre à des fonctions de direction et d'encadrement dans les PME/PMI.

Le manager de la stratégie digitale a une vision à moyen terme dont la mise en place de stratégies marketing est essentielle pour assurer le développement et la commercialisation de ses produits ou services.

Les objectifs de la formation sont de créer et développer un site internet et d'élaborer une stratégie digitale adaptée.

PRÉREQUIS ET MODALITÉS D'ADMISSION

- BAC+3 Validé ou équivalent
- Dossier de candidature
- Entretien individuel
- Test d'entrée

PUBLIC

- Etudiants
- Salariés (reconversion, promotion)
- Demandeurs d'emploi

ACCESSIBILITÉ
AUX PERSONNES
EN SITUATION
DE HANDICAP

RYTHME PÉDAGOGIQUE

DURÉE : 2 ans

RYTHME D'ALTERNANCE : 1 jour d'école et 4 jours en entreprise

Cours dispensés en face à face alternant des apports théoriques et des exercices pratiques. L'équipe pédagogique est composée d'enseignants et de professionnels diplômés.

CYCLE DE FORMATION

Chaque année est validée de manière indépendante de l'autre. Semestrialisation de chaque année.

- 1^{ère} année généraliste, axée sur le monde de l'entreprise
- 2^{ème} année de spécialisation professionnelle : Stratégie Digitale

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Cours dispensés en face à face alternant des apports théoriques et des exercices pratiques. Une pédagogie innovante basée sur des simulations et des projets de groupe professionnels
- L'équipe pédagogique est composée d'enseignants et de professionnels diplômés

FINALITÉS PROFESSIONNELLES

- Responsable marketing et communication
- Community manager
- Chef de projet web
- Responsable e-commerce

02 98 53 72 91
2 bld de Creac'h Gwen / 29 000 QUIMPER
www.sup-iroise.fr



VOTRE PROGRAMME / VOS COMPÉTENCES ACQUISES

1^{ÈRE} ANNÉE :

- **SÉMINAIRE D'INTÉGRATION**
 - > Team building
 - > Outils linguistiques
 - > Créativité digitale
- **Distribution et logistique**
 - > Connaître les dimensions de la supply chain afin d'optimiser les stocks et les flux et améliorer la rentabilité de l'entreprise
- **Stratégie d'entreprise**
 - > Maîtriser les fondements de la stratégie afin d'améliorer la performance des entreprises
- **Stratégie marketing**
 - > Bâtir une stratégie marketing d'entreprise et la décliner en plan marketing B o B ou B to C
- **Stratégie commerciale**
 - > Initier et accompagner la mise en place d'une démarche commerciale complète
- **Droit des affaires**
 - > Maîtriser les règles juridiques fondamentales qui régissent la création et la vie des sociétés
- **Pilotage stratégique et opérationnel**
 - > Établir un diagnostic stratégique et opérationnel de l'entreprise basé sur le contrôle de gestion
- **Management de projet**
 - > Conduire un projet en termes de performances, de qualité, de contrôle des coûts et de maîtrise des délais. Coordonner une équipe autour d'un projet global.
- **Conduite de changement**
 - > Piloter un changement en entreprise, en construisant le système de pilotage, de formation et de communication
- **Management des organisations**
 - > Comprendre le contexte de l'entreprise afin d'adapter le management et être force de proposition dans l'organisation
- **Anglais (1^{ère} et 2^{ème} année)**
 - > Développer les compétences linguistiques orales et écrites nécessaires en milieu professionnel
- **International marketing**
 - > Understand the strategic and operational policy of the companies internationally
- **Etude de marché et comportements du consommateur**
 - > Identifier le profil de ses consommateurs et estimer la taille du marché au travers d'une recherche marketing fondée
- **Lancement de marque**
 - > Mettre en œuvre sa stratégie de marque en définissant son identité et établir son plan de lancement
- **Mémoire de projet professionnel**
 - > Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée basée sur le diagnostic de l'environnement de l'entreprise. 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.

2^{ÈME} ANNÉE : SPÉCIALITÉ DIGITALE

- Objectif :** Création et développement d'un site internet et de la stratégie web afférente (outils Adobe et Wordpress).
- **Webmarketing**
 - > Maîtriser les différents leviers webmarketing et les outils d'analyse et de mesure
 - **Développement de site internet**
 - > Maîtriser les différentes étapes de l'élaboration d'un site internet
 - **Créativité digitale**
 - > Définir et piloter une stratégie de communication digitale
 - **Politique de communication interne**
 - > Bâtir la stratégie de communication interne d'une entreprise et la décliner en plan de communication
 - **Stratégie e-business et omnicanale**
 - > Définir la stratégie digitale d'une entreprise en intégrant la dimension omnicanale
 - **Stratégie des médias**
 - > Définir une stratégie média efficace et performante au service de la stratégie de communication de l'annonceur
 - **Strategic Thinking**
 - > Prendre conscience des enjeux socio-économiques mondiaux et leur implication pour optimiser l'efficacité des stratégies d'entreprise
 - **Droit**
 - > Maîtriser les règles juridiques permettant de se protéger des contrefaçons et de maîtriser les actions publicitaires sur internet
 - **Stratégie commerciale et démarche qualité**
 - > Définir et piloter une stratégie commerciale performante en intégrant la démarche qualité
 - **Marketing et prise de décision**
 - > Définir et mettre en place le plan d'action marketing opérationnel
 - **Pitch « Définir une stratégie d'entreprise »**
 - > Définir une stratégie d'entreprise basée sur un diagnostic pertinent et des préconisations et recommandations de qualité, pour le compte d'une entreprise réelle (travail de groupe)
 - **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.

VALIDATION D'EXAMEN

- Un contrôle continu par matière en cours de formation
- Des partiels en fin de semestre
- Des évaluations sous forme écrite et orale
- Un mémoire de projet professionnel en première année
- Une thèse professionnelle en deuxième année

Code diplôme : 16X31018

VALIDATION DE LA FORMATION SUIVIE À SUP'IROISE ET DE L'EXPÉRIENCE ACQUISE

- Obtention du titre « **Manager du Développement des Entreprises et des Organisations** » reconnu par l'Etat niveau I (Bac +5)
- Obtention du Mastère Management et Stratégie Digitale
- La certification BULATS (Business Language Testing Service) en anglais

02 98 53 72 91

2 bld de Creac'h Gwen / 29 000 QUIMPER
www.sup-iroise.fr

