

# MBA Manager Commercial et Marketing

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

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

**Objectifs de la formation :** Maîtriser les techniques marketing, traditionnel et digital, commerciales, de négociation et de management, afin d'accéder à l'issue de la formation à des postes de manager dans la filière Commerce Marketing, incluant la communication, la Gestion des Ressources Humaines, la finance d'entreprise, le droit commercial, dans un environnement interculturel.

**Aptitudes :** Commerciale. Marketing. Relation Clientèle.

**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](http://www.isct.fr).

**Tarifs :** voir [www.isct.fr](http://www.isct.fr) (gratuit pour le stagiaire en contrat d'apprentissage, 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 commercial et marketing. Business Manager. Cadre commercial grands comptes. Chef de secteur. Chef / Directeur d'agence.

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

## 1<sup>re</sup> année

### Stratégie d'entreprise et Marketing stratégique

- La stratégie de l'entreprise dans son environnement concurrentiel.
- 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.

### Marketing spécifique – Management commercial

- Marketing du luxe. Marketing du sport. B to B. L'évènementiel.
- Manager une équipe commerciale et animer un réseau commercial.

### 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 les data marketing et leur exploitation en marketing direct et campagne 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 presse.

### Communication digitale. Marketing digital. Enjeux du Web

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

### Techniques de vente et de négociation commerciale

- Définir, déployer et manager un plan de prospection commerciale.
- Techniques de vente. Business Game. Jeux de rôle.
- Négociation commerciale. Négociation en milieu interculturel.

### Management d'entreprise

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

### Développement professionnel

- Anglais professionnel oral et écrit.
- Gestion comptable et financière de l'entreprise.

## 2<sup>e</sup> année

### 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.

### Interculturel

- Management interculturel : Diversité culturelle. Animer des équipes internationales ou des partenaires étrangers.
- Communication interpersonnelle et interculturelle.

### Management de projet Entrepreneurial. Création d'Entreprise

- Toutes les étapes du projet entrepreneurial jusqu'au Business Plan.
- Statuts juridiques. Statut social du dirigeant et des salariés. Les aides.
- Projet de création d'entreprise. Pitch ou « convaincre en 5mn ».

### Achat et appel d'offres

- Les stratégies d'achat en entreprise. Les processus Achat et Approvisionnement. Les techniques d'achat. Le marketing des achats.
- Les appels d'offres : Les différents types (publics, privés). La recherche. La sélection. La réponse. La présentation et la négociation.

### Transport & Logistique – Supply Chain Management

- Critères de choix des différents modes de transport.
- Conditionnement des produits, emballage, assurance.
- Le Supply Chain. Les prestataires logistiques et de transport.

### Droit commercial

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

### Gestion financière et administration des ventes

- Administration des ventes : gestion des commandes, facturation, contentieux. Risques financiers et garanties bancaires.
- Les budgets et tableaux de bord. Business plan financier.

### Développement professionnel

- Anglais professionnel oral et écrit.
- Projet professionnel en entreprise. Mémoire et soutenance orale.
- Etudes de cas de développement commercial et de plan marketing.

## 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](mailto:admissions@isct.fr)

[www.isct.fr](http://www.isct.fr)

Raison sociale : ADEFI Formation



# Alternance