

**MASTER EUROPEEN EN MANAGEMENT
ET STRATEGIE D'ENTREPRISE
SPECIALISATION MANAGEMENT
DU DEVELOPPEMENT DURABLE**

**Diplôme Européen reconnu par la Fédération Européenne des Ecoles ;
www.fede.org - BAC+5**

Présentation

Intégrer une politique de Développement Durable dans les organisations est à présent une composante incontournable et devient un enjeu stratégique pour le management.

Les entreprises, institutions et collectivités doivent aujourd'hui concilier une logique de performance économique et financière et une logique de responsabilité sociale, forcées de maintenir l'équilibre des intérêts de leur organisation avec ceux de leur milieu

Faire le choix du Développement Durable permet aux entreprises de maîtriser la gestion des risques, d'anticiper, voire d'éliminer, les coûts sociaux et environnementaux, mais aussi de créer des opportunités en développant de nouvelles activités durables et responsables, des processus et des produits innovants.

Le Développement Durable est par nature pluridisciplinaire et touche toutes les fonctions de l'entreprise. Il nécessite donc de nouvelles compétences, une nouvelle forme de management intégrant les dimensions sociales, environnementales et économiques dans les pratiques professionnelles.

Ce Master vise à donner aux managers les outils et compétences requises par la gestion d'activités durables.

Il forme des responsables sur des métiers en forte croissance et à forte utilité sociale.

Ce programme de formation s'adresse à de futurs managers et prépare à des missions d'encadrement dans des entreprises nationales et européennes.

L'objectif est de dispenser des savoirs directement opérationnels et de former des collaborateurs dans des fonctions de management dans un environnement européen. Les secteurs d'activité, les tailles d'entreprise (PME, Grands groupes) auxquels les étudiants auront accès sont variés.

Son ambition

- Vous permettre de vivre une expérience professionnelle en France (ou à l'étranger) et nécessaire à l'exercice de la dimension managériale de votre futur métier,
- Vous apporter des connaissances théoriques et pratiques vous permettant de bien comprendre le contexte européen,
- Vous aider à développer une réflexion personnelle sur le management interculturel, le rôle de l'Europe dans les relations internationales, ses enjeux, ses fondements, ses institutions, ses spécificités,
- Favoriser les talents et les aptitudes personnelles des étudiants à la culture d'entreprise, la stratégie d'entreprise et la gestion des ressources humaines.

Programme des cours et durée de la formation / 1ère année

ENSEIGNEMENT GENERAL : 200 H

COURS DE CULTURE EUROPEENNE : 100 H

Les entreprises, la concurrence et l'Europe

- L'activité économique en fonction du droit européen des affaires
- Le marché en cause défini par la législation communautaire
- Les positions sur le marché
- Les règles européennes de concurrence
- La mise en oeuvre de l'interdiction
- L'action communautaire en matière de concurrence
- Les règles de concurrence applicables aux états membres de la CE
- Le marché intérieur et l'entreprise

ENSEIGNEMENT DES LANGUES VIVANTES EUROPEENNES : 100 H

Au choix de l'apprenant : Espagnol, Anglais, Allemand – Niveau B2 du CECRL (Cadre Européen Commun de Référence pour les langues)

Préparation aux certifications professionnelles en langue vivante (en option) : TOEIC ou DELE : 20H

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL : 300 H

CULTURE GENERALE DE L'ENTREPRISE: 220 H

GESTION COMPTABLE ET FINANCIERE

1. Statistiques et mathématiques financières

- Les indices
- Les séries
- Les lois de probabilité
- Les techniques d'échantillonnage
- La corrélation
- Les intérêts simples
- Les intérêts composés
- L'actualisation
- L'amortissement d'un emprunt
- La programmation linéaire
- L'ordonnancement
- L'analyse de la décision (arbre de décision)

2. Les fondamentaux de la gestion financière

- L'analyse financière et le diagnostic financier

- La gestion prévisionnelle et budgétaire
- Les tableaux de bord
- Le financement des investissements

DROIT DES AFFAIRES ET FISCALITE

- Le droit objectif
- Les droits subjectifs : classification – preuve – sanctions
- La TVA intracommunautaire

L'ENTREPRISE ET L'ACTIVITE COMMERCIALE

- Notion juridique d'entreprise
- L'entreprise commerciale
- L'entreprise individuelle
- L'entreprise sociétaire

LA FAILLITE

- L'impôt sur le revenu
- L'IS
- Le contrôle fiscal

COMMUNICATION EXTERNE ET GESTION DES MOYENS DE COMMUNICATION

- Les types et les niveaux de communication de l'entreprise
- Les étapes d'une campagne de communication
- Le budget de communication
- La segmentation, le positionnement, le marketing-mix et la communication commerciale
- Les cibles de la communication
- La base de campagne
- La stratégie des moyens
- La stratégie de communication de l'entreprise
- La recherche du concept de message
- L'exécution ou traduction de l'idée créative
- Le contenu du plan de campagne
- Le marché publicitaire français et l'audience des médias
- Les caractéristiques et les critères de choix des médias
- Le hors média
- Le média planning
- Le calendrier et le budget de campagne
- La fabrication et la production audiovisuelle
- La mesure de l'efficacité des actions de communication

COMMERCE ET FINANCES INTERNATIONAUX

- La notion de risques
- La dimension interculturelle des marchés

- L'analyse et le choix des marchés
- Les modes de présence à l'étranger
- La prospection
- La dimension interculturelle
- L'offre contractuelle
- L'acheminement des marchandises
- Les modalités de règlement et la monnaie de facturation
- La gestion de la trésorerie et le financement
- La couverture des risques
- La douane (notion de base)

RECHERCHE MARKETING

- Les besoins et le système d'information marketing
- Le comportement d'achat et sa modélisation
- Les études exploratoires, les méthodes qualitatives d'enquête
- Les études descriptives ponctuelles permanentes et le traitement des données

MARKETING STRATEGIQUE

- L'attractivité du marché
- La compétitivité et l'avantage concurrentiel
- Le choix d'une stratégie de développement
- Le plan marketing
- La stratégie de produit
- La stratégie de prix
- La stratégie de distribution
- La stratégie de communication

NEGOCIATION ET ANIMATION DES EQUIPES DE VENTE

- Communiquer pour vendre
- La prospection
- Les étapes de la vente

DISTRIBUTION ET LOGISTIQUE

- L'appareil commercial
- Le marché du point de vente
- La politique d'assortiment et la politique d'achat
- La politique de merchandising
- La chaîne logistique
- Les coûts logistiques
- La gestion des stocks
- Les méthodes d'approvisionnement

MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES ET ORGANISATIONS : 80 H

ACCOMPAGNEMENT MEMOIRE : 100 HEURES

Dans le cadre d'une activité salariée ou d'un stage, l'étudiant devra construire un rapport d'activité autour d'une mission qui lui aura été confiée par l'entreprise.

Cette mission peut traiter de problématiques afférentes soit à la gestion comptable et financière, soit au marketing stratégique et opérationnel, soit à la négociation et la gestion commerciales, soit aux ressources humaines, soit à la communication interne ou externe (via les outils intranet ou internet, par exemple).

Cette mission sera définie et suivie au sein de l'entreprise par un maître de stage.

+ Stage en entreprise obligatoire d'une durée de 12 semaines minimum (dispense accordée pour les salariés dont l'activité professionnelle est en lien avec la formation)

Durée totale de la formation (1^{ère} année) : 600 H

Programme des cours et durée de la formation / 2ème année

ENSEIGNEMENT GENERAL : 200 H

CULTURE EUROPEENNE : 100 H

A passer obligatoirement par les candidats rentrant directement en deuxième année de Master Européen suite à des dispenses d'épreuves.

Les entreprises, la concurrence et l'Europe

L'activité économique en fonction du droit européen des affaires

- Le marché en cause défini par la législation communautaire
- Les positions sur le marché
- Les règles européennes de concurrence
- La mise en œuvre de l'interdiction
- L'action communautaire en matière de concurrence
- Les règles de concurrence applicables aux états membres de la CE
- Le marché intérieur et l'entreprise

LANGUES VIVANTES EUROPEENNES : 100 H

Au choix de l'apprenant : Espagnol, Anglais, Allemand – Niveau B2 du CECRL (Cadre Européen Commun de Référence pour les langues)

Préparation aux certifications professionnelles en langue vivante (en option) : TOEIC ou DELE : 20H

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL : 250 H

1. MANAGEMENT ET DEVELOPPEMENT DURABLE : 150 H

LES FONDAMENTAUX DU DEVELOPPEMENT DURABLE

- Historique et principes fondamentaux du développement durable
- Le vocabulaire du développement durable
- Les textes fondamentaux
- Enjeux du développement durable pour une entreprise (exemples, cas...)
- Les acteurs engagés et la notion de parties prenantes: institutions, entreprises, organisations... (Exemples d'entreprises éco-responsables)
- Les limites et dérives du concept

- Les questions émergentes : comptabilité verte et indicateurs alternatifs
- Le cadre territorial: Agenda 21 et les Plans Climat Territoriaux.
- Le Grenelle Environnement
- Développement durable vs décroissance soutenable
- Bilan carbone

L'ENTREPRISE ECO-RESPONSABLE ET LE ROLE DU MANAGER DANS CE CONTEXTE SPECIFIQUE

Aspects sociaux

- Formation, sensibilisation et mobilisation du personnel au développement durable
- La Responsabilité sociale des Entreprises (RSE)
- Triple Bottom Line : intégration des préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans l'activité de l'entreprise
- Le rôle de l'Europe et de l'ONU
- Gouvernance de l'entreprise
- Ethique et déontologie : Respect des droits fondamentaux dans l'entreprise, déontologie et éthique des affaires
- Mettre en place une veille sociétale
- Communication interne et externe de l'organisation du point de vue développement durable (éléments d'informations)

Aspects économiques

- La fonction achat
- Comprendre l'analyse du cycle de vie d'un produit.
- Choix des fournisseurs (développer une veille sur les bonnes pratiques sectorielles, -intégrer l'environnement dans les procédures d'achat),
- Rédaction d'un cahier des charges incluant des clauses sociales et environnementales
- Les marchés du développement durable et le marketing durable
- Marketing de l'innovation, green Marketing : matériaux, produits et services verts

LE CADRE JURIDIQUE ET NORMATIF DU DEVELOPPEMENT DURABLE

- Responsabilité des personnes morales sur le plan environnemental (directive européenne)
- Application du Droit International et communautaire de l'environnement : eau, air, déchets, bruit...
- Opportunités offertes par le statut juridique des SCOP
- Opportunités offertes par l'exploitation du cadre normatif et des éco-labels : Systèmes de Management Environnemental (EMAS et/ou ISO)
- Grenelle II
- Les normes et labels
- Normes iso 14000
- Norme ISO 26000

- HQE
- NF Environnement
- Habitat et environnement
- HPE et THPE
- Ecolabel européen
- Natureplus
- FSC
- Qualisol

2. STRATEGIE D'ENTREPRISE : 100 H

Contexte de l'environnement managérial

- Introduction au management
- Entrepreneuriat
- Compétences managériales
- Marketing management
- Planification stratégique
- Prise de décision
- Procédures de contrôles

Ressources Humaines

- Outils de communication interne (newsletters, journal interne, intranet, cellule de veille, networking)
- Politique de recrutement : environnement du poste, répartition des tâches, utilisations des compétences, procédures d'embauche, entretiens d'embauche
- Processus d'organisation des ressources humaines
- Management de projet en équipe
- Développement personnel : techniques de PNL d'analyse transactionnelle
- Gestion de crise

Marketing amont

- Analyse de la chaîne de valeur
- Diagnostic et mise en place des orientations stratégiques (Ansoff, matrice PESTEL)
- Matrices d'analyse stratégique : les outils modernes (BCG, Mc Kinsey (les 7 S), ADL, LCAG)
- Maîtrise des FCS (facteurs clé de succès) et des atouts compétitifs (Porter), la courbe d'expérience
- Business model et Business plan

Stratégies B to B Marketing aval

- Stratégies d'innovation
- Stratégies de distributeur (le mix distributeur)

- Stratégies de communication (construction d'un concept, plan de communication, pré-tests et post tests, aspects juridiques, nouvelles tendances : e-com, e-pub, webmarketing)
- Stratégies commerciales : construction du PAC (Plan d'Action Commerciale), relation clients (ECR)
- Yield management
- Category management
- Strategies B to C

Analyse et gestion financières

- Lecture et analyse de bilans
- Utilisation stratégique des ratios
- Gestion du BFR et de la trésorerie
- Choix des investissements et programmation
- Contrôle de gestion

Statistiques

- Statistiques descriptives
- Calcul de probabilités
- Moyenne, écart type, Khi deux
- Moyenne mobile
- Utilisation stratégique du calcul de l'échantillon
- Prévisions

ACCOMPAGNEMENT THESE PROFESSIONNELLE : 150 H

Cette thèse devra impérativement traiter de problématiques de Développement Durable rencontrées dans la stratégie d'entreprise.

Le stagiaire s'appuiera sur l'analyse de l'environnement durable afin de proposer des orientations et des solutions répondant à la problématique posée.

Pour ce faire, il utilisera tous les savoirs et savoir-faire spécifiques liés au management du développement durable et à la stratégie d'entreprise.

Cette mission sera définie et suivie au sein de l'entreprise par un maître de stage.

+ Stage en entreprise obligatoire d'une durée de 12 semaines minimum (dispense accordée pour les salariés dont l'activité professionnelle est en lien avec la formation)

Durée totale de la formation (2^{ème} année) : 600H

Durée totale de la formation (1^{ère} et 2^{ème} année) : 1200 heures

Intégration directe en 2e année du Master

Pour une personne titulaire d'un Master 1, il est possible d'intégrer directement la 2ème année.

Toutefois, et pour tenir compte du règlement général des examens de la FEDE, il est nécessaire d'analyser les Unités d'Enseignement validées lors de la première année pour s'assurer de leur cohérence avec le programme de la formation et de leur équivalence.

Précisons que l'UE de culture européenne est obligatoire pour valider la formation.

Les Unités d'Enseignement sont capitalisables (Dispositif LMD – Crédits ECTS) ce qui permet d'étaler sa formation sur plusieurs années.

Les personnes intégrant directement la 2e année auront accès aux modules de cours des matières professionnelles de 1ere année et au tutorat associé, ainsi qu'au module de cours Culture Européenne UCA 4/5 (obligatoire).