

Programme Grande Ecole 3^{ème} année

Guide des spécialisations Parcours en alternance 2025-2026

La dernière année d'études du Programme Grande Ecole (PGE3) vous permet d'approfondir vos connaissances dans un domaine des sciences de gestion par le biais d'une spécialisation, du mémoire de master et de la période en entreprise. Lors de cette année vous devez mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés en contexte professionnel pour agir et décider de manière responsable. Grâce aux enseignements de tronc commun, cette année vise également à développer les capacités d'analyse critique et de réflexion stratégique à travers une vision holistique, afin de concevoir et implémenter des solutions transversales permettant de piloter les changements organisationnels.

Les spécialisations ont pour objectif d'accélérer votre insertion professionnelle lors du premier emploi, alors que le tronc commun prépare vos évolutions de carrière à moyen et long terme, en cohérence à la fois avec la finalité de la formation, vos objectifs professionnels et vos valeurs.

Suivie dans le cadre d'un rythme en alternance, cette dernière année d'études peut se dérouler :

- soit intégralement auprès de MBS School of Business,
- soit auprès de nos universités partenaires en France et permettre l'obtention d'un double diplôme (diplôme du PGE + le diplôme de l'université partenaire)

Dans le cas d'un parcours en alternance suivi auprès du PGE de MBS, vous devez choisir une des 10 spécialisations proposées :

- Entrepreneuriat et innovation
- Stratégie et conseil
- Management de projets
- Vision et stratégie marketing
- Marketing digital
- Vente et stratégie commerciale
- Management et développement des talents
- Audit et contrôle
- Finance
- Achats et Supply Chain

Dans le cas d'un parcours ouvrant à l'obtention d'un double diplôme en alternance, vous avez la possibilité de choisir les Masters proposés par nos universités partenaires MOMA et l'IAE de Montpellier ou encore un Master of Science (MSc) en alternance de MBS.

Un guide spécifique est dédié à l'ensemble de ses options de doubles diplômes en alternance.

Sommaire

Curriculum du PGE3 - parcours en alternance	3
1 Spécialisation Entrepreneuriat et Innovation	6
2 Spécialisation Stratégie et Conseil	10
3 Spécialisation Management de Projets.....	14
4 Spécialisation Vision et Stratégie Marketing	19
5 Spécialisation Marketing Digital	24
6 Spécialisation Vente et Stratégie Commerciale	29
7 Spécialisation Management et Développement des Talents	35
8 Spécialisation Audit et Contrôle	39
9 Spécialisation Finance.....	43
10 Spécialisation Achats et Supply Chain	47

Curriculum du PGE3 - parcours en alternance

Cette dernière année d'études se compose de 5 unités d'enseignement (UE) :

Unités d'enseignement	Crédits	Cours
UE1 Approfondissement disciplinaire	15	1 cours d'approfondissement de 35h 2 cours d'approfondissement de 28h 1 cours <i>Research in...</i> de 14h Cursus de spécialisation
UE2 Spécialisation en environnement complexe	12	3 cours de 28h Cursus de spécialisation
UE3 Leadership transversal	10	3 cours de 21h 1 cours de méthodes de recherche de 28h Tronc commun
UE4 Tracks de spécialisation	9	2 cours de 30h et 1 cours de 24h Tracks de spécialisation
UE5 Expertise et professionnalisation	14	Période professionnelle et mémoire de master

Les cours des UE3 et UE5 constituent un tronc commun pour toutes les spécialisations, alors que les cours des UE1, UE2 et UE4, diffèrent selon la spécialisation choisie.

Les enseignements de l'UE1 ont pour objectif de développer la capacité à mobiliser des savoirs hautement spécialisés sur le thème de la spécialisation choisie. Cette unité est constituée d'enseignements représentant un total de 105 heures de cours.

- 3 cours d'approfondissement sur la thématique principale de la spécialisation ;
- 1 cours dédié à la littérature académique sur la thématique de la spécialisation afin de développer ses capacités d'abstraction et de s'imprégner des savoirs scientifiques pour à la fois se préparer à rédiger son mémoire de master, mais aussi enrichir sa pratique professionnelle.

Les enseignements de l'UE2 ont pour objectif de développer les compétences de prise de décision et de pilotage de solutions en environnement complexe dans la spécialisation choisie. Cette unité d'enseignement est constituée d'enseignements représentant un total de 84 heures de cours.

- 1 cours axé sur l'approche digitale de la thématique de spécialisation ;
- 1 cours axé sur la dimension internationale de la spécialisation ;
- 1 cours axé sur la transition sociétale et environnementale appliquée à la thématique de spécialisation.

Les enseignements de l'UE3 ont pour objectif d'acquérir des compétences liées au management transversal et à la prise de décision stratégique responsable en environnements complexes. Ces compétences visent à favoriser les évolutions de carrières à moyen terme des futurs diplômés au sein de différents postes et différentes organisations. Il s'agit d'un tronc commun suivi par l'ensemble des étudiant.e.s quel que soit le parcours de spécialisation choisi. Cette UE est constituée d'enseignements représentant un total de 91 heures de cours.

- Un séminaire de 21h Prise de décision responsable en environnement complexe. Les étudiant.e.s travaillent en groupe pour relever un challenge sous forme d'un jeu d'entreprise pendant une semaine afin de travailler leurs compétences de leadership et de management de situations complexes.

- Un cours de 21h intitulé Organisations et transition écologique et sociétale afin de développer ses compétences de manager responsable et ses capacités d'acteur de la transition sociale et environnementale.
- Un cours de 21h intitulé Management du changement et des transitions afin de développer ses compétences en matière de pilotage de la transformation en contexte professionnel.
- Un cours de 28h de méthodes de recherche afin de développer ses capacités d'investigation, de problématisation et de réflexion intégrative pour se préparer à rédiger le mémoire de master.

Les tracks de spécialisation de l'UE4 ont pour vocation principale de favoriser une insertion professionnelle rapide en adéquation avec son projet professionnel. Ils permettent d'approfondir ses compétences en lien avec un univers professionnel spécifique et aborder la dimension concrète de son futur métier. Les tracks s'appuient sur des enseignements assurés majoritairement par des intervenants issus du monde professionnel. Chacun d'eux est constitué de 84h de cours et permet soit de préparer un certificat professionnel externe, soit d'obtenir après validation des cours, un certificat délivré par une chaire d'enseignement et de recherche de MBS.

L'UES est composée de deux volets complémentaires : la construction d'un **projet professionnel** sur les compétences développées lors de la période entreprise en alternance, et la rédaction du **mémoire académique de master**. Pour la partie professionnelle, en complément de l'évaluation entreprise, un entretien bilan, une autoévaluation des compétences ainsi que la production d'un dossier écrit démontrant la preuve de l'acquisition des compétences académiques et professionnelles en vue de formuler une proposition de valeur et son adéquation avec le projet professionnel, sont attendus. Pour la partie mémoire de master, une analyse théorique et une étude empirique sont effectuées sous la supervision d'un.e enseignant.e tout au long de la rédaction du mémoire. Il s'agit d'une initiation à la recherche académique visant à développer la pensée critique et intégrative sur un sujet professionnel et managérial. Le mémoire permet non seulement de monter en expertise sur une problématique managériale précise, mais aussi de renforcer la démarche d'investigation nécessaire pour enrichir ses connaissances et de les tenir à jour tout au long de sa carrière de manager.

Le Programme Grande Ecole, parce qu'il est un cursus de grade **master généraliste** en management, permet l'acquisition de multiples compétences en sciences de gestion dans le but de préparer ses futur.e.s diplômé.e.s à occuper différentes fonctions managériales de manière responsable et dans des contextes organisationnels très divers. La troisième année propose 10 parcours de spécialisation ; chacun de ces parcours comporte entre 2 et 3 tracks de spécialisation au choix. Votre positionnement sera réalisé en 2 temps, d'abord sur le thème de spécialisation puis lors du 1er semestre de votre PG3A sur l'un des tracks rattachés à votre spécialisation.

Quelques conseils pour choisir votre spécialisation :

- Votre choix doit être cohérent avec votre projet professionnel à court terme, c'est-à-dire plus particulièrement dans l'optique du premier emploi et non pour une vision à long terme de votre carrière.
- Votre choix peut être inspiré par les expériences professionnelles acquises lors des périodes de stage et ou d'alternance qui permettent de construire votre projet professionnel.
- Prenez connaissance, avec attention des enseignements, ainsi que des tracks proposés au sein de chaque spécialisation.

Ci-dessous figurent les 10 spécialisations ainsi que les 20 tracks de spécialisation (places limitées). :

Spécialisations	Tracks
Entrepreneuriat et Innovation	Start Up Innovation & Technology for Impact (IT4i)
Stratégie et Conseil	Métiers du conseil Stratégie et marketing du transport aérien*
Management de Projets	Management de projets IT Management des transitions écologiques et solidaires** Diversité et leadership inclusif**
Vision et Stratégie Marketing	Marketing de produits et services Marketing des industries d'excellence Stratégie et marketing du transport aérien*
Marketing Digital	Omnicanal, marketing mobile & social selling Brand design & brand communication
Vente et Stratégie Commerciale	Wine Business Développement Développement Commercial & Négociation avancée Stratégie & Management Commercial
Management et développement des talents	Diversité et leadership inclusif** Management des transitions écologiques et solidaires**
Audit et Contrôle	Business Partner Audit et Expertise
Finance	Finance Durable Finance d'Entreprise
Achats et Supply Chain	Management des Achats Supply Chain Management

* et ** indiquent les tracks communs à deux spécialisations

Vous notez que certains tracks sont partagés entre deux spécialisations, reflétant ainsi des métiers qui mobilisent des compétences transversales communes à deux disciplines dans les sciences de gestion.

Afin d'effectuer votre choix d'orientation, vous trouverez ci-après un descriptif de chacune des 10 spécialisations, résumant les enseignements de l'UE1-Approfondissement disciplinaire, de l'UE2-Spécialisation en environnement complexe, et de l'UE4- Tracks de spécialisation. Le nombre de groupes ouverts pour chaque spécialisation est également spécifié. **Chaque spécialisation est bilangue**, c'est à dire qu'elle comprend certains cours délivrés en anglais et d'autres en français, avec au minimum 3 cours en anglais.

Vous effectuerez votre **choix de track** au cours du premier semestre de votre année de PGE3, après une présentation par votre responsable de spécialisation. Attention, les tracks seront proposés et ouverts définitivement uniquement à condition qu'il y ait un nombre suffisant d'étudiants inscrits.

1 Spécialisation Entrepreneuriat et Innovation

L'objectif de la Spécialisation Entrepreneuriat et Innovation est de former concrètement les talents à créer leur entreprises/startup innovantes. Il s'agit d'enrichir la dimension entrepreneuriale de sa formation dans son acception la plus large (création, reprise, essaimage, franchisage, accompagnement...). Ceci se fera grâce à l'approfondissement des connaissances des différents aspects de l'entrepreneuriat, au développement de ses aptitudes au raisonnement et à la prise de décision dans le cadre de projets innovants, depuis l'élaboration du business plan jusqu'au management relationnel en passant par l'analyse de risque, la stratégie digitale, les investissements et le développement des réseaux, à la mise en perspective de ses connaissances et de ses aptitudes au regard des contextes internationaux et des enjeux de la transition durable.

Cette spécialisation ouvre sur le choix de suivre l'un des deux tracks suivants :

- Track Start Up ;
- Track Innovation & technology for impact (IT4i).

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 1 UB.

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Entrepreneuriat et Innovation

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Vision stratégique, business model innovant et business plan	28h	4
Reprise et transmission familiale	28h	4
Financement de projets innovants	35h	5
Research in business & strategy	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
International Entrepreneurship	28h	4
Marketing entrepreneurial et stratégie digitale	28h	4
Entrepreneuriat social et innovation sociale	28h	4
TOTAL	84h	12

Vision stratégique, business model innovant et business plan

Les spécificités de la vision stratégique dans le cadre d'un projet de création ou de management d'une PME sont abordées dans le cadre de ce cours. Les étudiant-e-s travailleront à une mise en application de cette vision au travers des outils du business model et du montage d'un business plan.

Reprise et transmission familiale

Le management des PME et de TPE ne s'appuie pas uniquement sur la création d'un projet entrepreneurial mais également sur la reprise d'entreprise que ce soit lors d'un rachat ou d'une transmission. Ce cours aborde les spécificités de ces situations d'un point

de vue managérial, humain et outils, afin de se préparer à ce type de projet entrepreneurial en tant que futur repreneur, cédant ou accompagnateur à la transmission-reprise d'entreprise.

Financement de projets innovants

Ce cours s'appuie sur les bases comptables et financières (lecture des états financiers, indicateurs et ratios, comptabilité analytique, outils d'analyse et de pilotage de la rentabilité) permettant de construire un prévisionnel financier lié au montage d'un projet entrepreneurial innovant, ainsi que d'en optimiser la cohérence financière et maîtriser le seuil de rentabilité d'une activité. Il vise également à développer la capacité à identifier et travailler avec

l'écosystème et les réseaux de différents acteurs de l'entrepreneuriat/innovation dans le but d'identifier de nouvelles opportunités de financement.

Research in strategy & business

Les recherches académiques fondamentales, récentes et menées par le corps professoral de MBS sont discutées et présentées sur cette thématique. Sous la forme de workshop, ce cours développe la connaissance des savoirs hautement spécialisés en sciences de gestion et contribue à l'acquisition des compétences suivantes : définir un sujet de recherche et exercer sa pensée critique.

International Entrepreneurship

Ce cours vise à donner une connaissance théorique et empirique de l'entrepreneuriat et son implémentation dans un contexte international.

Il met l'accent sur le développement entrepreneurial international des Start Up et une comparaison des modes de création d'entreprise dans le monde.

Marketing entrepreneurial et stratégie digitale

Ce cours vise à outiller les futures entrepreneures en matière de stratégies marketing et digitale. Il développe la

capacité à mettre en place et piloter un plan marketing opérationnel ainsi qu'à maîtriser les codes des nouvelles technologies. Il donne les clés pour innover en marketing et définir une stratégie pour contribuer au projet entrepreneurial. Il fournit les outils pour mesurer l'efficacité et suivre une stratégie digitale dans ce contexte.

Entrepreneuriat social et innovation sociale

Ce cours aborde les fondamentaux de l'entrepreneuriat social et l'innovation sociale, les bases théoriques et outils pratiques pour comprendre les enjeux de cette nouvelle façon d'entreprendre. Il vise à développer les compétences permettant de monter un projet de création d'entreprise sociale, de travailler dans des organisations qui accompagnent ce type d'entrepreneurs. L'objectif de ce cours est également de travailler étroitement avec l'ensemble des parties prenantes présentes dans le champ de l'entrepreneuriat social : incubateurs sociaux, réseaux des entrepreneurs sociaux, institutions, startups sociales, etc.

Cette spécialisation vous conduit à choisir l'un des deux tracks ci-après.

Track Start Up

Le track Start Up vise à donner aux porteurs de projets une vision complète de la création d'entreprise, depuis l'idée à la concrétisation et leur faire prendre conscience de l'importance et des enjeux de l'innovation et de l'internationalisation entrepreneuriale. A l'issue de ce parcours, vous disposerez des outils & méthodes adaptés à votre projet, serez conscients de la nécessité d'adopter un management particulier dans un contexte de start up et aurez appris à développer votre leadership. **Ce track est mené sous la responsabilité de l'incubateur de Montpellier Business School : MBS Entrepreneurship Center.**

Cours UE4 Track Start Up	Heures	ECTS
Persona, stratégie de vente et KPI	28h	3
Posture entrepreneuriale, marque et protection juridique	28h	3
Être chef d'entreprise (parcours MBS Entrepreneurship Center)	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Créateurs d'entreprise,
Responsables de centres de profit,
Responsables de projets,
Dirigeants de TPE, PME,
Manager, Chef de projet,
Audit en stratégie, management et/ou
conseil pour les Start Up/TPE/PME.

Pourquoi choisir ce track ?

Il s'adresse en premier lieu aux étudiant.e.s qui envisagent de créer ou de reprendre une entreprise à court ou à moyen terme.

Entreprendre et innover est une dimension essentielle pour tout manager ou chef de projet car l'entreprise doit en permanence chercher des solutions innovantes pour répondre aux besoins du marché. Se réinventer constamment est devenu le mot d'ordre non seulement pour les entreprises mais également pour les managers de ces structures.

S'inscrire dans ce track implique que vous devez avoir un projet de création d'entreprise. En tant que porteur de projet ou en équipe de trois étudiant.e.s maximums, vous travaillerez sur votre projet de création. Ceci constituera le fil rouge de votre track.

L'accompagnement est assuré par MBS Entrepreneurship Center où interviennent des coaches, des créateurs d'entreprises et des experts.

Track Innovation & technology for impact (IT4i)

L'objectif du track "Innovation & technology for impact (IT4i)" est de former les étudiants à l'intégration des innovations technologiques dans des modèles économiques responsables et durables. À travers trois modules progressifs (compréhension des technologies émergentes, entrepreneuriat à impact, et gestion du déploiement technologique), le programme vise à leur fournir les compétences nécessaires pour concevoir, structurer et développer des projets innovants alignés sur les enjeux sociétaux et environnementaux. En mobilisant des outils tels que l'IA, la blockchain et les plateformes collaboratives, les étudiants apprendront à allier viabilité économique et impact positif, tout en prenant en compte les défis liés à la régulation, à la scalabilité et à l'éthique.

Ce track est adossé à la Chaire BEST (Business & Entrepreneurship for Sustainable Transformation) dans le cadre de son objectif de promouvoir les entreprises à impact à travers des activités de recherche, d'enseignement ainsi que des actions concrètes au niveau du territoire.

Cours UE4 Track Innovation & technology for impact (IT4I)	Heures	ECTS
Innovation, Technologies Émergentes et Impact Economy	28h	3
Entrepreneuriat et Développement de Solutions Innovantes pour l'Impact Economy	28h	3
Déploiement et Gestion de l'Innovation Technologique à Impact (certificat Chaire BEST)	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Les étudiants ayant suivi le parcours "Innovation & technology for impact (IT4i)" pourront accéder à des métiers à l'intersection de l'innovation, de la technologie et de l'impact social et environnemental. Ils pourront occuper des postes tels que : Innovation Manager, Consultant en transformation durable, Entrepreneur à impact, ou encore Chef de projet en technologies émergentes (IA, blockchain, fintech durable). Ce parcours ouvre également des opportunités dans le secteur du financement à impact (analyste ESG, impact investing), du conseil en stratégie durable, ou de l'intrapreneuriat au sein de grandes entreprises souhaitant intégrer des modèles plus responsables. Enfin, les étudiants pourront évoluer vers des rôles de responsable RSE et innovation sociale, en aidant les organisations à aligner performance économique et impact positif.

Pourquoi choisir ce track ?

Dans un monde où 88% des investisseurs institutionnels considèrent désormais

l'impact social et environnemental avant d'investir (Global Impact Investing Network, 2023), les entreprises recherchent des experts capables de concilier technologie et durabilité. Ce programme unique vous permet de développer des compétences en IA, blockchain et plateformes collaboratives pour répondre aux défis sociétaux et environnementaux.

70% des jeunes diplômés déclarent vouloir travailler pour une entreprise alignée sur leurs valeurs (Deloitte Millennial Survey, 2022). Grâce à ce track, vous pourrez intégrer des secteurs en forte croissance : fintech durable, smart cities, impact investing, tech for good, ou encore entrepreneuriat à impact. Vous apprendrez à concevoir des business models innovants, lever des fonds et déployer des solutions technologiques à grande échelle.

Rejoindre ce track, c'est investir dans votre avenir, avec des débouchés concrets et une capacité à transformer le monde de l'entreprise pour un impact positif durable.

2 Spécialisation Stratégie et Conseil

L'objectif de la Spécialisation Stratégie et Conseil est d'enrichir la dimension stratégique et organisationnelle de sa formation et d'approfondir ses connaissances des différents aspects du management stratégique. Il permet de développer ses aptitudes au raisonnement et à la prise de décision dans les domaines relatifs à la définition et la mise en œuvre opérationnelle des orientations stratégiques d'une organisation - diagnostic stratégique, choix et déploiement, stratégies de développement, gestion et optimisation de ressources et de moyens - ainsi que de mettre en perspective ses connaissances et ses aptitudes au regard des contextes internationaux et des enjeux de la transition sociétale.

Cette spécialisation ouvre sur le choix de suivre l'un des deux tracks suivants :

- Track Métiers du conseil ;
- Track Stratégie et marketing du transport aérien.

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 1 UB.

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Stratégie et Conseil

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Conseil et diagnostic stratégique : StratMeUp	28h	4
Implémentation stratégique & opérations	35h	5
Corporate diplomacy & non-market strategy	28h	4
Research in strategy & business	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
International strategies	28h	4
Analyse de données et prise de décision	28h	4
Strategic foresight & future thinking	28h	4
TOTAL	84h	12

Conseil et diagnostic stratégique : StratMeUp

Il s'agit d'un travail en groupe de 5 étudiant.e.s consistant en la réalisation d'un diagnostic stratégique d'une entreprise régionale. Les étudiant.e.s travaillent sous la responsabilité d'un.e coach de l'école et ont pour mission, à partir d'une analyse de l'environnement comme du Business Model de l'entreprise d'élaborer et présenter des préconisations d'évolution, en réponse à la problématique proposée par l'entreprise.

Implémentation stratégique et opérations

Ce cours permet de faire le lien entre la stratégie d'une organisation et la manière dont celle-ci est pilotée et mise en œuvre par les différentes fonctions et équipes de cette organisation. En s'appuyant sur les connaissances théoriques et les outils pratiques il aborde les dimensions managériales et le pilotage opérationnel d'un plan stratégique : argumentation et explication des choix stratégiques ; anticipation des risques stratégiques ; ancrage de la culture d'entreprise en lien avec la stratégie ; pilotage et suivi des plans d'actions stratégiques ; management des parties prenantes autour des concepts Vision, Valeurs, Missions ; partage, communication et déclinaison de la stratégie au niveau opérationnel.

Corporate diplomacy and non-market strategy

Ce cours explore les stratégies que les entreprises peuvent adopter dans un environnement non-marchand. Il examine en particulier leurs interactions stratégiques avec des acteurs clés en dehors des marchés traditionnels, tels que les médias, les mouvements sociaux, les groupes d'intérêt, les ONG, les politiciens ou encore les organismes de régulation. L'objectif principal est d'acquérir et de mettre en application un ensemble de concepts et d'approches permettant d'analyser et de gérer de manière stratégique cet environnement non-marchand. Les thèmes abordés incluent notamment la gestion des parties prenantes, la gestion de la réputation et les stratégies politiques des entreprises.

Research in strategy & business

Les recherches académiques fondamentales et récentes sont discutées et présentées sur cette thématique. Sous la forme de workshop, ce cours développe la connaissance des savoirs hautement spécialisés en sciences de gestion et contribue à l'acquisition des compétences suivantes : définir un sujet de recherche et exercer sa pensée critique.

International Strategies

Ce cours présente les principaux concepts autour de la globalisation et des stratégies internationales des organisations. Faisant l'état d'un contexte global plus complexe et incertain qu'auparavant, le cours guide les étudiants dans la compréhension des influences économiques et étatiques, des enjeux environnementaux et éthiques ainsi que des dynamiques des échanges internationaux.

Le cours aborde notamment l'impact de l'internationalisation d'un point de vue managériale. Il vise l'acquisition et la maîtrise des modèles et mécanismes économiques permettant de comprendre les enjeux et les opportunités des différents marchés internationaux. A l'issue de ce cours, les étudiant.e.s sauront agir et adapter leur comportement professionnel au contexte international au sein duquel ils-elles seront amené-e-s à évoluer.

Analyse de données et prise de décision

Prendre des décisions, piloter et mesurer fonctionnent ensemble et les outils liés à la data et à l'analyse accompagnent ce processus. Ce cours a pour objectif de développer les méthodes et les outils d'aide à la prise de décision basées sur l'analyse des données, les approches quantitatives et la création d'indicateurs et d'outils de pilotage. Il s'appuie sur des connaissances théoriques et pratiques.

Strategic foresight & future thinking

Ce cours vise à développer des compétences stratégiques essentielles pour anticiper et s'adapter aux évolutions futures dans un environnement incertain. Dans un monde caractérisé par la volatilité, l'incertitude, la complexité et l'ambiguïté (VUCA), les approches traditionnelles de planification montrent leurs limites. Ce cours propose donc des méthodes et des outils innovants pour permettre aux futurs managers d'anticiper les changements et de préparer des stratégies résilientes et durables.

Ce cours prépare ainsi les futurs managers à anticiper les évolutions du marché, à gérer les risques et à saisir les opportunités, tout en intégrant les enjeux sociaux et éthiques dans leurs décisions stratégiques.

Cette spécialisation conduit à choisir l'un des deux tracks ci-après.

Track Métiers du Conseil

Le track Métiers du Conseil permet de comprendre ces métiers au sein d'un secteur en pleine évolution et d'appréhender la « posture » du conseil, ainsi que sa valeur ajoutée pour les organisations. Il offre l'opportunité de développer ses capacités d'analyse, de synthèse, de résolution de problèmes et de proposition de recommandations face à une grande variété de situations managériales et pour accompagner des processus de conduite du changement. Il ouvre également à découvrir et manipuler les principes de raisonnement, outils et méthodes transversaux aux métiers du conseil. Il vise à doter les participant-e-s de postures d'écoute active, d'entretiens, de découverte des besoins propres aux métiers du conseil, mais également amenés à évoluer en tant que coach professionnel ou plus largement manager coach.

Cours UE4 Track Métiers du conseil	Heures	ECTS
Métiers du conseil	28h	3
Conduite de projets complexes et consulting game	28h	3
Préparation aux métiers de consultant	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Consultant junior,
Consultant junior dans un cabinet de conseil en management,
Consultant interne dans une entreprise, Chef de projet,
Développeur d'activité, Animateur d'ateliers de co- développement,
Chargé d'études,
Mentor interne,
Manager coach.

Les acquis sont applicables à de multiples métiers dans l'entreprise qui nécessitent de diagnostiquer un problème, de rechercher des solutions et de conduire le changement.

Pourquoi choisir ce track ?

Afin de se préparer au poste de consultant, d'acquérir les savoir, savoir-faire et savoir-être indispensables pour occuper un poste de consultant junior ou assimilé. Il permet de développer les méthodes et les contenus autour du conseil en management du changement (conduite de projets complexes, socio-dynamique des organisations).

Ce track ne vise pas un domaine du conseil en particulier (stratégie, organisation, ressources humaines, marketing, etc.), mais se centre sur des savoir-faire communs aux différents postes au sein du consulting, ainsi que sur la maîtrise des techniques de coaching, d'intelligence collective et du processus débutant par l'analyse du besoin client jusqu'à la rédaction et la présentation de l'offre.

Il aide à comprendre et à s'approprier la « posture » d'un consultant autour de compétences et de valeurs spécifiques propres à cette profession telles que : les capacités relationnelles et émotionnelles, l'autonomie et l'indépendance, le professionnalisme et l'éthique ou encore la capacité d'accompagnement.

Track Stratégie et marketing du transport aérien

L'objectif du track stratégie et marketing du transport aérien est d'approfondir les compétences liées aux stratégies de marché (stratégie et marketing stratégique) acquises lors de son parcours de formation. Il les contextualise dans une perspective sectorielle - le transport aérien – dans le but de se préparer à démarrer ou poursuivre une carrière dans ce secteur ou de pouvoir interagir avec des acteurs du secteur.

Il donne une vision complète de ce secteur au travers des thématiques suivantes : enjeux économiques et stratégiques, business models et décisions stratégiques des compagnies aériennes, des aéroports et des constructeurs aériens, compréhension des problématiques du luxe dans l'aérien, analyse des défis environnementaux des organisations de ce secteur. Ce track est coordonné par la *Chaire Pégase*, la seule chaire française reconnue sur l'économie et le management du transport aérien.

Cours UE4 Track Stratégie et marketing du transport aérien	Heures	ECTS
Comprendre les enjeux économiques, stratégiques et marketing du transport aérien	28h	3
Mettre en place une stratégie marketing dans le secteur aérien	28h	3
Transport aérien et développement durable (certificat chaire PEGASE)	28h	3
TOTAL	84h	11

Métiers

Chargé de veille stratégique,
Chargé d'études,
Directeur d'études,
Manager d'innovation,
Chef de produit,
Business developer,
Chargé de développement international,
Chef de projet innovation,
Consultant en stratégie,
Analyste stratégique,
Analyste Pricing Revenue
Manager

Pourquoi choisir ce track ?

Les entreprises du secteur aérien (compagnies aériennes, aéroports, constructeurs, fournisseurs, etc.) recrutent continuellement des diplômés des Grandes Ecoles de Management. Elles offrent des perspectives de carrières très riches à condition de bien comprendre les spécificités et les enjeux de ce secteur pour pouvoir y contribuer. Les enseignements sont délivrés par des intervenants de MBS et des professionnels experts en activité (Air France, Easyjet, ADP, Airbus, Dassault). Une *learning expedition* et un business game coordonné par Airbus sont organisés, ainsi qu'une job fair en fin de parcours, dans le but de permettre aux étudiants de rencontrer des employeurs de ce secteur et valoriser leurs nouvelles compétences.

3 Spécialisation Management de Projets

L'objectif de la Spécialisation Management de Projets est d'enrichir ses compétences en matière d'organisation, de gestion et de leadership, ainsi que d'approfondir ses connaissances et acquérir l'état d'esprit requis pour manager efficacement des projets et piloter des changements au sein des organisations. Le management de projets est le mécanisme par lequel les organisations créent le changement afin de saisir de nouvelles opportunités et de faire face aux menaces. Les enseignements de la spécialisation abordent les différentes facettes d'une gestion de projet réussie : leadership quantitatif et méthodes de prise de décision, design thinking et corporate hacking, gestion des équipes de projet et des projets complexes, gestion de l'innovation durable, et s'assurer que les connaissances et les compétences sont alignées avec les contextes internationaux et les défis de la transition sociétale et du changement social.

Cette spécialisation ouvre sur le choix de suivre l'un des deux tracks suivants :

- Track Management de Projets IT ;
- Track Management des Transitions Ecologiques et Solidaires
- Track Diversité et Leadership inclusif

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 1 UB.

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Management de Projets

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Modélisation et méthodes quantitatives de management de projet	28h	4
Management de projets complexes	35h	5
Change management et dynamique collective	28h	4
Research in project management	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
Gestion de projet en méthode agile	28h	4
Design thinking & Corporate hacking	28h	4
Sustainable Innovation Management	28h	4
TOTAL	84h	12

Modélisation et méthodes quantitatives de management de projet

Ce cours traite des méthodologies quantitatives indispensables pour évaluer et piloter des projets. Il permet d'acquérir ces méthodologies et de développer ces compétences en s'appuyant sur les approches conceptuelles, les outils permettant la modélisation prédictive, ainsi que des mises en application afin d'être en mesure de créer des KPI dédiés et suivre l'évolution des projets en impliquant les partenaires qui y participent.

Management de projets complexes

Ce cours caractérise les projets complexes dus à la présence de parties prenantes disposant de pouvoir de décision variés, d'intérêts divergents ou d'objectifs de nature différente, à une complexité technologique ou à un environnement incertain et évolutif, pour lesquels une approche systémique et fine doit être retenue. Il s'appuie sur des méthodologies permettant de catégoriser les projets en fonction de leur complexité et d'y associer les modes de management adaptés. Il prépare ainsi à la planification, la mise en œuvre de boucle d'amélioration continue et la mise en place d'organisations pertinentes et agiles pour les managers.

Change management et dynamique collective

Ce cours se focalise sur la dimension humaine de la gestion de projet : le management des équipes dans un contexte spécifique et sensible qui est celui du changement. Lors des projets de transformation des organisations et de transition durable, le management doit savoir faire preuve d'agilité et mobiliser les équipes autour de l'adhésion à la vision, aux valeurs et au sens commun. Pour cela, ce cours vise à appréhender les postures managériales propices à l'accompagnement des dynamiques collectives et les outils de management par le sens ou les valeurs.

Research in project management

Les recherches académiques fondamentales, récentes et menées par le corps professoral de MBS sont discutées et présentées sur cette thématique. Ce cours développe la connaissance des savoirs hautement spécialisés en sciences de gestion et contribue à l'acquisition des compétences suivantes : définir un sujet de recherche et exercer sa pensée critique.

Gestion de projet en méthode agile

Ce cours aborde la gestion de projets à travers les méthodologies Agile. Le cours développera votre compréhension mais aussi vos compétences pratiques pour appliquer les principes dans des projets du monde réel.

Puisque cette approche transformatrice est de plus en plus adoptée par des entreprises d'une grande variété de secteurs, le cours fera progresser votre employabilité de manière significative. Il est important de noter que l'agilité est à la fois un état d'esprit, ainsi qu'une méthodologie. Ainsi, le cours développera également vos capacités d'adaptation, de collaboration et d'innovation.

Design thinking & Corporate hacking

La méthode et l'état d'esprit du design thinking sont abordés dans ce cours de manière approfondie dans le but de les mettre au service du corporate hacking. Il apporte ainsi des compétences permettant de se doter de marges de manœuvre, de repérer les opportunités de changement et d'initier ces transformations dans les organisations, parfois malgré elles, non pas dans un but personnel mais au service de la raison d'être d'une organisation et de l'entreprise humaine et collective qu'elle constitue.

Sustainable Innovation Management

L'objectif de ce cours est d'acquérir les compétences de management des innovations dans un contexte durable et responsable. Le cours vise à développer la pensée stratégique, les business models et le développement de projets afin de piloter et déployer le développement de solutions innovantes et durables.

Ce parcours de spécialisation conduit à choisir l'un des deux tracks ci-après.

Track Management des Projets IT

Le track Management des Projets IT prépare aux métiers de la gestion de projets en environnement numérique. Il aborde en profondeur les liens entre la stratégie, l'organisation et son système d'information et développe les compétences liées au pilotage des projets stratégiques et complexes ainsi que son savoir-être et son agilité pour évoluer au sein d'environnements changeants et collaborer avec des interlocuteurs de toutes les fonctions en entreprise et au sein de son réseau de partenaires. Il permet de découvrir les ERP, leurs principales fonctionnalités et enjeux, de savoir exploiter la puissance d'un CRM pour permettre l'alignement de la stratégie commerciale avec le plan marketing, aborde les outils de pilotage par le biais de l'analytics, propose des ateliers techniques afin de manipuler les softwares du marché pour les comprendre, ainsi que le développement de sa posture de manager de projet.

Cours UE4 Track Management des Projets IT	Heures	ECTS
Management de projets IT	28h	3
Software, ERP et CRM	28h	3
Préparation au Track projets	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Consultants en Systèmes d'Information
en société de services,
Consultant en Business
Intelligence, Responsables de
projets SI,
Chef de projet,
Chargé d'études.

Les savoir-faire acquis sont applicables à de multiples métiers dans l'entreprise qui nécessitent de diagnostiquer un problème, de rechercher des solutions et conduire le changement.

Pourquoi choisir ce track ?

Pour travailler par projet dans un secteur porteur et se construire une culture générale importante et une carte de visite enviable.

Aucun métier de l'entreprise ne peut s'affranchir d'une bonne culture de la « dans » son ensemble et de son exploitation au travers des différents systèmes clés de sa structure.

Ce track s'adresse aux étudiant.e.s qui sont à la fois motivés par la gestion de projet, l'organisation et les systèmes d'information, la « data », mais aussi par des activités au rythme varié et inconstant. Comme les cycles des entreprises se raccourcissent du fait des événements extérieurs forts des 15 dernières années, il faut donc s'avoir être agile et s'adapter dans des environnements numériques toujours plus marqués.

Track Management des Transitions Ecologiques et Solidaires

Le track Management des Projets de Transformation Ecologique et Solidaire prépare aux métiers de la gestion de projets liés à la transition environnementale et sociétale des organisations. Il permet d'approfondir ses compétences en matière de leadership, nourri par le sens et l'engagement, nécessaire pour devenir des acteurs de la transformation. Il aborde les approches permettant d'adopter une vision systémique, requise pour les projets liés aux objectifs du développement durable, ainsi que les enjeux liés à l'innovation, au financement et au pilotage de ce type de projet. Enfin, il traite de l'importance de la communication à la fois externe et auprès des équipes internes, de manière à construire une posture d'ambassadeur sur ces sujets et travailler ses compétences de conviction pour diffuser son engagement sociétal.

Ce track est adossé de la *Chaire Communication and Organizing for Sustainability Transformation* (COAST) de Montpellier Business School.

10 places seront ouvertes sur sélection à des étudiant.e.s de la Spécialisation Management et Développement des Talents.

Cours UE4 Track Management des Transitions Ecologiques et Solidaires	Heures	ECTS
Manager des projets de transition écologique et solidaire	28h	3
Communiquer et organiser la transition	28h	3
Management des TES (certification chaire COAST)	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Responsables de projets amené.e.s à exercer leur fonction dans des entreprises de toute taille portant des valeurs associées à l'éthique, et/ou engagées dans une démarche de Responsabilité Sociétale ou bien managers au sein de cabinets conseils, associations et ONG promouvant l'engagement sociétal et la transition ou encore auprès d'institutions locales, nationales et internationales.

Il prépare aux métiers de :

- Consultants en transition environnementale,
- Consultant en développement durable,
- Responsable de projets solidaires,
- Responsable de projets de transition,
- Chef de projets RSE
- Responsable RSE

Pourquoi choisir ce track ?

Il a pour objectif de former des managers porteurs de solutions pour répondre aux défis de la transition sociétale.

Il ouvre la possibilité de travailler auprès des directions des grandes entreprises, comme auprès d'ONG, d'associations et des institutions agissant dans ce domaine.

Track Diversité et Leadership Inclusif

Le track « Diversité et Leadership Inclusif » s'intéresse à la manière dont la diversité des RH peut être valorisée en entreprise à travers la mise en œuvre d'un leadership inclusif à tous les niveaux de l'organisation, la conception d'environnements de travail centrés sur l'humain et l'amélioration de la qualité de vie ainsi que par des projets partenariaux d'innovation sociale menés en interne comme en externe. Il développe des compétences techniques en management d'équipes diverses, gestion de projets transverses et animation de réseaux. Il permet de mieux appréhender les engagements stratégiques des organisations autour, en particulier, des projets de diversité et inclusion (handicap, égalité professionnelle Femmes-Hommes, recrutement inclusif, etc), de leur déploiement opérationnel à la mesure de leurs impacts. En termes de savoir-être (soft skills), ce track vise à développer l'intelligence émotionnelle, l'ouverture à l'altérité, la capacité à innover ainsi qu'à coopérer. Les enseignements et activités pédagogiques s'inscrivent dans le renouvellement des pratiques RH et managériales dans une visée inclusive, c'est-à-dire des pratiques qui reconnaissent les diversités des personnes tout en encourageant le partage et le sentiment d'appartenance. Ce track est adossé à la **Chaire MIND – Management Inclusif & Engagement Sociétal de MBS**. Il est construit et animé avec le soutien des professionnel-le-s partenaires de la chaire.

10 places seront ouvertes sur sélection à des étudiant.e.s de la Spécialisation Management de Projet.

Cours UE4 Track Diversité et Leadership Inclusif	Heures	ECTS
Leadership inclusif	28h	3
Qualité de vie et relations au travail	28h	3
Pilotage de politiques diversité & inclusion	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Responsables de la fonction RH qui exercent Manager d'équipe opérationnelle ou transverse, Manager-Coach en entreprise, HR business partner (HRBP), Responsable Développement RH, Responsable Diversité et Inclusion, Responsable Qualité de vie et conditions de travail (QVCT), Responsable Expérience Collaborateur, Consultant en leadership et développement de talents, etc.

Pourquoi ce track ?

Ce track permet de renforcer l'aptitude à l'exercice de responsabilités managériales et ouvre un potentiel d'évolution sur les métiers d'avenir répondant aux nouveaux besoins sociétaux et aux grands défis humains.

Il renforce l'employabilité dans les fonctions managériales ou l'accompagnement RH afin d'évoluer rapidement dans ces domaines que ce soit dans un contexte de grande

entreprise, PME, association, cabinet de conseils, etc. Il prépare à mieux comprendre l'intérêt stratégique des organisations à développer des projets autour de la Diversité et Inclusion et de la QVCT en travaillant de façon transversale et collaborative avec l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise. Ces compétences sont désormais fortement recherchées par toute entreprise engagée dans une démarche RSE.

Il amène à savoir identifier et valoriser les talents individuels et à s'engager dans la lutte contre les discriminations et pour l'égalité des chances, dans la sensibilisation aux atouts de la diversité et la promotion de l'intelligence collective afin de développer les capacités d'agir des individus et la performance globale des entreprises.

4 Spécialisation Vision et Stratégie Marketing

L'objectif de la spécialisation Vision et Stratégie Marketing est d'équiper les étudiant.e.s avec les outils nécessaires pour élaborer et appliquer des plans marketing et communication efficaces, ciblant une performance globale. Cette spécialisation enrichit leur compréhension du marketing sous toutes ses formes et affine leur capacité à analyser les tendances et comportements des consommateurs, cruciaux pour des décisions pertinentes. Ils acquerront les compétences pour créer et mettre en œuvre des politiques de communication d'entreprise en adéquation avec leurs objectifs, ou pour élaborer des plans marketing couvrant divers domaines essentiels, en fonction de leur choix de parcours. Le programme offre aussi une perspective internationale à leur apprentissage, tout en soulignant l'importance des principes éthiques et des enjeux liés aux changements sociétaux.

Cette spécialisation ouvre sur le choix de suivre l'un des trois tracks suivants :

- Track Marketing de produits et services ;
- Track Marketing des industries d'excellence ;
- Track Stratégie et marketing du transport aérien.

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 1 UB.

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Vision et Stratégie Marketing

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Data Insights & IA	35h	5
Management de l'expérience et de la relation client	28h	4
Graphic design et identité de marque	28h	4
Research in marketing & sales	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
Marketing across borders	28h	4
Stratégies digitales et engagement : E-commerce, SEO & Gamification	28h	4
Marketing Social	28h	4
TOTAL	84h	12

Data Insights & IA

Ce cours combine une initiation à l'analyse de données et une exploration des fondamentaux de l'Intelligence Artificielle dans le marketing. La première partie, centrée sur le logiciel SPSS, permettra aux étudiants de travailler sur des bases de données. Ils apprendront ainsi à segmenter des données clients et à en tirer des insights stratégiques.

La seconde partie portera sur l'utilisation de l'IA et de l'automatisation pour personnaliser les campagnes marketing et intégrer les segments identifiés dans différents canaux de communication. Le cours abordera également les questions éthiques et réglementaires, comme le

RGPD et les biais algorithmiques. Ce module vise à fournir aux étudiants des compétences en analyse de données et une compréhension de l'IA dans des stratégies marketing stratégiques.

Management de l'expérience et de la relation client

Ce cours aborde les concepts de l'expérience client au travers du parcours utilisateur et des émotions qu'il vit à chaque étape, ainsi que les différentes dimensions de la relation client : proposition de valeur, communication one to one, mesure de la performance. Il permet d'acquérir les compétences nécessaires pour mettre en place et piloter une politique de CEM (Customer Expérience



Management) ainsi que designer un parcours auprès de ses cibles et manager l'expérience des clients au cours de la durée de vie de leurs relations avec une organisation.

Graphic Design et identité des Marques

Ce cours aborde la marque en tant que capital stratégique des organisations que le marketing a pour rôle de manager. Il se centre sur les marques à mission, dont l'identité se bâtit autour d'un engagement sociétal et/ou environnemental. Il forme aux logiciels de création digitale nécessaires aux supports de communication d'une marque et fait travailler les étudiants sur la création d'une marque à impact à la fois en termes de brand content et de brand design à travers la conception d'un système d'identité visuelle dynamique et "responsive".

Research in marketing & sales

Les recherches académiques fondamentales, récentes et menées par le corps professoral de MBS sont discutées et présentées sur cette thématique. Sous la forme de workshop, ce cours développe la connaissance des savoirs hautement spécialisés en sciences de gestion et contribue à l'acquisition des compétences suivantes :

Marketing accross borders

Ce cours traite des concepts et des outils permettant d'occuper une fonction marketing en contexte international et aborde le marketing international d'un point de vue global. Il offre une compréhension approfondie des concepts et des théories du marketing international et développe ses capacités à analyser et cibler les marchés internationaux, identifier la meilleure stratégie de conquête dans un

environnement complexe et concevoir une stratégie marketing mix intégrée international.

Stratégies digitales et engagement : E-commerce, SEO & Gamification

Ce cours, ancré dans les sciences cognitives, permet de comprendre et d'appliquer les principes qui influencent la perception, la mémorisation et l'engagement des consommateurs dans un environnement digital. La première partie du cours vise à concevoir des stratégies de communication efficaces et des expériences interactives qui captent et retiennent l'attention, quel que soit le secteur d'activité. Le cours explore des leviers essentiels pour susciter l'engagement et renforcer la fidélisation, notamment le storytelling et la gamification. La seconde partie du cours est dédiée à un projet e-commerce réel, réalisé en collaboration avec des entreprises. Ce projet englobe la réflexion stratégique, la mise en place d'une expérience utilisateur optimisée, l'optimisation du référencement naturel du site e-commerce (SEO) et le développement de contenus engageants.

Marketing Social

Ce cours vise à montrer comment utiliser le marketing pour encourager des comportements sociétaux positifs et améliorer les relations avec les groupes cibles. Il se focalise sur la création de campagnes pour changer les comportements dans des domaines importants comme la lutte contre le tabagisme ou la prévention de l'obésité. Le but est de contribuer positivement, que ce soit dans le cadre des entreprises ou en collaboration avec des entités gouvernementales, des fondations et des associations, pour élaborer et mettre en place des stratégies bénéfiques pour la société

Cette spécialisation conduit à choisir l'un des trois tracks ci-après.

Track Marketing de produits et services

Ce track aborde les différentes dimensions du métier de chef de produit dans des contextes d'organisations très divers, de manière détaillée et en profondeur. Dans les grandes entreprises, ces dimensions sont très souvent confiées à un.e manager ou une équipe sous la responsabilité d'un.e chef de produit plus senior, ou du/de la directeur.rice marketing d'une organisation de taille moyenne.

Ce track débute par l'approfondissement des compétences permettant le pilotage du plan marketing, ainsi que la création de KPI dédiés et pertinents, qui guident la mise en œuvre de la démarche globale du marketing d'une organisation et d'un portefeuille de produits ou services. Il aborde également les spécificités du marketing dans différents univers professionnels - B2B, sport, événements, food, etc.- ainsi que le management de la prospective et des études par le biais de la data et des panels permettant la prise de décision et le management d'une ligne de produit. Les dimensions plus opérationnelles telles que les stratégies de pricing et de création de valeur, le trade marketing, le social selling, le CRM et le branding complètent la palette des compétences qu'il vise à développer.

Cours UE4 Track Marketing de produits et services	Heures	ECTS
Pilotage du plan marketing et création de valeur	28h	3
Campagnes marketing omni et multi canal	28h	3
Etudes et prospectives	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Il permet d'exercer des postes d'encadrement en marketing opérationnel au sein d'une grande diversité d'organisations - Grandes entreprises, PME, associations, agence conseil en marketing et communication, sociétés d'études - opérant sur différents marchés et secteurs d'activité : B2B, B2C, industries, food, retail, etc.

Responsable marketing opérationnel,
 Responsable marketing et communication,
 Chef de projet et de promotions,
 Responsable promotion des ventes et trade marketing,
 Manager du CRM et de l'expérience client,
 Responsable des solutions clients,
 Brand manager,
 Chargé de veille stratégique
 Chargé d'études,
 Chef de produit junior,
 Market developer.

Pourquoi choisir ce track ?

Sous l'appellation marketing opérationnel se cachent les fonctions occupées en début de carrière par les jeunes diplômé-e-s des Grandes Ecoles qui visent un parcours professionnel riche et varié en marketing et constituent un véritable tremplin vers un poste de chef de produit senior et de direction marketing.

Ce track permet d'aborder différents contextes d'entreprises grâce à la participation de professionnels passionnés par leur métier - dont nombreux sont alumni de MBS - de manière transversale et en intégrant les enjeux online et offline, ainsi que les dimensions techniques, stratégiques et relationnelles des métiers du marketing.

Track Marketing des industries d'excellence

Le track Marketing des industries d'excellence met en perspective les compétences acquises en marketing lors de son parcours de formation avec différents secteurs industriels qualifiés « d'excellence » parce qu'elles contribuent très fortement à la balance commerciale française : luxe, mode, tourisme, santé, défense, etc. Il aborde l'attractivité et l'avantage concurrentiel des entreprises et des investisseurs sur le plan international à travers la notion de « country branding » et sur le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, apporte des compétences en matière d'analyse du succès stratégique par le biais du secteur du luxe et de la mode, de développement des innovations au travers du secteur de la santé, de géostratégie dans les industries de défense et d'accélération de la transformation sur des marchés en mutation. Il permet également de préparer un module sur le pricing.

Cours UE4 Track Marketing des Industries d'excellence	Heures	ECTS
Fondamentaux de l'industrie du luxe	28h	3
Marketing des industries d'excellence	28h	3
Pricing strategy	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Il permet d'exercer des postes au sein d'une grande diversité d'organisations des industries d'excellence : Grandes entreprises, PME, associations, agence conseil en marketing et communication, sociétés d'études.

Responsable marketing opérationnel,
Responsable marketing et communication,
Manager du CRM et de l'expérience client,
Brand manager,
Chargé de veille stratégique,
Chargé d'études,
Chef de produit junior,
Market developer.

Pourquoi choisir ce track ?

Ce track permet d'aborder différents secteurs des industries d'excellence grâce à la participation de professionnels passionnés par leur métier et en intégrant les enjeux online et offline, ainsi que les dimensions techniques, stratégiques et relationnelles des métiers du marketing. Les entreprises qui travaillent dans ces secteurs d'excellence sont en pleine croissance et recrutent continuellement des diplômé-e-s des Grandes Ecoles de Management. Elles figurent parmi les meilleures au monde et offrent des perspectives de carrières très riches. Ce track apporte toutes les clés pour non seulement comprendre ces secteurs mais aussi poser les fondations de carrières dynamiques au sein de ces industries françaises d'excellence.

IL s'adresse aux étudiants qui visent un parcours professionnel riche et varié en marketing et constituent un véritable tremplin vers un poste de chef de produit senior et de direction marketing.

Track Stratégie et marketing du transport aérien

L'objectif du track stratégie et marketing du transport aérien est d'approfondir les compétences liées aux stratégies de marché (stratégie et marketing stratégique) acquises lors de son parcours de formation. Il les contextualise dans une perspective sectorielle - le transport aérien - dans le but de se préparer à démarrer ou poursuivre une carrière dans ce secteur ou de pouvoir interagir avec des acteurs du secteur.

Il donne une vision complète de ce secteur au travers des thématiques suivantes : enjeux économiques et stratégiques, business models et décisions stratégiques des compagnies aériennes, des aéroports et des constructeurs aériens, compréhension des problématiques du luxe dans l'aérien, analyse des défis environnementaux des organisations de ce secteur. Ce track est coordonné par la Chaire Pégase, la seule chaire française reconnue sur l'économie et le management du transport aérien.

Cours UE4 Track Stratégie et marketing du transport aérien	Heures	ECTS
Comprendre les enjeux économiques, stratégiques et marketing du transport aérien	28h	3
Mettre en place une stratégie marketing dans le secteur aérien	28h	3
Transport aérien et développement durable (certificat Chaire PEGASE)	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Chargé de veille stratégique,
Chargé d'études,
Directeur d'études,
Manager d'innovation,
Chef de produit,
Business developer,
Chargé de développement international,
Chef de projet innovation,
Consultant en stratégie,
Analyste stratégique,
Analyste Pricing Revenue
Manager

Pourquoi choisir ce track ?

Les entreprises du secteur aérien (compagnies aériennes, aéroports, constructeurs, fournisseurs, etc.) recrutent continuellement des diplômé.e.s des Grandes Ecoles de Management. Elles offrent des perspectives de carrières très riches à condition de bien comprendre les spécificités et les enjeux de ce secteur pour pouvoir y contribuer. Les enseignements sont délivrés par des intervenants de MBS et des professionnels experts en activité (Air France, Easyjet, ADP, Airbus, Dassault). Une learning expedition et un business game coordonné par Airbus sont organisés, ainsi qu'une job fair en fin de parcours, dans le but de permettre aux étudiants de rencontrer des employeurs de ce secteur et valoriser leurs nouvelles compétences.

5 Spécialisation Marketing Digital

La spécialisation marketing digital vous dote de compétences nécessaires pour performer dans le domaine numérique. Elle permet d'élargir vos perspectives professionnelles en vous préparant à intégrer et à piloter des stratégies digitales efficaces au sein de divers secteurs d'activités et diverses structures organisationnelles, qu'il s'agisse de start-ups à la pointe de l'innovation, de TPE/PME en pleine expansion, ou de grands groupes. Vous apprendrez à développer des stratégies d'e-commerce pour gérer des boutiques en ligne performantes et à créer des visuels professionnels grâce au design graphique. Vous découvrirez comment améliorer l'expérience client en optimisant les parcours utilisateurs. L'intégration de l'intelligence artificielle vous permettra de personnaliser vos campagnes et d'automatiser des tâches, tandis que les techniques de growth marketing vous aideront à stimuler la croissance de votre entreprise en expérimentant et en optimisant vos stratégies. Vous explorerez également la data science pour analyser et interpréter des données complexes, le social media management pour gérer efficacement votre présence en ligne, les stratégies omnicanal pour offrir une expérience client cohérente sur tous les points de contact, et la gamification pour engager et fidéliser vos clients de manière ludique. Cette spécialisation vous prépare à exceller dans un environnement en constante évolution avec une approche responsable.

Cette spécialisation propose deux tracks au choix :

- Track Omnicanal, marketing mobile & social selling
- Track Brand design & brand communication

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 1 UB.

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Marketing Digital

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Acquisition & conversion : Stratégies E-commerce, SEO, Gamification & Social Ads	35h	5
Gestion de l'expérience client digitale	28h	4
Growth & data driven strategies	28h	4
Research in marketing & sales	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
Stratégies de design graphique pour le marketing digital	28h	4
Data science and IA for digital marketing	28h	4
Social media management & CSR initiatives	28h	4
TOTAL	84h	12

Stratégies d'acquisition & conversion : E-commerce, SEO, Gamification & Social Ads

Ce cours, ancré dans les sciences cognitives, permet d'acquérir les compétences nécessaires pour concevoir des stratégies de communication innovantes et créer des expériences digitales engageantes. L'objectif est de capter et retenir l'attention des consommateurs en exploitant des leviers efficaces, quel que soit le secteur d'activité. Dans un premier temps, le cours explore les mécanismes qui influencent les comportements des consommateurs à travers des concepts tels que le storytelling, la gamification et les biais cognitifs. Ces éléments permettent de comprendre comment susciter l'émotion, l'engagement et la mémorisation dans un environnement digital. Des cas concrets de marques illustrent ces stratégies et leur impact sur la perception. Une seconde partie est consacrée à un projet e-commerce réel, réalisé en collaboration avec des entreprises. Ce projet permet d'appliquer les concepts étudiés en développant une approche cohérente de l'expérience utilisateur, du contenu marketing et de la conversion en ligne. Il s'agit d'un exercice complet qui plonge dans la gestion d'un site e-commerce, de la définition de l'offre à l'optimisation de l'expérience client en passant par la stratégie de référencement naturel (SEO). La dernière partie du cours est dédiée aux publicités sur les réseaux sociaux (social ads). Elle vise à comprendre les enjeux stratégiques de ce levier marketing en fonction des objectifs définis. Comment utiliser le social ads pour accroître les ventes et atteindre efficacement sa cible ?

Gestion de l'expérience client digitale

Ce cours explore la gestion de l'expérience et de la relation client dans un environnement digital et omnicanal. Nous examinerons comment des méthodologies de « user research » peuvent être exploitées pour élaborer des stratégies novatrices. L'objectif est de maximiser la valeur ajoutée des entreprises en optimisant leurs interactions digitales avec les clients, tout en limitant les risques lors

de lancements de nouveaux produits.

Growth & data driven strategies

Ce cours vise à comprendre comment utiliser les données pour stimuler la croissance et améliorer la prise de décisions stratégiques en marketing digital. Il explore les techniques statistiques et les métriques essentielles pour analyser et interpréter les données de manière efficace. Il permet d'acquérir les outils et méthodes nécessaires pour donner du sens à la data afin de la transformer en données actionnables en marketing digital. Il vise à l'acquisition des compétences suivantes : comprendre et maîtriser la collecte de données, exploiter des données, des modèles et des outils d'aide à prise de décision, apprendre à gérer des tableaux de bord statistiques afin de guider la performance en ligne.

Research in marketing & sales

Les recherches académiques fondamentales, récentes et menées par le corps professoral de MBS sont discutées et présentées sur la thématique du marketing et du marketing digital. Sous la forme de workshop, ce cours développe la connaissance des savoirs hautement spécialisés en sciences de gestion et contribue à l'acquisition des compétences suivantes : définir un sujet de recherche et exercer sa pensée critique.

Stratégies de design graphique pour le marketing digital

Ce cours est centré sur des marques à mission dont l'identité se bâtit autour d'un engagement sociétal et/ou environnemental. Il forme aux logiciels de création digitale nécessaires à la création de supports de communication d'une marque et permet de développer une marque à impact à la fois en termes de brand content et de brand design à travers la conception d'un système d'identité visuelle dynamique et « responsive ».

Data science and IA for digital marketing

Ce cours traite des stratégies et des technologies liées au big data et de leur intérêt pour piloter des projets de gestion de la relation client, avec une forte dimension sur le volet analyse du CRM et



les études liées à la business intelligence. Ce cours aborde les méthodes d'analyses dédiées au big data : intelligence artificielle, modèles prédictifs, algorithmes de data science et outils de visualisation des données sont utilisés afin d'être en mesure d'interpréter les résultats de ces analyses dans le contexte du marketing digital.

Social media management & CSR initiatives

Ce cours approfondi sur la gestion des médias sociaux et les initiatives de responsabilité sociale des entreprises (RSE) vise à équiper les étudiants avec les compétences nécessaires pour élaborer et

mettre en œuvre des stratégies de médias sociaux qui alignent les objectifs de communication numérique avec les principes éthiques et les engagements RSE de l'organisation. Les participants apprendront à créer des campagnes respectueuses des normes éthiques, à engager efficacement les communautés en ligne autour des valeurs sociales, et à mesurer l'impact de ces initiatives sur la réputation et la responsabilité sociale de l'entreprise. Ce programme est crucial pour ceux qui souhaitent intégrer la dimension éthique dans la stratégie digitale d'une entreprise.

Cette spécialisation conduit à choisir l'un des deux tracks ci-après.

Track Omnicanal, marketing mobile & social selling

Le track "Omnicanal, marketing mobile & social selling" est conçu pour développer des compétences spécialisées en marketing digital, avec un accent particulier sur l'e-commerce et le business en ligne. Les étudiants approfondissent leurs connaissances en stratégies digitales intégrées, apprennent à gérer des campagnes digitales, accompagnées des outils d'IA, et se préparent à la certification Google Adwords. Ce parcours offre une compréhension complète du marketing omnicanal, du commerce mobile, et des techniques de vente sur les réseaux sociaux, avec une formation pratique alignée sur les exigences actuelles du marché.

Cours UE4 Omnicanal, marketing mobile & social selling	Heures	ECTS
Stratégies E-business, M-commerce & omnicanal	28h	3
Stratégies web marketing (social selling, CRM, Datas...)	28h	3
Préparation à la certification Google Adwords	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Responsable E-business
 Responsable Webmarketing
 Responsable Marketplace
 Chef de produit Web
 Responsable SEO/SEA
 Responsable CRM
 Traffic Manager
 Sales Manager
 Growth Manager
 Lead generation Manager
 Paid Media Manager
 E-commerce manager
 Responsable acquisition digitale

Pourquoi choisir ce track ?

Opter pour le track "Omnicanal, Marketing Mobile & Social Selling" est particulièrement pertinent dans le contexte actuel où les comportements d'achat sont digitaux. L'augmentation constante de l'utilisation des smartphones pour les achats en ligne et la croissance exponentielle des ventes via les réseaux sociaux soulignent l'importance d'une stratégie marketing intégrée. Ce track vous prépare à répondre efficacement à ces tendances en vous dotant de compétences en commerce mobile et social selling, essentielles pour capturer et engager une clientèle diversifiée à travers divers canaux numériques. L'interaction avec des professionnels du secteur enrichit l'apprentissage, offrant des perspectives réelles et des opportunités de réseautage. Ce track prépare aux défis du marché actuel, rendant les diplômés hautement adaptés et recherchés dans divers secteurs, en réponse à la demande croissante de compétences spécialisées en marketing digital et e-commerce.

Track Brand design & brand communication

Le track « brand design & brand communication » met l'accent sur l'importance cruciale des stratégies de contenu et du design graphique, qui constituent non seulement un levier différenciant, mais aussi une valeur ajoutée majeure pour les entreprises cherchant à renforcer leur identité et leur attractivité. En suivant ce track, vous apprenez à aligner ses dimensions créatives avec le positionnement global et la stratégie marketing d'une entreprise, en maximisant leur impact sur l'engagement des audiences. L'accent est mis sur la maîtrise des stratégies avancées de contenu de marque et des compétences en design, essentielles pour construire et déployer une communication efficace sur l'ensemble des canaux digitaux.

Ce track propose une approche sectorielle variée, permettant d'explorer les stratégies digitales dans différents domaines tels que le sport, le tourisme, l'automobile, le jeu vidéo et bien d'autres. Cette diversité permet d'acquérir une vision globale et de s'adapter aux spécificités et enjeux propres à chaque secteur, tout en développant des compétences transversales applicables dans divers contextes professionnels.

Cours UE4 Track Brand design & brand communication	Heures	ECTS
Stratégies de marques et design graphique	28h	3
Stratégies complexes et spécifiques de communication	28h	3
Portfolio Digital Professionnel	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Digital project manager
Inbound Marketing Manager
Content manager
Responsable Editorial Digital
Community manager
Social media manager
Responsable RP digitales
Responsable marketing d'influence
Brand content manager
Digital Brand Manager
Responsable stratégie e-mailing
Consultant stratégie de contenu et SMO
Consultant communication digitale
Responsable expérience utilisateur
Digital graphic designer / Brand designer
Visual content creator / Visual content strategist

Pourquoi choisir ce track ?

Un élément clé de ce parcours repose sur la création d'un portfolio professionnel, indispensable pour structurer et valoriser vos réalisations. Élaborer un portfolio solide permet non seulement de démontrer concrètement vos compétences en design et en storytelling visuel, mais aussi de vous différencier sur le marché du travail en mettant en avant votre capacité à concevoir et exécuter des projets à forte valeur ajoutée.

Ce track vous permet de travailler sur un projet concret doté de problématiques réelles avec une entreprise partenaire.

Enfin, ce track favorise les échanges avec des experts de divers secteurs, facilitant le développement d'opportunités de réseautage.

6 Spécialisation Vente et Stratégie Commerciale

La Spécialisation Vente et Stratégie Commerciale forme des experts de la vente et du développement commercial dans un monde global et digital. Grâce à ce programme, les étudiants obtiennent une compréhension avancée du développement des marchés, de la négociation et de la gestion de l'équipe de vente, mais également du management de la performance commerciale et de la relation client. L'intégration des outils numériques, du CRM et de l'IA dans les stratégies commerciales leur permettra d'aborder les aspects digitaux et de répondre aux nouvelles attentes des clients. Enfin, les cours permettront d'aborder l'éthique et à la responsabilité des affaires, garantissant une vision durable et stratégique du rôle commercial dans l'entreprise.

Dans un monde commercial en pleine mutation, cette spécialisation forme les experts de la vente et du développement commercial de demain. Plus qu'un apprentissage théorique, ce programme plonge les étudiants au cœur des stratégies commerciales modernes, en leur donnant les clés pour comprendre les marchés, convaincre des décideurs et piloter la performance commerciale. Ils apprendront à négocier avec impact, à manager des équipes et à exploiter les outils digitaux et l'intelligence artificielle pour optimiser la relation client.

Cette spécialisation ouvre sur le choix de suivre l'un des trois tracks suivants :

- Track Wine Business Développement ;
- Développement commercial & Négociation avancée ;
- Stratégie et management commercial.

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 2 UB.

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Vente et Stratégie Commerciale

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Négociation commerciale, complexe et stratégique	35h	5
Management des équipes commerciales	28h	4
Droit des contrats	28h	4
Research in Marketing & sales	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
International business opportunities	28h	4
Management de l'expérience client, IA et stratégie omnicanale	28h	4
Green and sustainable selling	28h	4
TOTAL	84h	12

Négociation commerciale, complexe et stratégique

Ce cours développe une maîtrise approfondie des techniques de négociation dans un environnement B2B, en abordant des situations de plus en plus complexes, des négociations à enjeux intermédiaires jusqu'aux accords stratégiques. Les étudiants apprendront à distinguer et appliquer les stratégies de négociation intégrative et distributive, tout en tenant compte des intérêts multiples des parties prenantes. Grâce à des mises en situation et études de cas, ils affineront leur capacité à préparer, conduire et conclure des négociations à forts enjeux, en intégrant des dimensions telles que la gestion des conflits, le leadership et l'influence. L'objectif est de leur permettre de structurer des accords gagnant-gagnant tout en optimisant la performance commerciale et d'adopter la bonne posture relationnelle.

Management des équipes commerciales

Ce cours donne aux étudiants les clés pour structurer, animer et piloter une force de vente performante. Il aborde les fondamentaux du management commercial : définition et organisation de la force de vente, recrutement et motivation des équipes, suivi de la performance, pilotage et évaluation des plans d'actions commerciaux. Les étudiants apprendront à traduire les orientations managériales d'une entreprise en actions concrètes, tout en intégrant les enjeux actuels tels que le digital, la data et l'intelligence artificielle dans le pilotage des équipes. Des mises en situation leur permettront d'expérimenter différentes approches managériales pour renforcer la performance et l'engagement des commerciaux.

Droit des contrats

Ce cours aborde les principes fondamentaux du droit des contrats appliqués aux relations commerciales. Il permet de comprendre les étapes clés du cycle contractuel : de la rédaction, en passant par l'exécution et la résiliation. Une attention particulière est portée aux obligations des parties, aux clauses

stratégiques (responsabilité, confidentialité, non-concurrence), ainsi qu'aux risques juridiques liés à la digitalisation, aux contrats internationaux et aux nouvelles réglementations. À travers des cas concrets, les étudiants apprendront à sécuriser leurs engagements contractuels et à anticiper les litiges dans un environnement commercial en mutation.

Research in marketing & sales

Les recherches académiques fondamentales, récentes et menées par le corps professoral de MBS sont discutées et présentées sur cette thématique. Sous la forme de workshop, ce cours développe la connaissance des savoirs hautement spécialisés en sciences de gestion et contribue à l'acquisition des compétences suivantes : définir un sujet de recherche et exercer sa pensée critique.

International business opportunities

Ce cours explore les leviers stratégiques du développement commercial à l'international, en combinant une approche analytique et opérationnelle. À partir des fondamentaux du commerce international (codes tarifaires, INCOTERMS, règles d'origine, accords commerciaux, taux de changes et risque crédit), les étudiants apprendront à utiliser les bases de données et outils spécialisés pour évaluer les marchés étrangers et identifier des opportunités de croissance. Ils développeront une approche critique et entrepreneuriale afin de concevoir une stratégie de lancement adaptée à un environnement B2B international. À travers des études de cas et des mises en situation, ils affineront leur capacité à structurer une expansion commerciale en intégrant les enjeux réglementaires, logistiques et culturels.

Management de l'expérience client et stratégie omnicanale

Ce cours explore les leviers stratégiques du management de l'expérience client à l'ère de l'intelligence artificielle et de l'omnicanal dans l'environnement B2B. Il permet de comprendre comment les entreprises conçoivent, déploient et optimisent des parcours clients fluides et personnalisés grâce aux outils digitaux et à l'IA. À travers des études de cas et des mises en situation,



les étudiants analyseront les enjeux de l'omnicanal, du marketing conversationnel et de la data pour renforcer l'engagement et la fidélisation B2B. L'accent sera mis sur les bonnes pratiques et les innovations qui transforment la relation client dans un environnement en constante évolution.

Green and sustainable selling

Ce cours explore l'évolution des stratégies commerciales à l'ère de la transition écologique et des nouveaux impératifs éthiques. Face aux attentes croissantes des consommateurs et aux réglementations environnementales, les entreprises intègrent désormais des engagements forts : éco-responsabilité, transparence, commerce équitable et inclusion sociale. À travers l'étude des modèles économiques durables, des certifications et des normes environnementales, les étudiants analyseront les défis et opportunités du développement commercial responsable. Des cas concrets et mises en situation permettront d'expérimenter des approches innovantes en vente et négociation, conciliant performance économique et impact positif.

Cette spécialisation conduit à choisir l'un des trois tracks ci-après.

Track Wine Business Développement

N.B. Ce track est délivré en collaboration avec l'Institut Agro de Montpellier. Son ouverture et son contenu est soumis à la validation du partenaire.

Le track Wine Business Développement forme des professionnels du commerce prêts à s'investir dans l'univers passionnant du vin, en les rendant directement opérationnels dans le négoce à l'échelle nationale, européenne et internationale. Les étudiants acquerront une expertise approfondie des spécificités du secteur viticole, un domaine où le savoir-faire français bénéficie d'une réputation mondiale. Le programme couvre le panorama du marché du vin, l'adoption de stratégies marketing et commerciales adaptées, et l'intégration des nouveaux enjeux du digital, de l'e-commerce et des tendances internationales. En outre, les étudiants se prépareront à la certification WSET, gage de reconnaissance internationale dans l'industrie du vin.

Cours UE4 Track Wine Business Développement	Heures	ECTS
Fondamentaux et spécificités techniques et économiques de la filière vigne-vin	28h	3
Management de projets, commerce et marketing dans le secteur du vin	28h	3
Certification WSET2	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Tous les métiers (Commercial terrain, agent commercial, responsable achat, Directeur Commercial, etc.), ayant trait au négoce du vin, dans des environnements à taille très diverses (du domaine privé à l'exportateur, en passant par la coopérative et le négociant), spécialisés dans des types de clientèle variés (restaurants et hôtels, grande distribution, cavistes, import/export, clients haut-de-gamme,...), ou superviseurs d'une plate-forme de vente en ligne, ou même responsable de points de vente.

Pourquoi choisir ce track ?

La France est le premier pays consommateur de vin au monde, la filière emploie plus de 250.000 personnes sur le territoire et le vin est le 3e secteur exportateur français. C'est un milieu en mutation qui offre des opportunités pour les diplômés des Grandes Ecoles. Difficile d'imaginer le nombre de personnes intervenant dans la fabrication d'une bouteille de vin. Des dizaines de professions existent et la filière s'étend bien au-delà de la production du raisin, de la fabrication et de la commercialisation du vin. Des métiers connexes comme les activités de gestion d'entreprise ou des environnements plus spécifiques (œnotourisme) trouvent leur légitimité en redynamisant le secteur vitivinicole. Quel que soit le métier envisagé, une sensibilisation à des connaissances spécifiques, attestées par le passage de la certification WSET et une bonne dose de passion sont nécessaires.

Track Développement commercial & Négociation avancée

Ce track est conçu pour former des experts du business développement et de la négociation stratégique, capables de piloter efficacement la croissance des entreprises dans un environnement complexe et compétitif.

À travers trois cours complémentaires, les étudiants développeront des compétences clés en Lead Generation & Acquisition, où ils apprendront à identifier et capter de nouvelles opportunités commerciales, ainsi qu'à mettre en place des workflows de prospection performants. Le cours de Gestion de projet commercial les préparera à se positionner dans le rôle de Key Account Manager afin de structurer et piloter des projets commerciaux tels que la négociation avec les Grands Comptes, ou la réponse aux Appels d'offres privés et publics, en s'appuyant sur des équipes transverses. Enfin, avec Account Management & Fidélisation, ils se formeront aux stratégies de gestion commerciale des grands comptes et de leur fidélisation, en intégrant des approches personnalisées par le customer success management pour maximiser la valeur client sur le long terme.

Ce track leur permettra également d'acquérir des compétences avancées en négociation, afin de mener des négociations complexes et d'assurer des relations durables et mutuellement bénéfiques avec les clients et partenaires

Cours UE4 Track Développement commercial & Négociation avancée

	Heures	ECTS
Lead Generation et acquisition	28h	3
Gestion de projet commercial	28h	3
Account management & fidélisation	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Business development representative
Chargé de développement commercial/régional
Account executive
Account Manager
Key Account Manager
Sales development representative
Customer success manager
Ingénieur d'affaires

Pourquoi choisir ce track ?

Les métiers de Sales Development Representative (SDR), Account Manager et Key Account Manager sont essentiels dans le paysage commercial actuel, où la concurrence est accrue et les attentes des clients en constante évolution. Ces rôles requièrent des compétences pointues en prospection, gestion de comptes stratégiques et négociation complexe. Les entreprises recherchent des professionnels capables de comprendre en profondeur les besoins des clients, de développer des solutions sur mesure et de maintenir des relations durables.

Le track Développement commercial & Négociation avancée offre une formation approfondie pour répondre à ces exigences. Les étudiants se positionnent comme des experts capables de piloter la croissance des entreprises dans un environnement complexe et compétitif. Cette expertise est particulièrement recherchée dans des secteurs en pleine expansion, tels que la technologie et l'industrie, où l'ingénieur d'affaires joue un rôle clé en orchestrant des relations commerciales stratégiques et complexes.

En choisissant ce track, vous investissez dans le développement de votre carrière en acquérant des compétences essentielles pour évoluer vers des postes à haute responsabilité, tels que Key Account Manager. Cette formation vous prépare à relever les défis du marché du travail actuel et à saisir les opportunités offertes par des secteurs en pleine croissance.

Track Stratégie & Management Commercial

Le track Stratégie et Management Commercial s'adresse aux étudiants souhaitant comprendre et maîtriser la construction et le pilotage des stratégies commerciales à l'échelle managériale et directionnelle. Contrairement au track Développement Commercial & Négociation Avancée, qui met l'accent sur l'acquisition de clients et les négociations complexes, ce track se concentre sur la manière dont les directeurs commerciaux conçoivent, déploient et font évoluer leur stratégie pour assurer une croissance durable.

À travers le cours Stratégie & Plan d'Action Commercial, les étudiants apprendront à structurer une vision commerciale, à fixer des objectifs ambitieux et à orchestrer les actions opérationnelles permettant d'atteindre les objectifs de croissance. Le cours Business Développement & Négociation Stratégique les préparera à gérer des négociations à fort enjeu commercial et à structurer des partenariats stratégiques. Enfin, avec Fidélisation et Customer Success Management, ils développeront les compétences nécessaires pour maximiser la rétention et la satisfaction client, éléments clés d'une stratégie commerciale performante. Ce track forme ainsi les futurs managers et directeurs commerciaux capables de piloter la performance commerciale, d'adapter leur stratégie aux évolutions du marché et de diriger des équipes vers des résultats durables.

Cours UE4 Track Stratégie & Management Commercial	Heures	ECTS
Stratégie & plan d'action commercial	28h	3
Business développement & négociation stratégique	28h	3
Fidélisation et Customer Success Management	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Account Manager
Key Account Manager
Responsable commercial
Directeur régional des ventes
Directeur commercial
Responsable de Business Unit
Head of Sales

Pourquoi choisir ce track ?

Le choix du track Stratégie & Management Commercial est une opportunité stratégique pour les étudiants de PGE3 qui souhaitent se préparer aux fonctions de management et de direction commerciale. En France, le marché de l'emploi dans les fonctions commerciales évolue rapidement : les entreprises recherchent de plus en plus des profils capables non seulement de vendre, mais aussi de structurer et piloter la performance commerciale sur le long terme. Les postes de Responsable Commercial, Directeur Commercial ou encore Head of Sales sont particulièrement prisés, avec des perspectives d'évolution rapide et des rémunérations attractives, notamment dans les secteurs de la tech, de l'industrie et des services.

Ce track permet aux étudiants de développer les compétences essentielles pour accéder à ces postes à responsabilité. Ils apprendront à concevoir une stratégie commerciale efficace, à construire des plans d'action alignés sur les objectifs de l'entreprise et à manager des équipes commerciales pour maximiser leur impact. La maîtrise des stratégies de fidélisation et de Customer Success Management est également un atout clé dans un marché où la rentabilité passe de plus en plus par la gestion et l'optimisation du portefeuille client.

Enfin, alors que les entreprises cherchent à s'adapter à un environnement de plus en plus concurrentiel et digitalisé, les futurs managers commerciaux doivent être capables de piloter des transformations stratégiques et d'intégrer des outils d'aide à la décision. Ce track constitue ainsi une passerelle idéale vers des postes de direction et un accélérateur de carrière pour ceux qui ambitionnent de jouer un rôle clé dans la croissance des entreprises.

7 Spécialisation Management et Développement des Talents

NB : Cette spécialisation remplace l'ancienne « RH et Leadership Inclusif »

L'objectif de cette spécialisation est d'amener les étudiant.e.s à enrichir leur maîtrise des nouvelles approches et techniques du management et développement des talents dans un environnement d'entreprise en pleine transformation. Cette spécialisation vise à mieux appréhender les nouveaux comportements et attentes au travail, notamment des nouvelles générations et profils atypiques, pour attirer, développer et fidéliser une diversité de talents. Elle aborde en particulier le management d'équipe dans les nouveaux contextes hybrides de travail ainsi que les enjeux de bien-être et de développement personnel dans une recherche de performance humainement durable.

Cette spécialisation ouvre sur les deux tracks suivants :

- Diversité et Leadership inclusif
- Management des Transitions Ecologiques et Sociales.

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 1 UB.

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Management et Développement des talents

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Management de l'engagement et de la coopération	35h	5
Leadership et développement du potentiel humain	28h	4
Environnement juridique du manager	28h	4
Research in HR management	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
Intercultural management and leadership	28h	4
Digital et Management RH	28h	4
Management de la diversité et inclusion	28h	4
TOTAL	120h	12

Management de l'engagement et de la coopération

Ce cours vise à comprendre et maîtriser les nouvelles attentes et dynamiques comportementales au travail. Il explore les stratégies et techniques permettant de renforcer l'engagement des collaborateurs et d'encourager la coopération au sein des équipes et des organisations. À travers une combinaison de concepts théoriques et d'exercices pratiques, les étudiants apprendront à développer un leadership inspirant, à instaurer un climat de confiance, et à gérer efficacement les dynamiques de groupe. L'objectif est d'acquérir les compétences nécessaires pour développer les talents des collaborateurs et favoriser leur épanouissement dans des contextes parfois complexes.

Leadership et développement du potentiel humain

Ce cours vise à présenter l'évolution du leadership, jusqu'au modèle d'entreprise libérée, et son impact sur le développement des capacités individuelles et collectives. Il propose de porter un regard analytique sur le modèle culturel et managérial des organisations et ses implications en termes de processus et de système de croyances individuel. Au-delà, les étudiant.e.s expérimenteront des outils de connaissance de soi leur permettant d'explorer un peu plus en profondeur les concepts vus en cours. À l'issue de ce cours, les étudiant.e.s pourront identifier pour une entreprise les avantages et difficultés de la mise en place de tels principes de fonctionnement.

Environnement juridique du manager

L'objectif général de ce cours est de donner les bases juridiques nécessaires à la gestion des relations humaines tant individuelles que collectives en entreprise. Il fournit les outils indispensables pour répondre aux problématiques majeures auxquelles tout manager est confronté. Ce cours est illustré par des cas pratiques ; il fait notamment le point sur les évolutions normatives les plus récentes et se connecte à l'actualité sociale.

Research in HR management

L'objectif de ce cours est de fournir aux étudiant.e.s les fondamentaux de la recherche pour comprendre les comportements humains en entreprise et les enjeux managériaux associés. Sur le plan pratique, il vise à aider les étudiants à construire leur propre projet de recherche. Sous la forme de workshop, ce cours développe la connaissance des savoirs hautement spécialisés en sciences de gestion et contribue à l'acquisition des compétences suivantes : définir un sujet de recherche et exercer sa pensée critique.

Intercultural Management and leadership

Ce cours traite des différents enjeux auxquels sont confrontés les managers dans un contexte multiculturel. Il s'agit d'analyser l'impact des différences culturelles au sein du management d'équipe et de prendre en compte les spécificités interculturelles dans sa communication et son leadership. Il apporte également des compétences théoriques et pratiques permettant de manager des équipes à l'international et d'adapter les stratégies nationales aux contextes internationaux. Il aborde pour cela l'action en situation multiculturelle ainsi que les fondements culturels des modèles économiques et des pratiques organisationnelles.

Digital et Management RH

Ce cours donne des clés aux futurs managers pour mieux accompagner la transformation digitale des organisations au sein de leur équipe. Il explore comment les technologies numériques, et en

particulier l'intelligence artificielle, modifient les principales activités RH comme le recrutement ou la gestion de talents et les pratiques managériales. Il met l'accent sur les compétences humaines et éthiques nécessaires pour réussir dans ce nouvel environnement. Il traite également des défis du management d'équipe en contexte de travail hybride (présentiel/distanciel).

Management de la diversité et inclusion

Ce cours vise à sensibiliser aux enjeux éthiques, sociaux et économiques liés à la diversité des ressources humaines dans les organisations et à son management. Il s'agit d'appréhender à travers des situations managériales concrètes et des études de cas les sujets de diversité et inclusion sous l'angle stratégique, en envisageant ses impacts, non pas uniquement en termes de gestion des ressources humaines, mais pour l'ensemble de l'organisation. L'objectif est de développer un leadership engagé et de faire de la diversité un réel levier de performance et d'innovation.

Cette spécialisation conduit à un approfondissement grâce aux tracks ci-après.

Track Diversité et Leadership Inclusif

Le track « Diversité et Leadership Inclusif » s'intéresse à la manière dont la diversité des RH peut être valorisée en entreprise à travers la mise en œuvre d'un leadership inclusif à tous les niveaux de l'organisation, la conception d'environnements de travail centrés sur l'humain et l'amélioration de la qualité de vie ainsi que par des projets partenariaux d'innovation sociale menés en interne comme en externe. Il développe des compétences techniques en management d'équipes diverses, gestion de projets transverses et animation de réseaux. Il permet de mieux appréhender les engagements stratégiques des organisations autour, en particulier, des projets de diversité et inclusion (handicap, égalité professionnelle Femmes-Hommes, recrutement inclusif, etc), de leur déploiement opérationnel à la mesure de leurs impacts. En termes de savoir-être (soft skills), ce track vise à développer l'intelligence émotionnelle, l'ouverture à l'altérité, la capacité à innover ainsi qu'à coopérer. Les enseignements et activités pédagogiques s'inscrivent dans le renouvellement des pratiques RH et managériales dans une visée inclusive, c'est-à-dire des pratiques qui reconnaissent les diversités des personnes tout en encourageant le partage et le sentiment d'appartenance. Ce track est adossé à la **Chaire MIND – Management Inclusif & Engagement Sociétal de MBS**. Il est construit et animé avec le soutien des professionnel-le-s partenaires de la chaire.

10 places seront ouvertes sur sélection à des étudiant.e.s de la Spécialisation Management de Projet.

Cours UE4 Track Diversité et Leadership Inclusif	Heures	ECTS
Leadership inclusif	28h	3
Qualité de vie et relations au travail	28h	3
Pilotage de politiques diversité & inclusion	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Manager d'équipe opérationnelle ou transverse,
Manager-Coach en entreprise,
HR business partner (HRBP),
Responsable Développement RH,
Responsable Diversité et Inclusion,
Responsable Qualité de vie et conditions de travail (QVCT),
Responsable Expérience Collaborateur,
Consultant en leadership et développement de talents, etc.

Pourquoi ce track ?

Ce track permet de renforcer l'aptitude à l'exercice de responsabilités managériales et ouvre un potentiel d'évolution sur les métiers d'avenir répondant aux nouveaux besoins sociétaux et aux grands défis humains.

Il renforce l'employabilité dans les fonctions managériales ou l'accompagnement RH afin d'évoluer rapidement dans ces domaines que ce soit

dans un contexte de grande entreprise, PME, association, cabinet de conseils, etc. Il prépare à mieux comprendre l'intérêt stratégique des organisations à développer des projets autour de la Diversité et Inclusion et de la QVCT en travaillant de façon transversale et collaborative avec l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise. Ces compétences sont désormais fortement recherchées par toute entreprise engagée dans une démarche RSE. Il amène à savoir identifier et valoriser les talents individuels et à s'engager dans la lutte contre les discriminations et pour l'égalité des chances, dans la sensibilisation aux atouts de la diversité et la promotion de l'intelligence collective afin de développer les capacités d'agir des individus et la performance globale des entreprises.

Track Management des Transitions Ecologiques et Solidaires

Le track Management des Projets de Transformation Ecologique et Solidaire prépare aux métiers de la gestion de projets liés à la transition environnementale et sociétale des organisations. Il permet d'approfondir ses compétences en matière de leadership, nourri par le sens et l'engagement, nécessaire pour devenir des acteurs de la transformation. Il aborde les approches permettant d'adopter une vision systémique, requise pour les projets liés aux objectifs du développement durable, ainsi que les enjeux liés à l'innovation, au financement et au pilotage de ce type de projet. Enfin, il traite de l'importance de la communication à la fois externe et auprès des équipes internes, de manière à construire une posture d'ambassadeur sur ces sujets et travailler ses compétences de conviction pour diffuser son engagement sociétal.

Ce track est adossé de la **Chaire Communication and Organizing for Sustainability Transformation (COAST)** de Montpellier Business School.

10 places seront ouvertes sur sélection à des étudiant.e.s de la Spécialisation Management et Développement des Talents.

Cours UE4 Track Management des Transitions Ecologiques et Solidaires

	Heures	ECTS
Manager des projets de transition écologique et solidaire	28h	3
Communiquer et organiser la transition	28h	3
Management des TES (certification chaire COAST)	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Responsables de projets amené.e.s à exercer leur fonction dans des entreprises de toute taille portant des valeurs associées à l'éthique, et/ou engagées dans une démarche de Responsabilité Sociétale ou bien managers au sein de cabinets conseils, associations et ONG promouvant l'engagement sociétal et la transition ou encore auprès d'institutions locales, nationales et internationales.

Il prépare aux métiers de :

Consultants en transition
environnementale,
Consultant en développement durable,
Responsable de projets solidaires,
Responsable de projets de transition,
Chef de projets RSE Responsable RSE

Pourquoi choisir ce track ?

Il a pour objectif de former des managers porteurs de solutions pour répondre aux défis de la transition sociétale.

Il ouvre la possibilité de travailler auprès des directions des grandes entreprises, comme auprès d'ONG, d'associations et des institutions agissant dans ce domaine.

8 Spécialisation Audit et Contrôle

L'objectif de la Spécialisation Audit et Contrôle est d'approfondir ses connaissances des outils de l'analyse, de la gestion financière et du contrôle de gestion des entreprises. Il vise l'acquisition des compétences en matière de mise en œuvre des outils d'évaluation et de suivi de la performance et d'appréhension des enjeux d'une mission d'audit. La maîtrise des systèmes financiers et comptables est abordée en prenant en compte les enjeux éthiques et les perspectives de développement de l'activité dans un contexte international.

Cette spécialisation ouvre sur le choix d'un des deux tracks suivants :

- Track Business Partner ;
- Track Audit et Expertise.

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 2 UB.

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Audit et Contrôle

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Comptabilité approfondie et IFRS	35h	5
Audit	28h	4
Trésorerie et ingénierie financière	28h	4
Research in Accounting	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
Finance d'entreprise approfondie	28h	4
Contrôle de gestion à l'ère du digital	28h	4
Comptabilité environnementale	28h	4
TOTAL	84h	12

Finance d'entreprise approfondie

L'objectif principal de ce cours est d'approfondir et de développer les connaissances et les compétences en finance d'entreprise. Plus précisément les étudiants doivent être capable de réaliser des diagnostics et des analyses de comptes consolidés en IFRS (International Financial Reporting Standards).

Le cours traite de la notion de valeur dans le temps à travers l'investissement (sous la forme globale et probabilisée) et de son mode de financement. Il aborde également des notions d'ingénierie financière en traitant de la valeur action et de synergies via des montages types.

Trésorerie et ingénierie financière

Les entreprises doivent maîtriser et optimiser la trésorerie pour rester compétitives, notamment à l'international. Le cours aborde la réglementation et la lutte contre la fraude et le blanchiment des capitaux, la gestion des flux et la centralisation de la trésorerie ainsi que la gestion des risques financiers pour mieux optimiser les choix stratégiques du trésorier. Ce cours permet également d'étudier dans le détail l'ingénierie financière dans plusieurs dimensions, telles que la politique de dividende, la gestion de la valeur de l'action, les opérations sur les dettes et les créances, et les innovations financières.

Audit

Ce cours aborde les concepts, techniques et outils fondamentaux de l'audit financier afin de développer une compréhension de la méthodologie de réalisation des missions d'audit, conformément aux standards internationaux.

Research in accounting

Ce cours donne un aperçu des principales théories et de la littérature dans le domaine de la recherche en comptabilité et en audit. Les étudiants apprendront à définir un sujet de recherche, à sélectionner le cadre théorique approprié et à positionner leur recherche dans la littérature existante.

Comptabilité approfondie et IFRS

Ce cours permet de renforcer et approfondir les connaissances acquises dans les cours de Comptabilité financière et Comptabilité avancée, en norme comptable nationale. Les thématiques traitées concernent l'enregistrement et l'impact sur les états financiers d'opérations liées aux investissements, aux modes de financement à disposition des entreprises, aux opérations en lien avec la trésorerie et aux opérations de fin d'exercice (IS, affectation du résultat, participation et intéressement). Il permet ensuite une introduction aux IFRS (International Financial Reporting Standards) : cadre conceptuel, bilan, compte de résultat et tableau de flux en IFRS, processus de consolidation et focus sur une norme spécifique.

Contrôle de gestion à l'ère du digital

L'objectif de ce cours est d'approfondir les différents outils et méthodes utilisés par le contrôle de gestion. Cet enseignement associe la présentation de concepts théoriques et des exercices et études de cas, de façon à familiariser aux aspects pratiques et théoriques du contrôle de gestion. Une simulation de gestion est proposée.

Comptabilité environnementale

Ce cours propose une nouvelle compréhension de la responsabilité et de la mesure de la performance des organisations en mettant en évidence le rôle de la comptabilité dans les questions clés du développement durable. Il aborde un large éventail de sujets en s'appuyant notamment sur un sous-ensemble de techniques comptables : reporting extra-financier, comptabilité élargie, ainsi que les investissements ESG et la gestion des risques, l'audit et la vérification extra-financière.

Ce parcours de spécialisation conduit à choisir l'un des deux tracks ci-après.

Track Business Partner

L'objectif du track Business Partner est d'approfondir les compétences nécessaires à l'exercice des fonctions liées au contrôle de gestion, indispensables au pilotage de mise en œuvre et d'atteinte des objectifs stratégiques des organisations. Il vise à développer une excellente maîtrise des techniques dans ce domaine afin d'être capable de faire évoluer les outils pour les adapter à différentes situations managériales. Il approfondit le contrôle de gestion et permet d'identifier ses spécificités selon les secteurs d'activité et les fonctions qu'il accompagne. Le track insiste donc à la fois sur les aspects techniques et sur la dimension humaine essentielle aux métiers du contrôle de gestion.

Il aborde les thèmes du Lean management, du cash control et permet d'améliorer son niveau sur Excel, et d'autres outils digitaux nécessaires à cette fonction. Le passage du TOSA permet d'obtenir cette certification.

Cours UE4 Track Business Partner	Heures	ECTS
Contrôle de gestion secteurs et fonctions	28h	3
Lean et cash control	28h	3
Cours certifiant : Excel/ TOSA	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Le métier de contrôleur de gestion consiste à effectuer des prévisions dans tous les domaines : prévisions de ventes, de production, d'approvisionnement, de recrutements... Puis éclairer la direction générale et les autres acteurs de l'entreprise sur les atouts et les difficultés de celle-ci en mettant en lumière les écarts entre les réalisations et les prévisions qui avaient été effectuées en amont.

Il suppose également la proposition d'actions correctrices pour améliorer la performance de l'organisation, non seulement pour sa composante financière mais sur toutes ses dimensions

: processus, humaine, vis-à-vis des clients... On retrouve des contrôleurs de gestion en entreprise : au siège ou sur site opérationnel (usine, agence, succursale), mais aussi des postes de Contrôleur de gestion international, Contrôleur de gestion commercial, Contrôleur de gestion social, Contrôleur de gestion de projets...

Les missions, toujours identiques - prévisions, calcul d'écarts, *reporting*, conseil - sont effectuées selon le cas auprès des directeurs généraux, directeurs de *business units*, de directeurs commerciaux, directeurs marketing, DRH, directeurs de projets ...

Il existe également des opportunités en cabinet d'audit et de conseil : sur des missions d'audit de systèmes de contrôle de gestion, ou de mise en place de contrôle de gestion, de tableaux de bord, de Balanced scorecards.

La grande variété des métiers du contrôle de gestion est également liée à la diversité des enjeux selon les secteurs d'activité : les KPI's seront différents dans le nucléaire, la banque, la grande distribution ou le milieu hospitalier...

Pourquoi choisir ce track ?

Pour les nombreux contacts, missions et responsabilités qu'offre le métier de contrôleur de gestion :

Variété des missions - prévisions, conseil, reporting, participation à la stratégie Variété des interlocuteurs - opérationnels, direction générale, toutes les fonctions.

Pour la proximité avec le cœur d'activité de l'entreprise et ses décideurs :

Mieux comprendre les raisons des succès et difficultés de l'entreprise et mettre en place des outils pour piloter la performance.

Être en contact avec des acteurs à très haut potentiel : selon le cas, directeurs généraux, directeurs de sites opérationnels, ingénieurs, médecins, etc.

Track Audit et Expertise

Le track Audit et Expertise, est plus théorique que le précédent. Il tient compte des exigences, à la fois des cabinets d'audit en termes de connaissances et compétences dans les domaines du contrôle de gestion et de la comptabilité, mais également du programme officiel des unités d'enseignement des diplômes d'expertise comptable et de commissariat aux comptes. Il aborde les connaissances nécessaires à la préparation de certaines Unités d'Enseignement du DSCG qui sont par ailleurs extrêmement appréciées et attendues par les cabinets d'audit et d'expertise comptable.

Un cours traite de la gestion de la performance informationnelle, des coûts et budgets de la fonction SI et de l'évaluation des projets SI. Un autre cours est dédié au droit fiscal et permet d'approfondir les connaissances des étudiants notamment en matière de TVA, d'IS, de BIC et d'IR.

Enfin, le cours Reporting-Audit ESG & certification professionnelle AMF finance durable (commun au track « Finance Durable » de la spécialisation Finance) a pour objectif de préparer les étudiants aux enjeux réglementaires ESG (Environnemental, Social, Gouvernance) impactant le métier d'audit et le reporting extra-financier. Par ailleurs, les étudiants auront l'opportunité d'obtenir la certification AMF Finance durable de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF), après une préparation à l'examen. Cette certification représente une reconnaissance importante des compétences acquises en réglementation ESG.

Ce track sensibilise donc les étudiants aux nouvelles missions liées à l'évolution de la réglementation sur le reporting de durabilité et l'audit statutaire.

Cours UE4 Track Audit et Expertise

Heures ECTS

Gestion de la performance informationnelle	28h	3
Droit Fiscal	28h	3
Reporting-Audit ESG & Certificat AMF Finance Durable	28h	3
TOTAL		84h 9

Métiers

Les métiers d'expert-comptable ou de commissaire aux comptes : ces professionnels accompagnent ou contrôlent les entreprises dans les domaines comptables, financiers, fiscaux, juridiques et stratégiques.

Il s'agit de professions libérales nécessitant l'obtention de diplômes : DSCG et DEC auxquels les étudiants doivent s'inscrire de leur propre initiative en supplément du diplôme du PGE de MBS School of Business.

Pourquoi choisir ce track ?

L'obtention de ce track est nécessaire si l'on souhaite avoir une première expérience en cabinet ou s'orienter vers les métiers d'expertise comptable ou de commissariat aux comptes.

Très appréciés par les professionnels experts comptables et commissaires aux comptes (dont plusieurs témoignent dans les cours), les étudiants qui suivent ce track disposent de compétences qui

vont bien au-delà de la technique.

En effet, de par leur diversité et les enseignements reçus à MBS, ils montrent des aptitudes à la compréhension et à la résolution des problématiques, non seulement comptables et financières, mais également humaines, managériales et liées aux aspects RSE.

Ce track permet de suivre les bases de certaines UE du DSCG et représente donc un tremplin vers la poursuite des études dans ce domaine. Il permet de : Continuer en cabinet et passer les UE du DSCG (collaborateur en cabinet d'audit junior, senior, chargé de mission, directeur mission) puis celles du diplôme d'expert-comptable ;

Continuer en cabinet sans passer les UE du DSCG (collaborateur en cabinet d'audit junior, senior, chargé de mission) Continuer en entreprise et occuper des postes de contrôleur de gestion, directeur financier, directeur général selon l'expérience et le type d'entreprise.

9 Spécialisation Finance

L'objectif de cette spécialisation est de permettre aux étudiants de démarrer une carrière en finance avec des connaissances et des compétences concrètes directement applicables dans les entreprises. Cela est possible avec une approche pédagogique innovante, incluant des exemples et des exercices d'application inspirés de situations réelles en entreprises. Le 1er semestre (UE1 et UE2 ci-dessous) permet d'approfondir des connaissances en finance d'entreprise, finance de marché, finance internationale, finance durable et conformité. Il permet également de développer des compétences quantitatives, nécessaires pour travailler en finance, avec des cours en économétrie, big data et programmation en Excel VBA et Python. La recherche académique en finance sera également enseignée pour une application concrète dans le mémoire de fin d'études.

Cette spécialisation ouvre sur le choix de suivre l'un des deux Tracks suivants :

- Finance Durable
- Finance d'Entreprise

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 2 UB.

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Finance

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Analyses financières & fusions-acquisitions	28h	4
Risk management in financial markets	28h	4
Programmation et finance de marché	35h	5
Research in finance	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
International financing & compliance	28h	4
Financial econometrics & big data	28h	4
Social & sustainable Finance	28h	4
TOTAL	84h	12

Analyses financières et fusions-acquisitions

Ce cours permet aux étudiants de maîtriser des analyses financières avec des applications concrètes dans des métiers bancaires et des opérations de fusion-acquisition. Le cours va proposer une étude de cas réel d'une demande de financement bancaire où les étudiants vont devoir prendre une décision argumentée de l'octroi de crédit à une entreprise. De même, les différentes étapes d'une opération de fusion-acquisition des entreprises seront enseignées avec des exercices d'application concrets impliquant la valorisation des entreprises et l'exécution des opérations fusion-acquisition.

Risk Management in financial markets

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de comprendre les fondamentaux de la gestion des risques en finance de marché. Il vise à préparer les étudiants à identifier, quantifier et gérer l'exposition des produits financiers à différents risques. Les étudiants vont apprendre différents modèles et produits financiers à travers différents exercices et activités de simulation de portefeuilles.

Financial econometrics & Big data

L'objectif de ce cours est de former les étudiants aux modèles économétriques avancés et à l'application des technologies Big Data dans le domaine de la finance. À travers l'utilisation du logiciel Python, les étudiants acquerront des compétences pratiques en sciences des données, en se familiarisant avec des outils digitaux pour l'analyse financière moderne.

Des études de cas concrètes en Big Data et en Intelligence Artificielle permettront aux étudiants d'illustrer l'impact majeur des données volumineuses sur la prise de décision financière et la modélisation des marchés.

Research in finance

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de découvrir la recherche académique en finance. Les étudiants apprendront à répliquer et à présenter des articles de recherche en utilisant le logiciel Python et des données réelles. Cela permet aux étudiants de se préparer à la réalisation de leur mémoire de fin d'étude.

International financing & compliance

L'objectif de ce cours est d'étudier le marché des devises et les risques associés. Des analyses macroéconomiques seront également enseignées. Le cadre réglementaire appliqué à la finance sera étudié car les opérations financières sont régies par de nombreuses réglementations. Il est ainsi important pour les acteurs financiers de s'y conformer (compliance).

Programmation et finance de marché

Ce cours permet aux étudiants d'acquérir les bases de la programmation en Excel VBA et Python. Cela leur permet d'automatiser de nombreuses tâches répétitives dans différents métiers de la finance et notamment de la finance de marché. De même, l'analyse de données réelles et complexes avec le terminal Bloomberg permet aux étudiants d'approfondir leurs connaissances en finance. Les métiers en finance de marché et les produits financiers seront enseignés. L'utilisation de l'intelligence artificielle dans la programmation et dans la finance sera également abordée.

Social & Sustainable Finance

Ce cours présentera le secteur de la finance sociale avec ses acteurs principaux, les banques sociales et notamment les Institutions de Microfinance (IMF). Les particularités des produits de microfinance seront également étudiées. Les notions éthiques seront abordées lors de l'analyse des taux d'intérêt pratiqués par les IMF, l'arbitrage entre la performance financière et la performance sociale, le risque de « mission drift », etc. Ce cours permet également aux étudiants de découvrir plus généralement la finance durable grâce à une session d'introduction et une pièce de théâtre

La spécialisation Finance conduit à choisir l'un des deux Tracks ci-après.

Track Finance Durable

Le Track Finance Durable a pour objectif de former les étudiants aux différents métiers en finance de marché tout en y incluant la notion de durabilité sociale et environnementale. Le cadre réglementaire français, européen et international impose désormais la considération de la durabilité dans toutes les activités de la finance, que ce soit le financement, l'investissement ou l'épargne. Dans ce contexte, les compétences en finance durable sont recherchées par différents acteurs tels que des banques, des sociétés de gestion de portefeuille, des agences de notation et des fournisseurs de données ESG (environnemental, social et de gouvernance). C'est également le cas pour les entreprises, pour notamment se conformer à la réglementation dans le reporting et l'audit des informations ESG.

Les modules de formation de ce Track permettent de découvrir les différents métiers de la finance durable, de comprendre son cadre réglementaire et l'importance des données. Ils permettent également d'étudier des labels des produits financiers durables (par exemple ISR et Greenfin) ainsi que la finance à impact. Ils donnent également l'opportunité d'obtenir des certificats professionnels reconnus tels que l'AMF Finance Durable et Bloomberg ESG. Ce Track est adossé à la Chaire Finance Sociale & Durable de MBS School of Business.

Cours UE4 Track Finance Durable

Heures ECTS

Finance durable : Enjeux data	28h	3
Finance durable : Enjeux réglementaires	28h	3
Reporting-Audit ESG & Certificat AMF Finance Durable	28h	3
TOTAL		84h 9

Métiers

Ce Track permet de travailler dans différentes organisations telles que les sociétés de gestion de portefeuille, les banques, les fournisseurs de données, les agences de notation, les cabinets de conseil, les ONG, les institutions européennes, ou dans la direction financière et le département RSE des entreprises.

Consultant en finance durable
Consultant en données ESG/ISR
Consultant en conformité finance durable
Analyste de données ESG/ISR
Analyste conformité ESG/ISR
Analyste d'impact
Auditeur ESG/ISR
Gérant de portefeuille ESG/ISR
Responsable référentiels ISR
Responsable de stratégie finance durable
Responsable *reporting* ESG

Pourquoi choisir ce Track ?

Grâce au réseau académique et professionnel de la Chaire Finance Sociale & Durable, l'équipe professorale est composée de professionnels experts dans leur domaine. Le programme pédagogique couvre un large spectre des compétences nécessaires en analyses de données ESG et en conformité pour exercer les métiers de la finance durable. Des études de cas, des mises en situation, des mini-stages, l'utilisation de Bloomberg, des travaux en groupe et des présentations orales permettent d'acquérir des compétences concrètes et directement applicables en entreprises. La possibilité d'obtenir le certificat AMF Finance Durable représente un réel avantage pour travailler dans la finance durable. De même, l'obtention du certificat Bloomberg ESG permet d'acquérir des connaissances importantes en analyses et investissements ESG.

Track Finance d'Entreprise

Le Track Finance d'Entreprise a pour objectif d'apporter une vision complète et pratique du management financier opérationnel dans les entreprises dans une vision transversale. Il développe les compétences fondamentales en gestion et analyse financière : comprendre et optimiser la gestion de trésorerie, optimiser et piloter le crédit management, maîtriser les principales techniques d'évaluation d'entreprise, ainsi que des approfondissements en analyse financière et en ingénierie financière (transmission d'entreprise, LBO, opération de fusions & acquisitions).

Il permet ainsi d'aborder les différentes missions et rôle d'une direction financière dans le but de piloter la performance financière et d'évoluer efficacement dans cette fonction.

Cours UE4 Track Finance d'Entreprise

Heures ECTS

Analyses financières des entreprises	28h	3
Valorisation des entreprises	28h	3
Gestion financière de l'exploitation	28h	3
TOTAL		84h 9

Métiers

Il prépare à des fonctions d'encadrement en direction financière dans des entreprises industrielles et commerciales, des institutions financières telles que les filières entreprises des banques commerciales, fonds d'investissement et banque d'affaires, ainsi qu'aux métiers du conseil dans ces domaines.

Responsable financier d'une business unit, d'une filiale,

Responsable administratif et financier en PME,

Analyste financier,

Contrôleur financier,

Crédit manager,

Analyste crédit,

Trésorier,

Gestionnaires en financement,

Ingénieur financier,

Chargé d'études

financières, Consultant

financier.

Pourquoi choisir ce Track ?

Ce Track s'adresse à des étudiant.e.s curieux-ses ayant un intérêt pour les chiffres et les situations concrètes qu'ils reflètent, qui ont également une bonne culture générale et qui s'intéressent à l'actualité économique.

Il permet de rejoindre la direction financière d'une grande diversité d'organisations afin de participer à la stratégie en matière de financement et superviser sa mise en œuvre dans le but de prévoir la gestion des fonds indispensables à la santé et la pérennité des entreprises.

L'intérêt à rejoindre ce track réside dans l'importance et la variété des débouchés et carrières dans la finance d'entreprise qui sont souvent un tremplin à moyen terme vers les directions générales.

10 Spécialisation Achats et Supply Chain

La Spécialisation Achats et Supply chain Management vise à former des spécialistes opérationnels des achats et de la supply chain. Dans un contexte en perpétuelle évolution, elle aborde la digitalisation des processus, l'internationalisation des échanges et la vision stratégique durable et responsable à destination des entreprises qui cherchent à diversifier et optimiser leurs sources d'approvisionnement. Elle vise à développer les compétences variées que recherchent les entreprises pour ces fonctions Achats et Logistique, fonctions de plus en plus intégrées, créatrices de valeur et fortement contributrices au développement de l'activité. Parmi les compétences visées figurent le développement d'une approche stratégique des achats, la recherche et la sélection de produits et de fournisseurs, le management des opérations de transport et de stockage des produits, ainsi que le management des équipes Achats / Supply chain.

Cette spécialisation ouvre sur le choix de suivre l'un des deux tracks suivants :

- Track Management des Achats ;
- Track Supply Chain Management.

Les places dans cette spécialisation sont limitées à 1 UB

Enseignements des UE1 et UE2 de la Spécialisation Achats et Supply chain Management

Cours UE1 Approfondissement disciplinaire	Heures	ECTS
Operations & supply chain management	35h	5
Management stratégique des achats	28h	4
Lean management	28h	4
Research in Operations management	14h	2
TOTAL	105h	15
Cours UE2 Spécialisation en environnement complexe	Heures	ECTS
International supply chain & purchasing management	28h	4
Digital supply chain & purchasing management	28h	4
Sustainable supply chain & purchasing management	28h	4
TOTAL	84h	12

Operations & supply chain management

Ce cours aborde la gestion des opérations et de la chaîne d'approvisionnement. Il permet d'acquérir les compétences en gestion du flux d'approvisionnement, depuis les sources de l'entreprise, en passant par les processus à valeur ajoutée, jusqu'aux clients. Il permet d'analyser les initiatives de gestion des opérations et de la chaîne d'approvisionnement à travers des situations réelles, et aborde les défis associés et les perspectives de gestion. Il s'appuie sur des discussions et des cas

d'entreprise. Management stratégique des achats Les achats sont stratégiques pour une organisation car ils impactent sa rentabilité et ses ressources externes Ce cours aborde les thèmes suivants : réductions des coûts, gestion des risques fournisseurs et son rôle dans la captation de l'innovation, outils nécessaires à cette fonction au sein des organisations et la segmentation étape par étape du processus, afin de développer les compétences et les bonnes pratiques.

Lean management

Comment s'approcher au plus près des attentes des clients, (re)donner aux collaborateurs du sens à ce qu'ils font, favoriser l'innovation et l'amélioration continue au sein des organisations, et habituer chaque membre de l'entreprise à se mettre à l'écoute de son environnement ? Les démarches de transformation placées sous l'angle de l'excellence opérationnelle permettent de répondre efficacement à ces enjeux actuels majeurs. Ce cours développe les compétences permettant de contribuer efficacement et de manière efficiente aux démarches d'excellence opérationnelle.

Research in operations management

Ce cours donne une vision d'ensemble des problèmes et challenges dont traite la recherche académique dans le domaine du management des opérations. Il permet d'étudier et discuter une série d'articles-clés incontournables dans le domaine du management des opérations, du management de la supply chain, et du management de projets

International supply chain & purchasing management

Ce cours aborde les enjeux du global sourcing, ainsi que les avantages et les défis que représente l'approvisionnement sur les marchés internationaux. Il traite de la conception, du développement et du management d'un réseau logistique international, en tenant compte des outils de mesure de la valeur générée. Basé sur les ressources théoriques et des cas pratiques, il permet d'acquérir les méthodes et outils nécessaires au pilotage et à la gestion du risque lié au processus achat et à la logistique à l'international.

Digital supply chain & purchasing management

Ce cours vise à étudier dans quelle mesure la transformation numérique crée de nouveaux modèles économiques, fait

évoluer les process de création de valeur et provoque des changements toujours plus rapides et disruptifs dans les domaines des achats et de la supply chain. Il se fonde à la fois sur des connaissances théoriques récentes, sur les challenges à relever en matière de transformation digitale, ainsi que des mises en perspectives pratiques afin de contribuer à l'acquisition des compétences liées aux systèmes d'information et à l'utilisation du digital dans ces fonctions.

Sustainable supply chain & purchasing management

Ce cours souligne l'importance des fonctions achat et supply chain dans la mise en œuvre de la stratégie de développement durable des organisations. Il développe les compétences permettant d'identifier les critères de l'achat durable, comprendre les étapes d'implémentation et de pilotage d'une stratégie d'achats responsables et mesurer les impacts sur l'organisation interne et la relation fournisseurs. Il apporte les compétences requises pour piloter et mettre en œuvre les dimensions environnementales et sociétales de la supply chain, au travers des thématiques suivantes : stratégies de logistique inversée, concept de boucler la boucle, stratégie de supply chain environnementale et engagement envers des parties prenantes multiples.

Ce parcours de spécialisation conduit à choisir l'un des deux tracks ci-après.

Track Management des Achats

Le track Management des Achats a pour objectif de développer les compétences permettant de définir une politique performante d'achats et de piloter efficacement cette politique dans un environnement de plus en plus global et complexe. Alors que les achats représentent plus de 50% du chiffre d'affaires d'une entreprise, la fonction reste jeune et à professionnaliser. Les outils et méthodes nécessaires à la réalisation des missions des futur-e-s managers des achats sont abordés de manière spécifique selon plusieurs secteurs d'activité. Il vise ainsi à donner les clés pour devenir un accélérateur de la performance économique, sociale et environnementale de l'entreprise tout en intégrant les dimensions d'innovation et de collaboration au sein de divers secteurs et contexte d'organisation. Il permet de travailler autant ses compétences techniques que relationnelles et ses soft skills. Il prépare à la certification Yellow Belt qui permet de s'insérer rapidement sur des postes à responsabilité sur cette fonction.

Cours UE4 Track Management des achats	Heures	ECTS
Comprendre et gérer les différents types d'achats	28h	3
Prise de décision en situation tendue : défis stratégiques pour les acheteurs	28h	3
Préparation Certification Yellow Belt Lean Management	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Acheteur,
Acheteur Production (Acheteur
Programme/ Projet Acheteur
Commodités),
Acheteur Hors-Production (Facility
Management, Energie, Acheteur
Informatique, Acheteur Consommables),
Responsable achat,
Directeur achat,
Consultant achat et Manager dans le
conseil en achat,
Coordinateur de la sous-
traitance nationale ou internationale,
Responsable des activités
externalisées.

Pourquoi choisir ce track ?

La fonction achats est à la fois stratégique et en plein essor dans les organisations.

Ce track s'adresse aux étudiant.e.s qui souhaitent contribuer à la performance de l'entreprise via une méthodologie et des outils spécifiques.

Il permet de comprendre le besoin et le traduire en consultations, puis analyser

et synthétiser le retour fournisseur ; apprendre à coordonner la création de valeur entre les acteurs internes et externes de l'entreprise ainsi qu'à négocier avec de multiples interlocuteurs. Il s'agit ainsi de devenir pilote d'activités transversales en favorisant l'innovation au sein de l'entreprise. La relation fournisseur est au cœur des dispositifs et de l'évolution du métier avec le développement de l'IA et de la digitalisation des processus.

Grâce à ce track et au passage de la certification Yellow Belt qui représente un vrai tremplin vers des emplois à responsabilité dans cette fonction, les futur-e-s diplômé-e-s se spécialisent sur un métier nouveau dont les perspectives d'évolutions sont depuis quelques années exponentielles et promettent de riches carrières dynamiques en France et à l'international.

Track Supply Chain Management

Dans un environnement mondialisé, la recherche de la compétitivité et de la réactivité se fait au travers de l'organisation globale de la logistique. Cela signifie pour les organisations convaincues des gains à obtenir, de travailler avec leurs fournisseurs et leurs clients. Cela implique au niveau opérationnel de privilégier le partage de l'information par une coordination des flux, la même vision pour les clients finaux, le long terme au court terme, le partage des risques et les gains et d'intégrer au maximum les processus-clés (Supply Chain Management). Le Track vise à apporter les méthodes et les outils permettant de relever les défis que représente aujourd'hui le management de la supply chain. Parmi les compétences visées figurent le pilotage d'une supply chain complète en prenant les bonnes décisions sur l'ensemble de ces composantes, l'organisation des flux des clients aux fournisseurs, la réduction des stocks grâce aux bonnes règles de gestion, ou l'optimisation du fonctionnement des entrepôts et plateformes de distribution. Par ailleurs, le Track Management de la Supply Chain prépare au passage de la certification Yellow Belt bâtie à la fois sur des compétences techniques approfondies, managériales et relationnelles.

Cours UE4 Track Management de la supply chain

Heures ECTS

Advanced Supply chain management	28h	3
Supply chain simulation	28h	3
Préparation à la certification Yellow Belt Lean Management	28h	3
TOTAL	84h	9

Métiers

Responsable de la supply chain,
Responsable opérations,
Chef de projet logistique, Responsable transport, Responsable qualité,
Responsable maintenance, Responsable entrepôt.

Pourquoi choisir ce track ?

Le contenu de ce track a été conçu à l'attention de participant-e-s en activité dans le monde de l'industrie et des services qui s'interrogent sur la manière d'améliorer l'efficacité de la supply chain. Les étudiant.e.s vont acquérir un véritable savoir-faire sur les nouvelles pratiques en la matière ; sur les manières d'améliorer la rentabilité d'entreprises ; sur les façons d'établir des partenariats au sein de la supply chain ; sur les nouvelles compétences permettant d'obtenir un avantage concurrentiel dans

le domaine du management de la supply chain. Une sélection de professionnels expérimentés dans le domaine du supply chain management partagent leurs savoir-faire et fournissent une série de conseils clés nécessaires pour devenir des contributeurs à forte valeur ajoutée dans ce domaine critique du management, acquérir un véritable état d'esprit visant la résolution systématique de problèmes, être force d'innovation dans les organisations.

Le passage de la certification Yellow Belt constitue également un véritable atout permettant de s'insérer rapidement dans des postes à responsabilité, ainsi qu'un véritable tremplin vers des carrières prestigieuses dans des contextes organisationnels et sectoriels diversifiés en France et à l'international.