



PROGRAMME DE FORMATION

"Diplôme de l'Ecole Supérieure de Commerce de DIJON PGE - Titré Grade Master"

SPECIALISATION Stratégie Commerciale & Retail

**Diplôme visé Bac+5 Niveau 7 – Grade de Master
Code diplôme 16531215 – Code RNCP 41057**

Alternance en 3^{ème} année du cycle de formation

Public visé

Le Master Grande École en alternance est accessible à partir de la 3^{ème} année du Programme MGE pour les étudiants admis en Master 2.

Ce programme permet aux étudiants d'acquérir des connaissances théoriques approfondies dans le domaine de spécialisation choisie, en lien avec les exigences professionnelles de ces métiers.

Prérequis

Ce cursus doit être obligatoirement suivi en français pour les étudiants ayant acquis les fondamentaux du management et validé leur Master 1 à l'Ecole Supérieure de Commerce de Dijon.

Prérequis :

- Avoir moins de 30 ans pour signer un contrat d'apprentissage
- Avoir un score TOEIC d'au moins 600 (ou équivalent)
- Avoir aucun rattrapage et avoir validé le(s) stage(s) des années précédentes

Objectifs

Ce diplôme vise à certifier des cadres généralistes pour des fonctions d'encadrement, avec des compétences managériales et humaines. Développe la capacité à



entreprendre, à s'adapter et à résoudre des problèmes complexes, favorisant le travail en équipes pluridisciplinaires et multiculturelles.
Répondre aux besoins en compétences des entreprises et faciliter l'insertion professionnelle.

Répondre aux besoins en compétences des entreprises et faciliter l'insertion professionnelle.

Date et lieux de formation

Début de formation (En fonction de la spécialisation et du campus) : 31 Août 2026

Fin de formation : 16 Juillet 2027

Durée de la formation : 12 mois.

Volume horaire total : 419 heures.

Lieux: ESC DIJON-BOURGOGNE (Burgundy School of Business)

Campus de Dijon : 29 rue Sambin – 21000 Dijon

Campus de Lyon : 99 rue Professeur Beauvisage - 69008 Lyon

Equipe pédagogique

Directrice de Programme Master Grande Ecole : Clara LETIERCE

Directrice des Etudes Programme Master Grande Ecole : Fabienne DURAND

L'équipe pédagogique des professeurs de BSB.

Méthodes pédagogiques et moyens

Cours théorique, Exercices pratiques, Mises en situation, études de cas

Moyens humains :

Enseignants permanents, Intervenants extérieurs

Moyens Techniques :

- Salles de cours
- Learning Center
- Amphithéâtre
- Vidéoprojecteur

Modalité et suivi d'évaluation

L'acquisition des compétences du programme est évaluée au travers d'études de cas basées sur des situations réelles ou fictives d'entreprise, et par la validation de tests linguistiques externes (TOEIC ou équivalent).



Contenu de la formation

Master 2 (3 ^{ème} année du Programme Grande Ecole)	Heures module	Crédits ECTS
Ethique des affaires	18	2
Gouvernance d'entreprises	18	2
Management stratégique responsable	18	2
Développer sa posture managériale	27	2
Jeu d'entreprise final	15	1
Business English – Autumn & Spring	33	/
Directeur Commercial	30	4
Chef de Secteur	30	4
Category Manager	30	4
Responsable Commercial export	30	4
Ingénieur d'Affaires	30	4
Négociation B2B	30	4
Remote and online negotiation (online)	30	4
Pathfinder Days Bootcamp	34	1
Méthodologie pour la thèse professionnelle	15	2
Thèse professionnelle + oral POPS	15	16
Apprentissage (Evaluation entreprise)	/	4
Présentations institutionnelles	16	/
TOTAL	419	60



PROGRAMME DETAILLE – MASTER 2

TRONC COMMUN

Management stratégique responsable

Les quatre phases du processus de management stratégique :

- Diagnostic stratégique
- Élaboration et formulation d'une stratégie
- Mise en œuvre centrée sur la communication
- Contrôle et évaluation.

Objectifs d'apprentissage :

- Comprendre le management stratégique, le processus de planification stratégique et leurs implications organisationnelles.
- Acquérir les attitudes et les outils opérationnels pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer une stratégie.
- Intégrer, dans une perspective de management stratégique, des acquis et dimensions financières, de comportement organisationnel et du marketing.
- Pratiquer le management stratégique dans une étude de cas.

Compétence visée :

RNCP Bloc 1 : Evaluer l'environnement juridique, économique, et technologique de l'organisation/entreprise pour définir et mettre en œuvre sa stratégie

Utiliser les outils et méthodes opérationnels pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer une stratégie

Gouvernance d'entreprises

Théories et courants en gouvernance – Règlementation.

Recommandations et codes de bonne conduite.

Le conseil d'administration – zoom sur les femmes administrateurs – zoom sur les réseaux.

Le rôle des actionnaires – cas particulier du système coopératif.

Gouvernance et RSE : la gestion de la diversité.

Objectifs d'apprentissage :

- Comprendre le fonctionnement des différentes formes juridiques d'entreprises
- Savoir mener une réflexion sur la gouvernance d'une entreprise
- Savoir restituer des informations ou une analyse de manière synthétique.

Compétence visée :

RNCP Bloc 3 : Définir et piloter la politique financière d'une organisation/entreprise

Mener une réflexion sur la gouvernance d'une entreprise



Éthique des affaires

Éthique fondamentale (bien, mal, valeurs personnelles).

Éthique formelle.

Les politiques éthiques : la déontologie, le développement durable, la RSE, l'économie sociale et solidaire.

Objectifs d'apprentissage :

- Connaître, comprendre et expliquer le comportement des individus et des groupes dans les organisations.
- Connaître et comprendre les principaux concepts, comportements et outils liés à l'éthique des affaires.
- Savoir analyser et résoudre un problème et savoir structurer sa pensée.

Compétence visée :

RNCP Bloc 4 : Manager de manière responsable les ressources humaines au sein d'une organisation/entreprise

Identifier, évaluer et résoudre les conflits et dilemmes éthiques dans les organisations

Développer sa posture managériale

Ce module doit permettre aux étudiants d'avoir une vision de leur rôle de manager en travaillant les thèmes suivants : management des émotions, conduite du changement, gestion de projet, dialogue social et leadership.

Objectifs d'apprentissage :

Permettre aux étudiants de développer leurs compétences comme manager responsable

Business English

Apprentissage visé : Valider un niveau d'anglais reconnu par un test externe (TOEIC : score minimum 785)

Compétence visée :

RNCP Bloc 7 : Evoluer dans un environnement international

S'exprimer dans les langues étrangères dans une situation professionnelle

Jeu d'entreprise final

Jeu d'entreprise complexe permettant une approche globale des problématiques d'entreprise et du travail en équipe.

Objectifs d'apprentissage :

- Mettre en pratique les compétences managériales acquises pendant la scolarité
- Développer et confirmer les compétences génériques requises au cours de la formation.



PathFinder Days Bootcamp

Ce module a pour objectif de permettre aux étudiants de faire le bilan de leurs études académiques et de préparer leur entrée sur le marché du travail.

Le professeur échangera, individuellement et collectivement, avec chaque étudiant pour le préparer aux entretiens d'embauche, à la négociation de son salaire, à la création et à l'animation de son réseau professionnel avec pour objectif de réussir une insertion professionnelle durable et bien réfléchie.

À partir de ces exposés, chaque étudiant sera amené à effectuer des recherches sur les attentes des entreprises, l'évolution de ces attentes, ainsi que les fonctions et métiers émergents.

À l'issue de ce module, les étudiants rendront un dossier sur leur bilan académique et professionnel et auront une soutenance professionnelle avec leur tuteur d'entreprise et tuteur d'école pour évaluer leur acquisition des compétences techniques et interpersonnelles.

Méthodologie de la thèse professionnelle

Cours d'initiation aux Méthodes de Recherche permettant de réaliser la thèse professionnelle.

Rédaction d'une problématique et d'une revue critique de la littérature, méthodologies qualitative, quantitative et expérimentale de collecte et d'analyse de données.

Objectifs d'apprentissage :

À l'issue du cours, l'étudiant devra pouvoir rédiger une proposition de recherche comprenant une question de recherche et la problématique qu'elle soulève, l'ébauche d'une revue critique de la littérature, un cadre théorique d'analyse et la proposition d'une méthodologie de collecte et d'analyse de données.

Thèse professionnelle + oral POPS

Comme pour tout programme de niveau Master, cours portant sur la méthodologie de recherche à appliquer dans un travail du type thèse ou mémoire de recherche.

Le but de la thèse professionnelle (indispensable pour l'obtention du diplôme) est de répondre à une question relative au management et au milieu professionnel, en s'appuyant sur des connaissances académiques existantes et sur une analyse de données empiriques.

Objectifs d'apprentissage :

Permettre de rendre compte d'une réflexion structurée autour d'une problématique.

Compétence visée :

RNCP Bloc 9 : Analyser un problème complexe et déployer un plan de résolution du problème

- Analyser une situation problème
- Mettre en perspective le problème et avoir une vision critique sur celui-ci
- Proposer un plan d'action et de résolution du problème



SPECIALISATION

Présentation de la spécialisation et compétences associées :

La spécialisation est composée de plusieurs modules qui concourent ensemble à l'acquisition des compétences du Bloc RNCP 8 – Exercer son expertise métier au sein d'une organisation :

- Savoir évaluer l'environnement et les enjeux relatifs à l'exercice d'un métier
- Démontrer la maîtrise des techniques et pratiques relatives à l'exercice d'un métier

- Porter un regard critique sur sa maîtrise du métier et proposer des axes d'amélioration

Directeur Commercial

Description :

Ce module illustre la variabilité des activités liées au poste de directeur commercial en fonction du type et de la taille de l'entreprise, tout comme du secteur d'activité. Les principaux thèmes abordés sont : la veille stratégique, le pilotage de projet, le plan de développement stratégique, les plans d'action opérationnels, la performance commerciale.

Compétences visées :

- Définir un plan annuel de développement stratégique et des plans d'action opérationnels cohérents (objectifs, offre, marchés, commercialisation, fidélisation des clients, conquête des prospects).
- Identifier les indicateurs de performance permettant de suivre, analyser et optimiser la performance commerciale.

Chef de Secteur

Description :

Module qui prépare les étudiants à assurer la mise en avant commerciale, marketing et physique des produits de l'entreprise auprès des points de vente situés sur une zone géographique déterminée. Ce module aborde également le management de la force de vente dans un environnement B to C.

Compétences visées :

- Proposer et organiser différentes actions marketing (promotions, opérations spéciales, animations...) dans les points de vente.
- Comprendre l'importance du suivi des activités opérationnelles (réalisation des objectifs des points de vente, gestion du budget publicitaire et promotionnel des produits, mise en rayon des produits, etc.).



Category Manager

Description :

Ce module permet aux étudiants de bien comprendre le lien entre la construction marketing d'une offre produit, son animation en point de vente (et/ou e-commerce) et sa performance commerciale.

Compétences visées :

- Analyser et comprendre le positionnement marketing des offres concurrentes la catégorie de produit.
- Proposer une offre produit, sa mise en œuvre et sa valorisation dans les points de vente.

Responsable Commercial export

Description :

A la fin de ce module, les étudiants doivent être en mesure de maîtriser les facteurs clés de succès de la vente à l'export, collecter l'information sur les différents marchés potentiels, identifier les intermédiaires et sécuriser les opérations.

Compétences visées :

- Identifier les règles de fonctionnement des marchés à l'international.
- Construire le plan de développement.

Ingénieur d'Affaires

Description :

Ce module sensibilise les étudiants à l'importance de la veille technologique et commerciale, à l'accompagnement commercial des projets, à leur gestion et suivi opérationnel. L'ingénieur d'affaire incarne l'interlocuteur privilégié du client dans l'entreprise, il doit être le garant de la relation commerciale en veillant au respect du cahier des charges défini par le client.

Compétences visées :

- Analyser et diagnostiquer les besoins du client.
- Présenter la solution retenue et la défendre auprès du client.

Négociation B2B

Description :

Ce cours interactif, fondé sur des simulations de situations en entreprise, aborde la place de la force de vente dans le marketing d'une entreprise et la vente en face à face en contexte B2B. Il met l'accent sur la nécessité de préparer toute vente et permet de progresser sur sa capacité personnelle de communication.

Compétences visées :

- Mettre en place une démarche structurée de négociation en prenant en compte toutes les implications stratégiques de cette approche pour dépasser les seules techniques de vente.
- Vendre en face à face des produits ou des projets : de la phase de préparation à la phase d'analyse et de suivi de l'action.



Remote and online negotiation (online)

Description :

Ce module - dispensé en anglais et à distance - est conçu pour aider les étudiants à acquérir des aspects opérationnels en négociation à distance, qui peuvent être utilisés dans des situations professionnelles. Avec le développement des interactions en « distanciel » (on-line), il aborde les nouvelles variables et techniques de négociation, dans un environnement numérique.

Compétences visées :

- Comprendre les avantages et les limites des différents types de négociation.
- Réévaluer l'importance et l'évolution du rôle de la négociation dans l'environnement professionnel actuel et futur, notamment en « distanciel » online.

