

MPMC 2527		MANAGER INGENIEUR D'AFFAIRES Parcours Manager de la Performance Marketing et Commerciale		Année 1	Année 2	Diplôme SUP DE V - CCI PARIS ILE DE France
Blocs de Compétences	Programme MPMC 2025-2027	Heures	Heures	Objectif d'acquisition de compétences du référentiel métier		
Bloc 1 Management de l'information et des réseaux stratégiques en vue de la détection d'opportunités et du développement d'affaires	Appréhender les nouveaux enjeux stratégiques	14		- Structurer, alimenter et partager les données issues de la veille stratégique - Définir le mode et la fréquence de recueil des données, la méthode de traitement, d'analyse et de partage des informations - Identifier les réseaux ou partenaires en cohérence avec le périmètre d'activité - Se constituer d'un réseau professionnel dans une stratégie de développement durable de projets commerciaux		
	Conduire une démarche d'intelligence économique et stratégique	21				
	Batir une stratégie marketing efficace	28	21			
	Analyser la performance marketing		21			
	Elaborer un diagnostic d'entreprise et de son marché	21				
	Comprendre et analyser le secteur	21				
	Construire et animer un réseau professionnel et créer des partenariats	14				
Bloc 2 Elaboration d'une stratégie de développement d'affaires complexes à haute valeur ajoutée	Comprendre les stratégies d'entreprise selon les secteurs	14		- Concevoir une stratégie de développement de son activité en tenant compte des orientations stratégiques de l'entreprise (élaborer un diagnostic, définir des axes stratégiques : plan d'actions commerciales, planification, chiffrage) - Analyser le secteur, les acteurs clé et le potentiel d'affaires , - Concevoir une méthodologie de pénétration et fidélisation de Grands Comptes (analyse des profils, du système de décision, définir des objectifs quantitatifs et qualitatifs du plan opérationnel, estimer le retour sur investissement, organiser des revues de compte) - Piloter le développement d'une nouvelle activité en s'assurant de son opportunité, sa faisabilité (technique, financière, juridique ...), élaboration du Business Plan		
	Construire une stratégie marketing omnicanale pour optimiser l'expérience	28				
	Appréhender les spécificités du marketing de services	14				
	Maîtriser les fondamentaux du marketing digital	28				
	Constituer un plan stratégique de développement commercial	25				
	Mettre en place un CRM efficace	14				
	Gagner des marchés publics	14				
	Conquérir et fidéliser les Grands Comptes		28			
	Elaborer et valider un business model		14			
	Réaliser une étude de marché		28			
	Déterminer le cadre juridique du projet		7			
	Concevoir un business plan projet		28			
	Réussir un pitch pour convaincre		7			
Bloc 3 Qualification, conception et négociation d'affaires complexes à haute valeur ajoutée	Détecter le besoin, analyser et qualifier les besoins	28		- Analyser les données recueillies sur l'entreprise, - Evaluer les enjeux métiers spécifiques et les besoins client, - Valider l'opportunité et de faisabilité (technique, juridique, financière ...) de l'affaire - Construire une proposition commerciale - Présenter la solution devant le client : - Faire preuve de compréhension du contexte client - Reformuler les besoins - Argumenter dans une logique « bénéfice client » - Prendre en compte les différents acteurs - Déterminer la stratégie de négociation		
	Evaluer le risque client	14				
	Valider le projet commercial en interne	7				
	Elaborer une offre commerciale complexe	21				
	Consolider ses connaissances financières et garantir la rentabilité d'un projet commercial	21				
	Négocier une offre complexe		42			
	Développer l'Intelligence émotionnelle		7			
	Contractualiser et sécuriser une affaire		14			
Bloc 4 Pilotage de la mise en œuvre, du suivi et de l'évaluation de projets d'affaires complexes	Piloter des projets commerciaux et constituer une équipe projet	28		- Développer une démarche de conduite de projet pour piloter les différentes étapes de l'affaire, depuis sa conception jusqu'à sa contractualisation, voire la mise en place de la solution - Se Positionner au sein d'un groupe projet - Définir le mode de Management adapté - Organiser le travail - Mettre en place des solutions de résolution de problèmes - Evaluer le travail réalisé		
	Analyser le parcours client et évaluer la satisfaction client	14				
	Analyser la performance organisationnelle et financière de l'activité commerciale		28			
	Accompagner le développement des compétences / performance de l'équipe et ses transformations		28			
	Manager une équipe dans un environnement multiculturel		63			
	Optimiser son potentiel professionnel par le jeu théâtral /gestion stress		21			
	Business English Communication Skills	42	63			
	Développer l'innovation et la créativité par le design thinking		21			
Bloc 5 Bloc Professionnel	Méthodologie mémoire		7	- Rédiger des documents professionnels - Présenter son entreprise et des projets commerciaux - Négocier des ventes		
	Définir la problématique du mémoire	7				
	Soutenance de mémoire		7			
	Séminaire intégration	14				
	Accueil	3,5				
		455	455			