

Mastère

Manager en stratégie d'entreprise



Bac+5 (Niveau 7)



Stratégie - Management



100 % à distance

Certification professionnelle de niveau 7 :

« Manager en stratégie d'entreprise », enregistrée au RNCP* par ECORIS.

[Fiche RNCP* n°37069](#), enregistrée et publiée au Journal Officiel le 23/11/2022, code NSF : 310 : Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion

*Répertoire National des Certifications Professionnelles

Formation accessible par blocs de compétences.

ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE



Objectifs

La certification forme un stratège polyvalent capable de **concevoir, déployer et évaluer une politique d'entreprise adaptée à son environnement**. Il analyse des problématiques complexes, définit des objectifs clairs et pilote la mise en œuvre opérationnelle de la stratégie au sein d'une fonction clé de l'organisation. Le programme développe des compétences transversales en pilotage de projet, management d'équipe, conduite du changement et leadership. Le manager sait mobiliser ressources humaines et matérielles pour transformer la vision stratégique en résultats mesurables.

Selon l'option choisie, il se spécialise en stratégie commerciale, communication digitale, achats-logistique ou finance, fiscalité et gestion patrimoniale. Il devient ainsi un décideur capable d'aligner performance, réglementation et création de valeur durable.

Le manager en stratégie d'entreprise exerce son activité au sein d'une entreprise ou en tant que prestataire. Il élabore une stratégie adaptée à son entreprise (ou à l'entreprise cliente s'il est prestataire) puis la déploie auprès des équipes avant d'évaluer les résultats.

À l'issue de sa formation, le Manager en stratégie d'entreprise sera capable de :

- Impulser et accompagner le changement en ayant recours à des ressources humaines et matérielles ;
- Résoudre des problématiques complexes ;
- Assumer des fonctions d'encadrement, d'orientation et de conseil, d'organisation, de pilotage et de management de projet dans différents champs économiques de l'entreprise grâce à ses compétences pluridisciplinaires.

Compétences

Le titre Manager en stratégie d'entreprise visé par la certification se déploie en 3 compétences principales :

- Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement.
- Élaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle.
- Développer son leadership et fidéliser les équipes.

Et de compétences attestées en fonction du bloc optionnel choisi :

- Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale.
- Piloter et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale.
- Piloter et mettre en œuvre une stratégie dans un service achats-logistique.
- Piloter et mettre en œuvre une stratégie financière, fiscale et patrimoniale.

Aptitudes visées

Le manager en stratégie d'entreprise est un professionnel polyvalent capable d'intervenir dans différents secteurs d'activité (industrie, services, transports...). Il possède des compétences analytiques, stratégiques et opérationnelles lui permettant de définir des objectifs, élaborer une stratégie adaptée et la mettre en œuvre au sein des différentes fonctions de l'entreprise. Il pilote ainsi des projets stratégiques dans des domaines variés tout en contribuant à la performance globale de l'organisation.

Domaine commercial (option 1 « Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale »)

Le manager en stratégie d'entreprise définit et pilote la politique commerciale de l'entreprise. Il analyse le marché, fixe les objectifs commerciaux, développe l'activité, manage les équipes de vente et assure la prospection ainsi que la fidélisation des clients stratégiques.

Domaine digital (option 2 « Piloter et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale »)

Il élabore et met en œuvre la stratégie de communication digitale en cohérence avec les objectifs de l'entreprise. Il pilote les actions web, analyse les performances et le retour sur investissement (ROI), tout en adaptant les actions pour améliorer la visibilité et la performance digitale de l'entreprise.

Domaine achats-logistique (option 3 « Piloter et mettre en œuvre une stratégie dans un contexte achats-logistique »)

Le manager définit et met en œuvre la politique d'achats de l'entreprise. Il négocie avec les fournisseurs afin d'optimiser les coûts, la qualité et les délais, tout en contribuant à la rentabilité et à la performance globale de l'organisation.

Domaine fiscal, financier et patrimonial (option 4 « Piloter et mettre en œuvre une stratégie financière, fiscale et patrimoniale »)

Il participe à la définition de la stratégie financière et fiscale de l'entreprise ou de ses clients. Grâce à ses compétences en audit, contrôle de gestion et conseil patrimonial, il analyse la situation économique, propose des solutions adaptées et accompagne les dirigeants dans leurs décisions stratégiques et financières.

Pour consulter la version détaillée des aptitudes visées, vous pouvez vous référer à la [fiche RNCP du titre](#).

Débouchés

Le manager en stratégie d'entreprise est une personne polyvalente pouvant intervenir dans différents secteurs d'activité (industrie, transports, services...) ayant des compétences à la fois analytiques pour définir une politique d'entreprise et fixer des objectifs, une capacité à élaborer une stratégie répondant aux objectifs fixés, et opérationnelles pour la mettre en œuvre au sein d'une fonction de l'organisation (commercial, finance, supply chain...).

Il est à même de mettre en œuvre et piloter une démarche stratégique, adaptée au domaine d'intervention dans l'organisation.

Les types d'emplois accessibles sont les suivants :

Domaine commercial :

- Directeur commercial
- Directeur de magasin
- Responsable développement commercial
- Responsable commercial
- Directeur marketing
- Chef de projet marketing

Domaine digital :

- Responsable de la stratégie digitale
- Responsable marketing
- Responsable communication
- Consultant en digitalisation

Domaine achats-logistique :

- Responsable Achats / Transports
- Responsable Supply Chain ou affrètements
- Acheteur

Domaine fiscal, financier et patrimonial :

- Chargé d'affaires entreprises
- Conseiller en gestion privée
- Directeur d'agence
- Responsable de dossiers
- Responsable Grands comptes

Les titulaires de la certification évoluent aussi vers des fonctions plus transversales telles que Chef de projet ou Consultant (toute option). Grâce à leur ouverture d'esprit, ils peuvent évoluer vers des fonctions de direction générale ou comme chefs d'entreprise.

Rythme académique



100 % à distance (examens inclus)



À partir de 658h - Durée ajustable en fonction du profil

Sur ce parcours, vous suivez un **rythme académique bien cadré** : une rentrée en septembre ou en octobre, une formation découpée en semestres, des évaluations régulières (contrôles continus et partiels) planifiées à des dates fixes tout au long de l'année, etc.

Après étude du dossier et selon les aménagements possibles, les méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation peuvent être adaptées aux publics en situation de handicap.

[Nous consulter pour plus d'informations.](#)

Profils

- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Apprentis
- Personnes en poursuite ou en reprise d'études
- Entrepreneurs / auto-entrepreneurs

Prérequis

Pour accéder à ce parcours, vous devez remplir les conditions suivantes :

- Maîtriser la langue française
- Réussite au test de positionnement : test de positionnement en culture générale (français, stratégie) permettant de vérifier l'adéquation du niveau du candidat avec les exigences de la formation
- Bac+3 validé (ou équivalent 180 crédits ECTS)
- OU Bac+2 validé et 3 années d'expérience professionnelle* post-bac+2

Intégration en M2 :

- Bac+4 validé (ou équivalent 240 crédits ECTS) dans le domaine considéré
- OU Bac+3 validé et 3 années d'expérience professionnelle post-bac+2 dans le domaine considéré

**Expérience professionnelle dans le secteur tertiaire.*

Modalités d'accès

- Entretien
- Dossier de candidature
- Disposer d'un ordinateur muni d'une connexion internet, d'un micro et d'une caméra fonctionnels

Délais d'accès

Dates de rentrée :

Toulon : MSE 1 : 15/09/2025 - MSE 2 : 03/10/2025

Paris : MSE 1 : 18/09/2025 - MSE 2 : 03/10/2025

À distance : 18/08/2025

Modalités d'évaluation

- Deux sessions de partiels complémentaires et obligatoires.
- Contrôles continus pour certaines matières, épreuves écrites et soutenance orale.
- Projet professionnel qui fera l'objet d'un mémoire et d'une soutenance devant un jury de professionnels (attestation de présence de 60 jours, soit 420 heures minimum en entreprise).

Les compétences des candidats sont évaluées par le biais de :

- Épreuves écrites : CCF, étude de cas, cas pratiques, questions de cours, mémoire ;
- Épreuves orales : dossier de groupe écrit et soutenance orale de groupe, PITCH (épreuve de groupe d'une semaine avec dossier écrit et oral de groupe à la fin du parcours), soutenance de mémoire.

Pour consulter la version détaillée des modalités d'évaluation, vous pouvez vous référer à la [fiche RNCP du titre](#).

Programme – Rythme académique

Année 1

À partir de 136,5h

Bloc - Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement

- **Stratégie d'entreprise** : assimiler et maîtriser les concepts d'opérationnalisation d'une stratégie d'entreprise.
- **Veille stratégique et juridique** : analyser l'entreprise et son environnement grâce à la réalisation d'une veille juridique
- **Stratégie marketing** : bâtir une stratégie marketing d'entreprise et la décliner en plan marketing mix en BtoB comme BtoC.
- **Management de la qualité** : intégrer une démarche qualité (SMQ) au seuil de l'entreprise en s'appuyant sur des normes ISO telles que la norme ISO 9001:2015
- **Stratégie commerciale** : développer un savoir-faire commercial concret et opérationnel transposable, par exemple, à un projet de création d'entreprise.
- **Droit des affaires** : maîtriser les règles juridiques fondamentales qui régissent la création et la vie des sociétés.
- **Business model durable et collaboratif** : fournir aux étudiants une compréhension approfondie des entreprises circulaires et régénératrices, tout en les engageant activement dans des projets pratiques et collaboratifs. Maîtriser les concepts clés des entreprises circulaires et régénératrices et les appliquer de manière pratique et stratégique dans leur futur environnement professionnel.

À partir de 143,5h

Bloc - Élaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en oeuvre opérationnelle

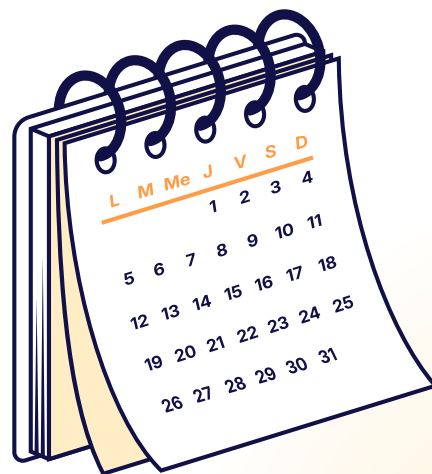
- **Pilotage stratégique et opérationnel** : mettre en oeuvre le pilotage stratégique et opérationnel de l'entreprise au travers des outils du contrôle de gestion.
- **Stratégie e-business et omnicanale** : élaborer une stratégie omnicanale et matérialiser l'expérience client
- **Étude de marché et comportements du consommateur** : mieux connaître son marché et ses consommateurs. S'initier aux principaux processus psychologiques qui sous-tendent les choix, préférences et décisions des consommateurs. Connaître la démarche et la mise en oeuvre de la recherche Marketing.

- **Stratégie de marque** : savoir définir une stratégie de marque au sein d'un groupe multimarques, une stratégie et un plan de communication et les piloter.
- **Marketing opérationnel** : définir et mettre en place le plan d'action marketing client omnicanal.
- **Distribution et logistique** : connaître les dimensions de la distribution logistique afin d'optimiser les flux commerciaux et les stocks pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.

À partir de 24,5h

Mémoire professionnel

- Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée. S'approprier une problématique propre à l'entreprise et à un secteur d'activité. Adopter une vision globale stratégique. Anticiper les défis d'avenir, comparer avec l'existant, s'informer sur le sujet et les différentes théories, bâtir des hypothèses et les expérimenter sur le terrain, valider ou invalider des hypothèses en confrontant les données littéraires et les données empiriques, formuler des recommandations stratégiques à l'entreprise argumentées, adaptées, innovantes et plausibles.



Programme – Rythme *académique*

Année 2

À partir de 77h

Bloc - Développer son leadership et fidéliser les équipes

- **Management de projet** : conduire un projet en termes de performances commerciales, de qualité, de contrôle des coûts et de maîtrise des délais. Coordonner une équipe autour d'un projet global.
- **Leadership** : asseoir son leadership par un management situationnel afin de promouvoir les compétences individuelles et collectives de l'équipe pour développer motivation, autonomie et efficience collaborative.
- **Politique de communication interne** : bâtir la stratégie de communication interne d'une entreprise et sa marque employeur et la décliner en plan de communication.
- **Conduite du changement** : piloter un changement en entreprise, en construisant le système de pilotage, de formation et de communication.

À partir de 56h

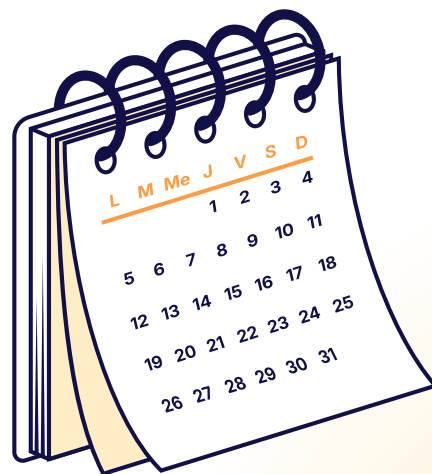
Mémoire professionnel

- Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée. S'approprier une problématique propre à l'entreprise et à un secteur d'activité. Adopter une vision globale stratégique. Anticiper les défis d'avenir, comparer avec l'existant, s'informer sur le sujet et les différentes théories, bâtir des hypothèses et les expérimenter sur le terrain, valider ou invalider des hypothèses en confrontant les données littéraires et les données empiriques, formuler des recommandations stratégiques à l'entreprise argumentées, adaptées, innovantes et plausibles.

À partir de 28h

Le pitch : définir une stratégie d'entreprise

- Définir une stratégie d'entreprise basée sur un diagnostic pertinent et des préconisations et recommandations de qualité, pour le compte d'un annonceur réel ou dans le cadre d'un business game virtuel (travail en groupe). Chaque groupe devra être force de proposition. L'accent sera mis sur la stratégie marketing, de communication et commerciale de l'entreprise objet de l'étude.



Programme – Rythme *académique*

Année 2

Bloc de spécialité

À partir de 119h

Bloc de spécialité au choix

Option 1 - Piloter et mettre en oeuvre une stratégie commerciale

Spécialité - Option 1.1 - Performance commerciale et entrepreneurial

- **Expertise commerciale** : maîtriser la négociation avec les acheteurs professionnels, établir des propositions commerciales adaptées, se faire connaître dans les réseaux et clubs d'entreprises.
- **Stratégie d'achats** : connaître le rôle stratégique de la fonction achats, son impact sur les résultats, et acquérir des aptitudes à négocier et contractualiser les acquis de la négociation.
- **Culture entrepreneuriale** : développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise mais aussi transmettre cette culture à son équipe.
- **Culture et négociation** : réussir son développement commercial à l'international grâce à la compréhension des différences culturelles.
- **Management de la force de vente** : manager et motiver une équipe commerciale, fidéliser les collaborateurs.

Spécialité - Option 1.2 - International business

- **International law** : understanding the international law environment so as to manage properly import/export operations.
- **Marketing** : identify potential countries. Define a launch strategy.
- **International finance** : analyzing a multinational company financial situation through the financial diagnostic, help managers in the decision making process of choosing the best investment and the best financing method, lead them to best manage Import/Export Operations.
- **Culture et négociation** : réussir son développement commercial à l'international grâce à la compréhension des différences culturelles.
- **Management de la force de vente** : manager et motiver une équipe commerciale, fidéliser les collaborateurs.

Option 2 - Piloter et mettre en oeuvre une stratégie de communication digitale

Spécialité - Option 2 - Stratégie digitale

- **Webmarketing** : maîtriser les différents leviers webmarketing et les outils d'analyse et de mesure.
- **Développement de sites internet** : maîtriser les différentes étapes de l'élaboration d'un site internet.
- **Créativité digitale** : définir et piloter une stratégie de communication digitale.
- **Content marketing** : comprendre l'importance du content marketing dans une stratégie digitale globale. Maîtriser les différents formats de contenu : articles de blog, vidéos, infographies, e-books. Identifier les besoins des audiences cibles pour proposer des contenus à forte valeur ajoutée.

Programme – Rythme *académique*

Bloc complémentaire

À partir de 24,5h - par année de formation

Anglais (requis pour la validation du double diplôme)

- **Anglais appliqué** : être capable d'exercer son métier en anglais.
- Évaluation du niveau B2 (CECRL) exigée pour la validation du double diplôme.

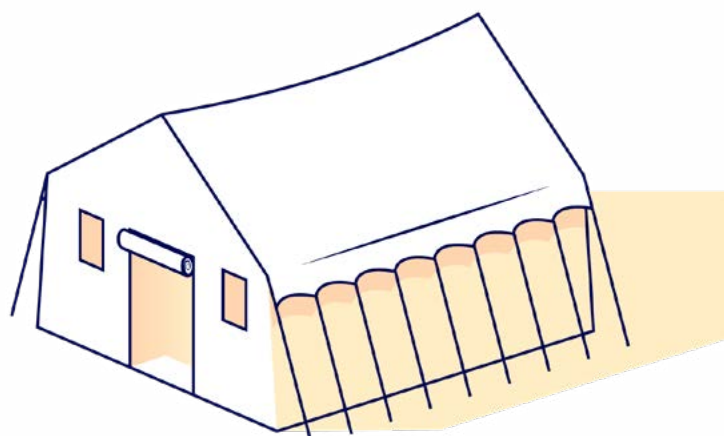
Bootcamps Icademie

2 jours / tous les 2 mois

Les Bootcamps Icademie sont des **modules de cours dispensés en présentiel** et conçus pour compléter la formation à distance des apprenants, au travers de sessions d'échanges et de mises en situation.

Au programme :

- Mobiliser l'IA générative en contexte professionnel ;
- Gérer une situation de crise en entreprise ;
- Développer sa posture commerciale : convaincre, négocier, fidéliser ;
- Réussir son insertion professionnelle ;
- Des ateliers de préparation aux examens, etc.



Disponibles dans **9 campus à travers la France** :

Paris, Toulon, Aix-Marseille, Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes et Toulouse.

Période en entreprise

Le candidat à la certification professionnelle de Manager en stratégie d'entreprise doit accomplir une période en milieu professionnel à temps plein dans un ou plusieurs établissements de son secteur d'activité (hors contrat d'alternance), pour une **période minimale de 60 jours ou 420h par année de formation** (cf. référentiel de formation).

Rythme *flexible*



100 % à distance (examens inclus)



À partir de 595h - Durée ajustable en fonction du profil

Sur ce parcours, **un seul mot d'ordre : la flexibilité** ! Une formation 100 % à distance, accessible à tout moment de l'année, une progression à votre rythme sur les différents modules du programme, plusieurs sessions d'examens organisées dans l'année, etc.

Après étude du dossier et selon les aménagements possibles, les méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation peuvent être adaptées aux publics en situation de handicap.

[Nous consulter pour plus d'informations.](#)

Profils

- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Apprentis
- Personnes en poursuite ou en reprise d'études
- Entrepreneurs / auto-entrepreneurs

Prérequis

Pour accéder à ce parcours, vous devez remplir les conditions suivantes :

- Maîtriser la langue française
- Réussite au test de positionnement : test de positionnement en culture générale (français, stratégie) permettant de vérifier l'adéquation du niveau du candidat avec les exigences de la formation
- Bac+3 validé et 3 années d'expérience professionnelle* post-bac
- OU Bac+2 validé et 3 années d'expérience professionnelle* post-bac+2

**Expérience professionnelle dans le secteur tertiaire.*

Modalités d'accès

- Entretien
- Dossier de candidature
- Disposer d'un ordinateur muni d'une connexion internet, d'un micro et d'une caméra fonctionnels

Délais d'accès

Inscriptions à tout moment de l'année.

Le délai d'accès à la formation est habituellement de 14 jours après validation de votre dossier.

Rythme *flexible*



100 % à distance (examens inclus)



À partir de 595h - Durée ajustable en fonction du profil

Modalités d'évaluation

Le parcours se compose de 4 blocs de compétences, d'une épreuve de groupe et d'un mémoire professionnel à valider.

Chaque bloc est constitué d'un module principal et de un ou plusieurs modules secondaires.

- Module principal : cas pratique à préparer, restitution et questions/réponses auprès du jury
- Module secondaire : questions/réponses auprès du jury
- PITCH : épreuve de groupe (problématique réelle d'entreprise) et soutenance orale devant un jury
- Mémoire professionnel : dossier à rendre et soutenance orale devant un jury

Plusieurs sessions d'examens par an.

Chaque bloc de compétences se valide de manière indépendante. La validation d'un bloc de compétences nécessite la validation de chacune des compétences qui le constitue.

Pour chaque bloc, les compétences du candidat sont évaluées par un jury : un cas pratique est soumis au candidat. Un contexte d'entreprise est présenté ainsi qu'une ou plusieurs problématiques. Il porte sur une ou plusieurs des compétences visées par le bloc de compétences.

Le candidat bénéficie de 45 minutes dans une salle dédiée et surveillée afin de préparer sa présentation orale du module principal du bloc évalué. Ensuite, il expose devant le jury le fruit de sa réflexion sur ce module principal, de manière structurée, pendant 15 minutes. Cette présentation est suivie d'une session de questions-réponses avec le jury, d'une durée de 15 minutes, dans le but de clarifier certains points et d'approfondir les sujets abordés lors de la présentation. Une fois l'évaluation du module principal effectuée, le jury dispose de 15 minutes supplémentaires par module secondaire pour évaluer la maîtrise globale des compétences associées à chacun des modules secondaires du bloc évalué.

La validation du titre par la formation est subordonnée à :

- La validation des 3 blocs de compétences constitutifs de la certification
- La validation d'un bloc de spécialité, au choix du candidat
- La validation du PITCH « définir une stratégie d'entreprise »
- La présentation écrite et orale d'un mémoire professionnel réalisé autour d'une thématique professionnelle, choisie par le candidat et en lien avec le secteur d'activité visé par la certification
- L'attestation de présence de 60 jours (ou 420 heures) minimum en entreprise
- La justification d'un niveau minimal d'anglais (B1). Icademie vous propose de confirmer ce niveau en passant le TOEIC (note minimale 550) ou le BRIGHT Language (niveau 2.5 minimum).

Pour consulter la version détaillée des modalités d'évaluation, vous pouvez vous référer à la [fiche RNCP du titre](#).

Programme – Rythme *flexible*

À partir de 127h

Bloc - Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement

- **Stratégie d'entreprise** : assimiler et maîtriser les concepts d'opérationnalisation d'une stratégie d'entreprise.
- **Veille stratégique et juridique** : accompagner l'entreprise face à l'évolution de son environnement juridique.
- **Stratégie marketing** : bâtir une stratégie marketing d'entreprise et la décliner en plan marketing mix en BtoB comme BtoC.
- **Stratégie commerciale** : développer un savoir-faire commercial concret et opérationnel transposable, par exemple, à un projet de création d'entreprise.
- **Droit des affaires** : maîtriser les règles juridiques fondamentales qui régissent la création et la vie des sociétés.
- **Management de la qualité** : intégrer une démarche qualité (SMQ) au sein de l'entreprise en s'appuyant sur des normes ISO telles que la norme ISO 9001:2015.

À partir de 177h

Bloc - Élaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en oeuvre opérationnelle

- **Pilotage stratégique et opérationnel** : mettre en oeuvre le pilotage stratégique et opérationnel de l'entreprise au travers des outils du contrôle de gestion.
- **Stratégie e-business et omnicanale** : définir la stratégie digitale d'une entreprise en intégrant la dimension omnicanale.
- **Étude de marché et comportements du consommateur** : mieux connaître son marché et ses consommateurs. S'initier aux principaux processus psychologiques qui sous-tendent les choix, préférences et décisions des consommateurs. Connaître la démarche et la mise en oeuvre de la recherche marketing.
- **Stratégie de marque** : lancer une nouvelle marque ou repositionner une marque, définir son identité de marque, l'intégrer dans une stratégie de portefeuilles de marques.
- **Marketing opérationnel** : définir et mettre en place le plan d'action marketing client omnicanal.

- **Stratégie des médias** : définir une stratégie média efficace et au service de la stratégie de communication de l'annonceur, caler un plan média.
- **Distribution et logistique** : connaître les dimensions de la supply chain afin d'optimiser les stocks et les flux pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.

À partir de 76h

Bloc - Développer son leadership et fidéliser les équipes

- **Leadership** : asseoir son leadership par un management situationnel afin de promouvoir les compétences individuelles et collectives de l'équipe pour développer motivation, autonomie et efficacité collaborative.
- **Conduite du changement** : piloter un changement en entreprise, en construisant le système de pilotage, de formation et de communication.
- **Management de projet** : conduire un projet en termes de performances commerciales, de qualité, de contrôle des coûts et de maîtrise des délais. Coordonner une équipe autour d'un projet global.
- **Politique de communication interne** : bâtir la stratégie de communication interne d'une entreprise et la décliner en plan de communication.

À partir de 28h

Le pitch : définir une stratégie d'entreprise

- Définir une stratégie d'entreprise basée sur un diagnostic pertinent et des préconisations et recommandations de qualité, pour le compte d'un annonceur réel ou dans le cadre d'un business game virtuel (travail en groupe). Chaque groupe devra être force de proposition. L'accent sera mis sur la stratégie marketing, de communication et commerciale de l'entreprise objet de l'étude.

À partir de 49h

Mémoire professionnel

- Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée. Développer sa capacité d'analyse et d'argumentation. Structurer son raisonnement. Améliorer ses qualités rédactionnelles. Diagnostiquer l'environnement de l'entreprise. Prendre du recul par rapport à ses missions et les rattacher à la stratégie globale de l'entreprise.

Programme – Rythme *flexible*

Bloc de spécialité

À partir de 138h

Bloc de spécialité au choix

Option 1.1 - Piloter et mettre en oeuvre une stratégie commerciale (nationale)

- **Culture et négociation** : réussir son développement commercial à l'international grâce à la compréhension des différences culturelles.
- **Expertise commerciale** : maîtriser la négociation avec les acheteurs professionnels, établir des propositions commerciales adaptées, se faire connaître dans les réseaux et clubs d'entreprises.
- **Stratégie d'achats** : connaître le rôle stratégique de la fonction Achats, son impact sur les résultats et acquérir des aptitudes à négocier et à contractualiser les acquis de la négociation.
- **Sales management** : maîtriser l'utilisation des outils informatisés de gestion commerciale (CRM), des plus simples aux plus complexes.
- **Culture entrepreneuriale** : développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise, mais aussi de transmettre cette culture à son équipe.
- **Supply Chain** : savoir gérer et optimiser la supply chain au niveau international.

Option 1.2 - Piloter et mettre en oeuvre une stratégie commerciale (nationale et/ou internationale)

- **Culture et négociation** : réussir son développement commercial à l'international grâce à la compréhension des différences culturelles.
- **Expertise commerciale** : maîtriser la négociation avec les acheteurs professionnels, établir des propositions commerciales adaptées, se faire connaître dans les réseaux et clubs d'entreprises.
- **Stratégie d'achats** : connaître le rôle stratégique de la fonction Achats, son impact sur les résultats et acquérir des aptitudes à négocier et à contractualiser les acquis de la négociation.
- **Sales management** : maîtriser l'utilisation des outils informatisés de gestion commerciale (CRM), des plus simples aux plus complexes.
- **Culture entrepreneuriale** : développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise, mais aussi de transmettre cette culture à son équipe.
- **Supply Chain** : savoir gérer et optimiser la supply chain au niveau international.
- **Marketing** : identifying potential countries. Defining a launch strategy.
- **International Law** : understanding the international law environment so as to properly manage import/export operations.
- **International Finance** : analyzing a multinational company's financial situation through the financial diagnostic, helping managers in the decision-making process of choosing the best investment and the best financing method, leading them to best manage Import/Export Operations.

Option 2 - Piloter et mettre en oeuvre une stratégie de communication digitale

- **Webmarketing** : maîtriser les différents leviers webmarketing et les outils d'analyse et de mesure.
- **Développement de sites Internet** : maîtriser les différentes étapes de l'élaboration d'un site Internet.
- **Créativité digitale** : définir et piloter une stratégie de communication digitale.

Programme – Rythme *flexible*

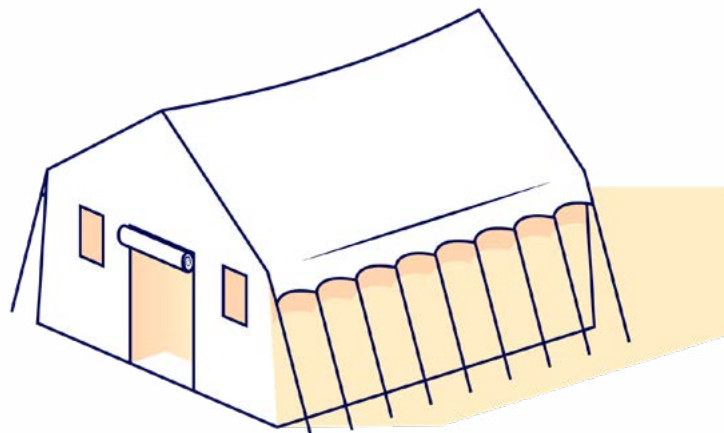
Bootcamps Icademie

2 jours / tous les 2 mois

Les Bootcamps Icademie sont des **modules de cours dispensés en présentiel** et conçus pour compléter la formation à distance des apprenants, au travers de sessions d'échanges et de mises en situation.

Au programme :

- Mobiliser l'IA générative en contexte professionnel ;
- Gérer une situation de crise en entreprise ;
- Développer sa posture commerciale : convaincre, négocier, fidéliser ;
- Réussir son insertion professionnelle ;
- Des ateliers de préparation aux examens, etc.



Disponibles dans **9 campus à travers la France** :

Paris, Toulon, Aix-Marseille, Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes et Toulouse.

Période en entreprise

Le candidat à la certification professionnelle de Manager en stratégie d'entreprise doit accomplir une période en milieu professionnel à temps plein dans un ou plusieurs établissements de son secteur d'activité (hors contrat d'alternance), pour une **période minimale de 60 jours ou 420h** (cf. référentiel de formation).

Poursuite d'études

À la suite de cette certification professionnelle, vous avez la possibilité de continuer à vous former tout au long de votre carrière professionnelle afin d'assurer votre montée en compétences et d'actualiser vos connaissances.

Vous pouvez par exemple renforcer votre expertise au travers des blocs de compétences suivants : Recruter, intégrer et accompagner les talents de manière durable et engagée, etc.

Validation de blocs de compétences, équivalences et passerelles

Possibilité de validation de bloc de compétences :

Il est possible de valider un ou plusieurs blocs de compétences de ce titre.

Équivalences et passerelles :

Vous pouvez consulter la liste des équivalences et passerelles sur cette formation directement via la [fiche RNCP du titre](#).

Indicateurs de résultats (2024–2025)

Sources :

Année de référence des taux 2024-2025 pour : le nombre d'apprenants totaux, présentés à l'examen, en réussite, en rupture ou abandon

Année de référence des taux 2023-2024 pour : l'insertion professionnelle de nos apprenants, la poursuite d'étude et la valeur ajoutée

Formation 100 % à distance

Indicateurs généraux

12 apprenants ont suivi leur formation sur l'année 2024-2025. Étude réalisée auprès de nos 4 apprenants ayant passé les examens (taux de présentation à l'examen : 33 %), dans le cadre d'une enquête de satisfaction (taux de retour : 25 %).

Taux d'obtention de la certification : 100 %

Taux de satisfaction : 100 %

Taux d'insertion à 6 mois : Non significatif

Taux d'insertion à 6 mois dans les métiers visés : Non significatif

Indicateurs alternance

1 apprenti a suivi la formation sur l'année 2024-2025. Aucun apprenti n'a été présenté aux examens (taux de présentation à l'examen : 0 %).

Taux d'obtention de la certification des apprentis : Non significatif

Taux de satisfaction des apprentis : Non significatif

Taux d'interruption en cours de formation : 100 %

Taux de rupture du contrat d'apprentissage : Non significatif

Taux de poursuite d'études des apprentis : Non significatif

Taux d'insertion des apprentis à 6 mois : Non significatif

Taux d'insertion à 6 mois dans les métiers visés : Non significatif

Taux de valeur ajoutée : Non significatif

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Accompagnement individuel et en groupe assuré par des tuteurs/formateurs experts dans le domaine.
- Encadrement assuré par un référent pédagogique et un référent examens.
- Webconférences en direct (également accessibles en différé), forums de discussions, messagerie personnelle.
- Apports de contenus, analyse de cas pratiques, jeux de rôles, échanges libres.
- Plateforme accessible 7j/7.
- Accès à une vidéothèque et une bibliothèque numérique.

Financements

Modalités de financement

- Contrat d'apprentissage
- CDI Apprentissage
- Contrat de professionnalisation
- CPF
- CPF transition
- Plan de développement des compétences
- France Travail
- Autofinancement

Prise en charge à 100 % possible selon les modalités de financement.

Tarifs

À partir de 4 380 € TTC.

Contactez le service Conseil en Formation pour le détail des conditions tarifaires.



Formation à distance

3 Rue Racine
83000 Toulon
09 73 03 01 00
contact@icademie.com
SIRET 489 088 971 00093

Aix-Marseille

415 Avenue des Chabauds
13320 Bouc-Bel-Air
04 42 58 86 31
contact@icademie-aixenprovence.com
SIRET 489 088 971 00077

Paris

44 bis Quai de Jemmapes
75010 Paris
01 75 85 85 65
contact@icademie-paris.com
SIRET 489 088 971 00192

Toulon

15 Boulevard de Strasbourg
83000 Toulon
04 89 33 14 62
contact-toulon@icademie.com
SIRET 489 088 971 00051

Icademie est membre du groupe Eureka Education, spécialiste de l'enseignement supérieur professionnel en France.
Établissement d'enseignement supérieur privé à distance.

Centre de formation continue enregistré sous le numéro de déclaration d'activité : 93 83 03 805 83.
Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État - Code APE : 8559A - N° Académique : 083DISOE

Ce document peut faire l'objet de modifications afin de répondre à des impératifs d'ordre pédagogique.

Date de MAJ de la fiche : 28/08/2025