



Programme en 14 mois

# 12 Masters spécialisés en alternance / 1 MBA

## 100% Alternance



- Management
- International
  - Marketing
- Communication
- Ressources Humaines
- Gestion-Finance

**Msa2** Admission à Bac +4/5  
12 programmes

**MBA** Admission à Bac +4/5



## Sommaire



### Avec l'alternance, misez sur votre avenir

Les atouts de l'ESM-A.....	4
Choisir un Master Spécialisé en alternance.....	5
La puissance de l'alternance... et les ressources de notre école.....	6
Les partenaires de notre école.....	8
Une insertion professionnelle garantie.....	9
Acquérir une formation managériale généraliste et se spécialiser.....	10
L'organisation du Master Spécialisé en alternance.....	11

#### 12 PROGRAMMES DE « MASTER SPÉCIALISÉ EN ALTERNANCE » (Msa 2)

##### DÉPARTEMENT RESSOURCES HUMAINES

• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Management des Ressources Humaines ».....	12
--	----

##### DÉPARTEMENT MARKETING/COMMUNICATION

• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Chef de Produit ».....	13
• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Marketing Stratégique : Marques et Produits ».....	14
• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Web Marketing ».....	15
• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Négociation et développement commercial ».....	16
• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Communication d'entreprise ».....	17

##### DÉPARTEMENT INTERNATIONAL

• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Stratégie Internationale ».....	18
• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Stratégie Logistique ».....	19
• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Management des achats ».....	20

##### DÉPARTEMENT GESTION/FINANCE

• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Audit et Conseil ».....	21
• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Contrôle de gestion et pilotage des organisations ».....	22
• 3 <sup>ème</sup> cycle / Msa 2 « Banque/Finance ».....	23

#### 1 PROGRAMME MBA

• MBA in International Business Management.....	24 & 25
---	---------

Une vie étudiante sportive et fédératrice.....	26 & 27
Les conditions d'admission.....	28 & 29
HEMA, la force d'un groupe leader de l'alternance depuis 20 ans.....	30 & 31



# Pour un nouvel élan à votre carrière... rejoignez l'ESMA !



En intégrant notre école, vous **bénéficierez d'une spécialisation appuyée sur une formation managériale de haut niveau** qui fera de vous un acteur recherché dans votre domaine.

Notre école a vocation à former des décideurs solides, rigoureux, combattifs et réalistes. Des managers qui savent **gérer, diriger et développer un projet, un service ou une entreprise**. En rejoignant notre école, vous apprendrez à piloter une entreprise, encadrer une équipe, concevoir une stratégie de développement qui vous permettra d'assumer les diverses responsabilités liées à la direction d'une entité. Pour cela, vous suivrez un enseignement du management dispensé par des professionnels tout en confrontant ces compétences avec le terrain, une fois en entreprise.

Notre système, fondé sur l'**alternance**, vous fera vivre une **expérience enrichissante, unique et irremplaçable**, qui exigera de votre part une forte implication personnelle et une véritable détermination.

Vous bénéficierez également de la **force du groupe HEMA**. Leader de l'alternance depuis près de vingt ans, ce groupe compte plus de 1000 entreprises partenaires et dispose de nombreux services favorisant votre insertion dans le monde professionnel. Nous rejoindre vous permettra non seulement d'acquérir une formation reconnue et recherchée mais aussi de bénéficier d'un réseau d'anciens, riche et dynamique.

Suivre l'un de nos masters spécialisés en alternance vous permettra ainsi de poser les bases de votre réussite future tout en garantissant votre évolution professionnelle. Dès votre intégration au sein de l'ESM-A, votre carrière professionnelle débutera...

Guillaume Krafft,  
Directeur

### EN 2012...



#### LE GROUPE HEMA EN CHIFFRES...

- **6** Écoles et instituts de Management
- **3** Campus  
Marne-La-Vallée / Paris  
Vendée / Nantes  
Chartres
- **38** nationalités
- **1 135** étudiants en alternance
- **1 080** entreprises d'accueil
- **400** professeurs
- **5 500** anciens

**20 ans** d'expérience  
de l'alternance à Bac +5

# L'ESM-A, la référence de l'alter

## Les atouts de l'ESM-A

Forte de près de 20 ans d'expérience de l'alternance et de ses relations avec les entreprises, l'ESM-A est devenue l'école référence en matière d'alternance. L'école entretient des relations avec de nombreuses entreprises partenaires et dispose de services dédiés afin d'accompagner au mieux les étudiants dans leur alternance.

L'École

### L'ESM-A, c' est...

- 1 ... La première école supérieure de management à Bac +5 proposant à tous ses candidats (de Bac +2 à Bac +5) l'intégralité de ses cursus en alternance.
- 2 ... La première école supérieure de management à avoir lancé l'intégralité de son programme post-Bac +2 en alternance dès 1993.
- 3 ... Une des toutes premières écoles supérieures de management à avoir lancé ses programmes de 3<sup>ème</sup> cycle en alternance dès 1996.
- 4 ... L'appartenance au 1<sup>er</sup> Groupe d'Enseignement Supérieur spécialiste de l'alternance de haut niveau, composé de 6 Écoles et Instituts de Management répartis sur 3 campus : Marne-la-Vallée/Paris, Vendée/Nantes et Chartres.
- 5 ... Le soutien et la confiance accordée par plus de 400 entreprises d'accueil.
- 6 ... Un réseau de près de 3 000 diplômés constitués de chefs d'entreprise et de cadres présents dans tous les secteurs d'activité.
- 7 ... Un corps professoral composé de spécialistes et de professionnels de haut niveau.
- 8 ... Deux départements au service des étudiants pour prospecter de nouvelles offres, encadrer, guider et former les étudiants dans le cadre de leur recherche d'entreprise (séminaires, forums entreprise, ateliers individuels, coaching...).
- 9 ... L'appui de 2 Chambres de Commerce et d'Industrie, la CCI d'Eure-et-Loir et la CCI de Seine-et-Marne, cette dernière visant tous les titres délivrés par l'ESM-A.
- 10 ... Située à 30 minutes de Paris, l'ESM-A poursuit son développement au sein de Marne-la-Vallée, région économique en plein essor. Leader de l'alternance, l'ESM-A tisse sans cesse des liens avec les entreprises de l'Est parisien mais aussi de toute l'Ile-de-France.



## Choisir un Master Spécialisé en alternance



### Tous nos masters spécialisés offrent...

#### Un enseignement de haut niveau

Grâce au MBA ou à l'une des 12 spécialisations proposées par l'ESM-A, les diplômés Bac +4/5 ont la possibilité d'acquérir une compétence de haut niveau dans un domaine ou secteur spécifique. Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent savoir et savoir-faire à travers des programmes étudiés pour répondre aux exigences actuelles et futures des entreprises.

Ces enseignements sont constamment réactualisés afin de proposer une formation adaptée à la réalité du marché.

#### Une réelle expérience professionnelle

Grâce à la formule 100% alternance, chaque Master Spécialisé offre le moyen d'acquérir une expérience professionnelle de 14 mois dans le domaine de compétence de son choix.

#### Un parcours professionnalisant

Tous les étudiants de l'ESM-A sans exception sont en alternance, au rythme de 2 jours à l'école et 3 jours en entreprise par semaine. Ils passent au minimum 60% de leur temps en entreprise chaque année, soit l'équivalent de 15 à 18 mois sur leur cursus de deux ans.

#### Une spécialisation au choix ou une double compétence

Outre sa formation généraliste de haut niveau, l'étudiant acquiert une spécialisation pointue de 2 années. Il peut développer une spécialisation sectorielle ou fonctionnelle.

#### Une formation prise en charge à 100% par l'entreprise d'accueil

Quelle que soit la formule d'alternance retenue, l'entreprise s'engage à financer l'intégralité des frais de formation de l'étudiant de Msa1 et Msa2 et à lui verser une indemnité ou rémunération mensuelle. Cet investissement peut constituer un pré-recrutement avant une éventuelle embauche.

#### Un titre Bac +5 visé par la CCI de Seine et Marne

Chaque titre Bac +5 est visé par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Seine-et-Marne, établissement public, partenaire de l'ESM-A. Le titre est décerné en fonction de critères académiques et professionnels liés à la spécialisation.

### EN CHIFFRES

#### • 38 jours

C'est le temps de recherche moyen pour trouver un premier emploi pour les Msa 2 cycles sortants.

#### • 32 K€

C'est le salaire annuel moyen d'embauche des 3<sup>ème</sup> cycles diplômés de l'ESM-A.

#### • 32% des étudiants ont eu une proposition d'embauche par leur entreprise d'accueil avant l'obtention de leur diplôme.

(Enquête menée auprès de 45% des diplômés du 3<sup>ème</sup> cycle de l'ESM-A Promotion 2010)

#### Une insertion professionnelle rapide

- 86% des étudiants ont été recrutés en moins de 6 mois, 64% en moins de 3 mois.
- 45% des étudiants ont été recrutés immédiatement à la sortie de l'école.



### DES MASTERS SPÉCIALISÉS CLASSÉS SMBG

Chaque année, le cabinet privé SMBG élabore un Classement des Meilleurs Masters, MS et MBA et formations spécialisées bac +5/bac +6 afin d'offrir une vision juste et précise des formations françaises les plus performantes.

Les formations auditées, qu'elles soient issues du secteur public (universités) ou du secteur privé (Grandes Écoles), se retrouvent classées dans plus de 40 spécialités, avec comme critères, la notoriété du programme et de l'établissement, les débouchés

et le salaire de sortie ainsi que le retour de satisfaction des diplômés.

Dans son dernier classement 2012, SMBG a récompensé l'ESM-A à trois reprises pour les Msa 2 suivants :

- " **Chef de Produit : de la production à la distribution** "
- " **Négociation et Développement Commercial** "
- " **Contrôle de gestion et Pilotage des organisations** "

# L'alternance, la formule gagnante



## La puissance de l'alternance...

Consciente des atouts de l'alternance, l'ESM-A a placé cette formule au cœur de son dispositif de formation.

L'École

## La période de formation en entreprise permet à l'étudiant

- de faire le lien entre l'enseignement et sa mise en œuvre,
- de consolider ses connaissances par la pratique,
- de forger son propre jugement sur la gestion d'une entreprise,
- d'avoir une vision globale de l'entreprise et de son environnement.

## Les atouts de l'alternance

- Application de l'enseignement en entreprise.
- Acquisition d'une expérience professionnelle d'une ou plusieurs années.
- Gratuité des frais de formation de l'école (pris en charge par l'entreprise d'accueil).
- Recrutement possible par l'entreprise d'accueil.

## NOS DEUX FORMULES

### LA CONVENTION DE STAGE ALTERNÉE Formule permanente

#### Possible en Msa1 et Msa2

- **Statut** : étudiant
- **Conditions particulières** : Aucune condition particulière n'est requise pour signer notre convention.
- **Rémunération** : Indemnité de stage correspondant à 12,5 % du plafond horaire de la Sécurité Sociale.
- **Avantages** : Frais de formation pris en charge par l'entreprise d'accueil ; rupture de la convention possible, un mois de préavis. Après le début des cours, un délai de gratuité d'un mois (renouvelable sous condition) est accordé à l'étudiant dans le cadre de sa recherche d'entreprise.

### LE CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION Formule optionnelle (au choix de l'entreprise)

#### Possible en Msa2

- **Statut** : salarié
- **Conditions particulières** : Etre de nationalité française, ou pour les étudiants étrangers détenir un visa salarié ; Les étudiants âgés de 26 ans et plus doivent être demandeurs d'emploi sauf s'ils sortent d'un contrat aidé.
- **Rémunération** :
  - < ou = 21 ans : 65 % du SMIC ou minimum conventionnel.
  - De 21 à 25 ans : 80 % du SMIC ou minimum conventionnel.
  - 26 ans et + : SMIC ou 85 % de la rémunération minimale prévue par la convention ou l'accord collectif de l'entreprise.
- **Avantages** : Bénéfice des avantages de l'entreprise (C.E., tickets restaurant...).

## et les ressources de notre École



Dans le cadre de la recherche d'une entreprise d'accueil, l'école dispose de nombreux dispositifs pour faciliter et orienter les recherches des étudiants.

### Le département d'orientation professionnelle (DOP)

Cette équipe encadre les étudiants dès leur arrivée, du Séminaire de Technique de Recherche d'Entreprise (STRE) jusqu'à la signature du contrat de stage. Elle aide les étudiants à définir leur projet professionnel par le biais d'ateliers, de sessions de coaching personnalisées. Elle assure également un suivi individuel afin de répondre aux problématiques rencontrées par les étudiants.

### Le département des relations extérieures entreprises (DREXE)

Une équipe prospecte en permanence pour trouver des entreprises d'accueil. A ce jour, plus de 400 entreprises font confiance à l'ESM-A et ce chiffre est en augmentation constante. Par ailleurs, l'école est membre de plusieurs associations de chefs d'entreprise qui comptent environ 400 adhérents.

### Le réseau des anciens

L'ESM-A, école membre du groupe HEMA (Haut Enseignement du Management en Alternance) réunit à ce jour plus de 5 500 anciens. Particulièrement actif, ce Réseau met en place des événements ayant pour objectif premier de préserver les valeurs partagées pendant le cursus des diplômés. Echanges d'expériences, partage de compétences, interventions durant les cours ; de rendez-vous sur le Campus sous forme de conférences aux « After Work » en petit comité, le Réseau s'anime, porté par l'enthousiasme de ses anciens. Les diplômés bénéficient d'un accès au site intra-communautaire au sein duquel ils ont accès à l'annuaire en ligne, aux offres d'emplois des entreprises partenaires, à des forums de discussions, à la banque d'images... <http://www.alumni.groupehema.eu>.

### L'ESM-A...



#### ... organise des forums entreprises

L'ESM-A organise trois forums par an, en juillet, septembre et octobre, réunissant des entreprises partenaires. Durant ces journées de rencontre, les étudiants peuvent s'entretenir avec des responsables RH issus de différents secteurs d'activité.

#### ... vous aide dans votre recherche

Un séminaire de Techniques de Recherche d'Entreprise (TRE) de 2 jours, un suivi mensuel d'une demi-journée ainsi qu'un atelier phoning sont proposés à chaque étudiant dès l'intégration au sein de l'école.

#### ... vous propose des outils spécifiques

Afin de mieux cibler et contacter les entreprises, une salle informatique ainsi que des fichiers sélectionnés sont à disposition des étudiants.

#### ... vous propose des offres

L'année dernière, plus de 600 postes ont été pourvus. Ces postes sont très variés tant au niveau des missions que des fonctions (assistant marketing, ingénieur commercial, assistant contrôleur de gestion, etc.).

#### ... vous offre un coaching personnalisé

Une équipe de professionnels procède à un suivi régulier et collectif.

# Les entreprises d'accueil

## Les partenaires de notre École

L'ESM-A compte de nombreux partenaires qui choisissent nos étudiants dans le cadre de l'alternance. Elles apprécient notre formule en alternance, le contenu de nos programmes pédagogiques et les relations que nous entretenons avec elles.

### DES PARTENAIRES PRIVILÉGIÉS



Certaines de ces entreprises sont devenues des partenaires privilégiés et intègrent chaque année de nombreux étudiants de l'école.

Le classement et la qualité de nos masters permettent aux étudiants de s'insérer rapidement dans le monde professionnel.

### PLUS DE 400 ENTREPRISES NOUS FONT CONFIANCE...

#### Sociétés de services

EUROPCAR INTERNATIONAL  
FRANCE TELECOM  
GDF SUEZ  
MANPOWER FRANCE  
MEDIA INSTITUTE  
SANOFI AVENTIS FRANCE  
SANTE MULTIMEDIA SYSTEMES  
TOYOTA FINANCEMENT  
VALUECLICK FRANCE...

#### Industries et travaux publics

AIR LIQUIDE  
MFP MICHELIN  
SAFRAN SNECMA  
SAINT-GOBAIN WEBER  
SITA FRANCE  
SPIE  
THALES GLOBAL SERVICES...



#### Distribution et commerce

AUCHAN FRANCE  
CARREFOUR  
CANDY HOOVER  
CORDIA  
DECATHLON  
DE NEUVILLE  
EUROPCAR INTERNATIONAL  
IDEAL STANDARD FRANCE KRAFT  
FOODS  
LIDL  
POINT P  
PRINTEMPS  
PROCTER & GAMBLE FRANCE...

#### Industrie alimentaire

BONGRAIN EXPORT OVERSEAS  
CHAMPAGNE BOLLINGER  
COMPTOIR DU CAVIAR  
DANONE FRANCE  
FRUIDOR SAS  
MARTINET  
NESTLE WATERS  
PETITJEAN S.A.S  
SAINT HUBERT  
SAS MANIN PANTIN  
WILLIAM SAURIN...

#### Banques et assurances

AXA FRANCE  
BNP PARIBAS  
BANQUE POSTALE  
CORTAL CONSORS  
GIE BNP PARIBAS  
GROUPE NATIXIS INTEREPARGNE  
LA MONDIALE...

#### Technologie et télécommunications

ALTRAN CIS  
BOUYGUES TELECOM  
MICROSOFT FR  
NEC COMPUTERS SA  
ORANGE BUSINESS SERVICES  
TECH DATA France  
SAGE SAS...

#### Tourisme et Luxe

ACCOR  
DESCAMPS  
ESTEE LAUDER COMPANIES EUROPE  
GUERLAIN SA  
L'OREAL SOPROREAL  
PAUL SMITH LIMITED  
SHISEIDO EUROPE  
QUEENS ACADEMIC GROUP...

### A SAVOIR...

Notre formule en alternance favorise les liens directs entre l'entreprise, l'étudiant et son école.

- **91%** des maîtres de stage interrogés ont l'intention de renouveler le recrutement de leur stagiaire
- **95%** des maîtres de stage interrogés sont satisfaits voire très satisfaits des stagiaires qu'ils ont accueillis.
- **94%** des maîtres de stage interrogés sont satisfaits voire très satisfaits de l'ESM-A.

(Enquête menée auprès d'un échantillon de diplômés 3<sup>ème</sup> cycle de l'ESM-A Promotion 2010)

### LES RAISONS DU SUCCÈS

- Notre formule en alternance favorise les **liens directs** entre l'entreprise, l'étudiant et son école (il n'y a pas de démarche administrative).
- En fonction de leur besoin, les entreprises peuvent **former leurs futurs collaborateurs** devenus opérationnels.
- Les tuteurs peuvent **confier de longues missions** et bénéficier de l'apport de nouvelles idées.
- Les entreprises peuvent **bénéficier de compétences de haut niveau** de bac + 2 à bac + 5.

## Une insertion professionnelle garantie

Grâce aux apports d'une formation spécialisée de haut niveau, les étudiants en Msa2 de l'ESM-A bénéficient d'une réelle double compétence, profil très prisé des recruteurs. De plus, avec quatorze mois d'expérience professionnelle, ils deviennent très rapidement opérationnels sur le marché du travail. Nos résultats en témoignent...

### UN TEMPS DE RECHERCHE TRÈS COURT

- Le temps de recherche moyen pour trouver un **premier emploi** a été de **41 jours** pour les Msa2 sortants.

### UNE INSERTION PROFESSIONNELLE TRÈS RAPIDE

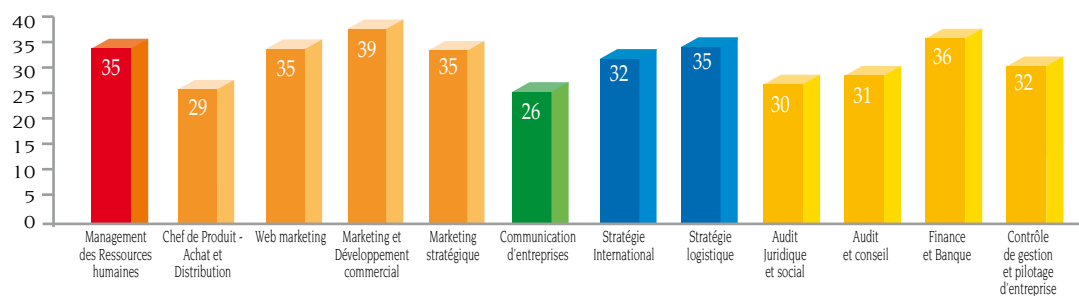
- **45 %** des diplômés ont été **immédiatement** recrutés dès leur sortie de l'école.
- **64 %** ont été recrutés **en moins de 3 mois**.
- **86 %** ont été recrutés **en moins de 6 mois**.

### UN RECRUTEMENT IMMÉDIAT PAR L'ENTREPRISE D'ACCUEIL

- **32 %** des étudiants (promotion 2009) ont eu une proposition d'embauche par leur entreprise d'accueil avant l'obtention de leur diplôme.

### UN SALAIRE D'EMBAUCHE PROMETTEUR

Salaire moyen d'embauche des étudiants de Msa2 par spécialité (en K euros)



Enquête réalisée auprès de 45% des diplômés de 3<sup>e</sup> cycle promotion 2010.

### EXEMPLES DE POSTES OCCUPÉS PAR LES DIPLÔMÉS DE MSA2

#### • Pôle « Management »

BP France : Environmental Business Manager, DELL : Sales Executive pour les petites et moyennes entreprises, DECATHLON DEUTSCHLAND : Responsable Univers...

#### • Pôle « International / Logistique »

CREDIT AGRICOLE : Responsable des Affaires Internationales, RHODIA : Responsable Douane Europe, EADS INTERNATIONAL : Marketing Manager Asie du Nord, UNIVERSAL MUSIC GROUP : Responsable Forecast planning junior...

#### • Pôle « Marketing »

SOCIETE GENERALE : Responsable Marketing, NESTLE France : Responsable de Secteur, AXA FRANCE ASSURANCE : Chef de Projet Marketing, MICROSOFT : Chef de Produits, GENERALI ASSURANCE : Chef de Projet Marketing, SIEMENS : Chef de Projet e-business, L'OREAL : Chef de Produits Marketing...

#### • Pôle « Communication »

SNECMA : Responsable Communication Evénementiel, THOMAS COOK : Responsable de Communication Interne, ALSTOM POWER SERVICE : Chargé de Communication, CREDIT AGRICOLE : Attachée de Presse, UNIVERSAL MC COM : Chef de marques...

#### • Pôle « Ressources Humaines »

BOUYGUES CONSTRUCTION : Responsable RH, GAZ DE FRANCE : Cadre RH, ALSTOM : Responsable RH, NESTLE WATERS : Responsable du Personnel, SNCF : Consultante à la DRH, AREVA : Chargé des RH...

#### • Pôle « Gestion / Finance »

ACCENTURE SAS : Contrôleur de Gestion Projets, BOUYGUES TELECOM : Contrôleur de Gestion, HSBC PRIVATE BANK : Auditeur Interne, ALSTOM : Contrôleur de Gestion, CAISSE D'EPARGNE : Chargé d'Etudes, ERNST AND YOUNG : Consultant, IBM : Consultant...



# Le programme pédagogique

Acquérir une formation managériale généraliste et se spécialiser

Durant la première année, les étudiants de Msa1 acquièrent une formation en management général avant de choisir leur spécialisation parmi les 32 programmes de Msa2/MBA.

## Msa1 : acquérir une formation managériale généraliste et se pré-spécialiser

Les étudiants bénéficient parallèlement d'une expérience professionnelle rendue possible par l'alternance. Les périodes d'alternance s'effectuent au rythme de 2 jours à

l'école et 3 jours en entreprise par semaine. Le Msa permet d'acquérir une double compétence et d'obtenir les atouts pour consolider et réussir sa carrière professionnelle.

L'École

### PROGRAMME PÉDAGOGIQUE MSA1 - ACCÈS À BAC+3

#### Management de l'entreprise

- Fonctionnement de l'entreprise
- Management de projet
- Gestion des Ressources Humaines
- Commerce International

#### Management au quotidien

- Le recrutement
- Management des équipes
- Techniques de négociation

#### Marketing et Management

- Marketing fondamental
- Analyse sectorielle
- Prix produits

#### Marketing et Communication

- Les règles de la communication
- Management du discours
- Plan de communication

#### Droit et Management

- Droit des sociétés
- Le droit des contrats
- Droit du contrat de travail
- Données fiscales et sociales

#### Environnement de l'entreprise

- Les institutions politiques françaises et européennes
- Macro-économie
- Micro-économie
- Géopolitique
- Développement Durable
- Histoire et actualités

#### Management financier

- Finance pour Manager
- Outils de gestion

#### Projet professionnel

- Techniques de recherche d'entreprise
- Auto bilan personnel puis professionnel

#### Anglais

- Thématique sectorielle ; Gestion, Marketing, Ressources Humaines

#### Conférences

- Conférence métiers
- Conférence des directeurs de Msa2

## Msa2 : se spécialiser ou acquérir une double compétence

Dispensées par des professionnels, ces spécialisations viennent compléter un bac+4 ou bac +5 suivi dans une école de com-

merce, d'ingénieurs ou dans une université. L'étudiant peut ainsi se spécialiser ou développer une double compétence.

### PROGRAMME DE MANAGEMENT COMMUN A TOUTES CES SPÉCIALISATIONS

#### Fonctionnement de l'entreprise

Notions juridiques, fiscales et sociales ;  
Systèmes d'organisation ;  
Environnement et positionnement.

#### Approche Marketing

Concepts marketing ;  
Notion de marché ;  
Connaissance du marché ;  
Les actions ;  
Le plan Marketing.

#### Finance pour Manager

Evaluation d'une activité économique ;  
Le compte de résultat ;  
Budget et trésorerie.

#### Management de la qualité

Impératifs de qualité ;  
La qualité totale ;  
La démarche qualité ;  
Démarche de certification.



## L'organisation du Master Spécialisé en alternance

Décliné en 2 ans, le programme de « Master spécialisé en alternance » s'inscrit dans le cadre de la réforme LMD, permettant à un étudiant titulaire d'un Bac +3 de valider en 2 ans un **titre Bac +5 spécialisé**. Construit sur la formule 100% alternance, il permet d'acquérir une double compétence et de développer une expertise facilitant l'insertion dans la vie active.

### Msa 2 - MBA

32 programmes spécialisés (après Bac +4/5)  
14 mois / 100% Alternance

#### ESM-A : 12 spécialisations fonctionnelles

##### Ressources Humaines

- Management des Ressources Humaines

##### Marketing/Communication

- Chef de Produit : de la production à la distribution
- Marketing Stratégique : Marques et Produits
- Web Marketing
- Négociation et développement commercial
- Communication d'entreprise

##### International

- Stratégie Internationale
- Stratégie Logistique
- Management des achats

##### Gestion/Finance

- Audit et conseil
- Contrôle de gestion et pilotage des organisations
- Banque / Finance

#### MBA

- International Business Management

#### ESCI

##### Programme Grande École

- Management international
- Marketing international

#### ISEAM : 9 spécialisations sectorielles

##### Management Général

- Management opérationnel et conduite de projet
- Intelligence économique et compétitivité

##### Management Sectoriel

- Management et marketing du luxe
- Management de la santé
- Management du tourisme, de l'hôtellerie et des loisirs
- Management de la culture et des médias
- Gestion du patrimoine, de l'assurance et de l'immobilier

##### Communication

- Communication événementielle et promotionnelle

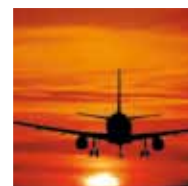
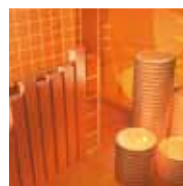
##### International

- Développement international avec l'Asie

#### ISEADD : 8 spécialisations

##### Développement Durable

- Management et Développement Durable
- Développement local durable et collectivités territoriales
- Management durable de l'énergie, de l'eau et des déchets
- Management durable de l'habitat, de l'urbanisme et des transports
- Management durable des organisations solidaires, des associations et des mutuelles
- Management durable et Qualité - Sécurité - Environnement (QSE)
- Management durable et Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)
  - Marketing durable éco-communication, achats responsables



Entretien de motivation

### BAC +4/5

Toutes origines...

Étudiants de Masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'Ingénieurs, de commerce, de management et d'universités.

Entretien de confirmation du choix de la spécialisation

### Msa 1

(Master spécialisé en alternance 1<sup>ère</sup> année)

Programme commun de management général

12 mois/100% Alternance

Année préparatoire au choix de la spécialisation de 2<sup>ème</sup> année

Elle offre la possibilité à chaque étudiant de suivre dans un premier temps une formation managériale généraliste afin de préparer le choix de la spécialisation (en Msa 2).

Découverte des métiers, des secteurs d'activité et des spécialisations.

Entretien de motivation

### BAC +3

Filières scientifiques, littéraires, juridiques...

Étudiants titulaires d'un diplôme Bac +3 (Licence 3, Bachelor...) issus de filières :

- Scientifiques (mathématiques, biologie, chimie, physique...),
- Littéraires (lettres, langues...),
- Sciences humaines (histoire, géographie, sociologie, psychologie...),

• Juridiques, techniques ou artistiques n'ayant jamais abordé les domaines du management, de la gestion ou du commerce.



# Management des Ressources Humaines

## FINALITÉ

Former des managers capables de gérer et développer un centre de profits après avoir développé leurs capacités à conduire un projet en sachant fédérer leur équipes.

## PUBLIC

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles de commerce, de management et d'écoles d'ingénieurs... (Aucun pré-requis en Gestion des Ressources Humaines n'est exigé).

## MÉTIER VISÉS

DRH, responsable Ressources Humaines, responsable de communication interne, responsable de la gestion des carrières, responsable de la formation et du développement des relations sociales, responsable du recrutement...

## OBJECTIFS

Il s'agit de former et préparer les futurs cadres du management des ressources humaines à :

- animer un service de direction des Ressources Humaines,
- conduire un projet global dans le domaine de la gestion des Ressources Humaines (GRH),
- concevoir et développer une réponse stratégique et technique à une question particulière de la GRH,
- pratiquer l'écoute et négocier avec les partenaires économiques et sociaux de l'entreprise,
- s'adapter rapidement dans un environnement RH.

Les cours sont dispensés par des praticiens du Management, de la GRH, des consultants (en organisation et GRH) et des enseignants.

## PROGRAMME DES COURS

### Management général

(détail p. 10)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Approche Marketing**
- **Finance pour Manager**
- **Management de la qualité**

### Stratégie, Politique et Management des Ressources Humaines

- **Stratégie et Fonction RH**  
Enjeux socio-économiques de la GRH ; Fondamentaux RH ; Politiques sociales.

### Management des Organisations

Les composantes de l'organisation ; Structures et stratégies ; incidences RH ; Configurations organisationnelles.

### Organisation du travail et des RH

Evolution et concepts ; Des théoriciens aux praticiens ; Outils d'analyse et de réflexion.

### Sociologie des Organisations

Les normes et l'organisation ; De l'Institution à l'Individu.

### Relations Interculturelles

Modes de relations interculturelles ; Développement d'équipes multiculturelles.

### Prévention et gestion des Risques psychosociaux (RPS)

Définition, environnement, Incidences (pour les salariés, l'entreprise) ; Les enjeux, le plan santé ; Diagnostic et plan d'actions ; Gestion de crise.

### La RSE

Les facteurs d'émergence ; L'entreprise citoyenne et le Développement Durable social.

### Droit social européen

La circulation des salariés dans l'UE (les différents cas) ; Unification des normes.

### Santé et sécurité au travail

Les problématiques, les enjeux ; Les systèmes de management ; La médecine au travail.

### Développement des Ressources Humaines

- **GPEC**  
Politique sociale et compétences ; Référentiels ; Cartographie métiers ; Grilles.

### Recrutement

Politique et méthodes de recrutement ; Fiches de poste ; Définitions de fonction ; Annonces ; E-recrutement.

### Techniques d'entretiens et/ou de négociations

Enjeux ; Méthodes ; Mises en situation.

### Evaluation et gestion des compétences

Identification ; Tests et outils d'évaluation.

### Formation et Plan de Formation

Conception, réalisation et suivi des plans de formation ; Enjeux, méthodes, techniques et mises en œuvre (approche pratique) ; CIF, DIF et VAE (enjeux, démarches, mises en œuvre, suivi).

### Management d'équipes / Management des RH

Enjeux et perspectives ; Management ; Implication ; Motivation.

### Mobilité internationale

Gestion des carrières ; Environnement international...

### Gestion administrative des Ressources Humaines

- **Droit du contrat de travail**  
La conclusion du contrat ; Les différents contrats, les clauses ; Les modifications de contrat.

### Durée du travail

La durée légale ; Les heures supplémentaires ; L'annualisation du temps de travail ; Les conventions de forfait.

### Pouvoir disciplinaire

Le règlement intérieur ; La rupture du contrat de travail ; Le conseil des Prud'hommes.

### Responsabilité pénale et délégation de pouvoir

Prévention ; Répression ; Responsabilités ; Principales Infractions

### Gestion des RH au quotidien

Les divers types de congés (Indemnisation, Accidents du travail, Maladie, etc) ; Obligations de l'employeur, du salarié ; Gestion, suivi.

### Gestion des retraites et rémunération collective

Les différents systèmes (de base, complémentaires) ; Mise en place, incidences fiscales et sociales ; Critères de choix ;

### La Rémunération du travail

Elaboration et administration de la Paye ; Les charges patronales et salariales ; Classification.

### La maîtrise des coûts sociaux

Analyse de la Masse salariale ; Les fondements ; Les indicateurs ; Tableaux de bord.

### Contrôle Interne / Audit Social

Analyse et Contrôle de la conformité ; Méthodes d'intervention ; Evaluation de la stratégie.

### Contrôle URSSAF

Le système social français actuel ; Objet et procédure de contrôle.

### Communication et Relations Sociales

#### Les Institutions Représentatives du Personnel

Les différents partenaires (fonctionnement, missions, moyens) Les régimes de protection.

#### Relations collectives & individuelles

Les conventions collectives ; Les conditions d'application ; La négociation collective (pratiques).

#### Gestion des conflits sociaux

Prévention et identification des conflits sociaux (dispositif de veille), stratégies des acteurs, règlement des conflits.

#### Communication et RH

Communication interne (pratiques en entreprise) ; Le plan de communication (définition, mise en œuvre) ; Conduite d'une stratégie (méthode et outils)

#### SIRH

Mise en œuvre d'une solution, recueil de l'information, choix des actions, conception et mise en place de tableaux de bords sociaux.

# Chef de produit

## Production - Distribution - Services

### FINALITÉ

Mettre en œuvre, dans les entreprises de services, de production ou de distribution, les gammes de produits, assurer la relation client et la relation fournisseur, optimiser la gestion de gamme.

### PUBLIC

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs ou de commerce, de facultés de médecine ou de pharmacie.

### MÉTIER VISÉS

Chef de produit « marque », chef de produit « marque de distributeur », chef de produit import, chef de produit « services », chef de produits durables, chef de produit en PME, chef de produit international, chef de groupe produits, directeur des achats...



## OBJECTIFS

Ce troisième cycle a pour objectif de former des personnes capables :

- d'analyser un marché,
- de comprendre le comportement du consommateur,
- de réaliser un positionnement de gamme,
- de gérer la relation fournisseur,
- de piloter les objectifs et d'analyser les écarts,
- d'être réactif par rapport au marché.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent leur savoir et savoir-faire à travers un programme qui répond aux besoins de l'entreprise.

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Bernard NINAUVE

#### Responsable du Msa2

Licence ès Sciences économiques,  
Ancien directeur du marketing et des achats en grande distribution.

### Xavier BARRET

ICN,  
Consultant-formateur en marketing,  
Ancien directeur marketing international.

### Michelle PETITGENET

Certificat de logistique achats international (Paris-Dauphine),  
Expert/assesseur à la commission de conciliation et d'expertise douanière,  
Ancienne directrice Import/Export - Le Printemps,  
Conseiller du commerce extérieur de la France

Ce programme s'adresse à ceux qui veulent devenir les futurs responsables des gammes de produits de PME, de grandes marques, de centrales d'achats des grandes enseignes.

## PROGRAMME DES COURS

### Management général

(détail p. 10)

- Fonctionnement de l'entreprise
- Approche Marketing
- Finance pour Manager
- Management de la qualité

### Marketing général

- Approche Marketing
- Politique prix et produit
- Etudes de marché
- Droit du marketing
- Plan marketing

### L'environnement du chef de produit

- **Les Distributeurs en France**  
Panorama des distributeurs en France ;  
La segmentation du marché ;  
Les stratégies produits.
- **Les entreprises de production et les marques**  
La segmentation du marché ;  
Les grandes marques françaises et internationales ; Les stratégies produits.
- **Les centrales d'achats**  
Les centrales d'achats directives et non directives ; Organisation, stratégies ;  
Les super centrales.
- **Le métier de chef de produit**  
Management ; Gestion ;  
Organisation ; Créativité.

### Chef de produit et management

- **Le management des équipes**  
Les relations humaines dans l'entreprise ; La conduite de réunion ;  
Le management au quotidien ;  
L'entretien d'activités.
- **Le comportement du consommateur**  
Consommateur et marques ;  
Consommateur et prix ;  
Consommateur et qualité ;  
Le processus d'achat.
- **Management de la relation client ; CRM**  
Les outils de fidélisation ;  
Les garanties ; Le S.A.V. ;  
Les bases de données.
- **Management de la relation fournisseur**  
Trade marketing ;  
Les critères de choix ;  
Les critères d'efficacité ;  
L'analyse de la valeur.
- **Le produit**
- **Marketing de l'innovation**  
Le processus ;  
Les intervenants ;  
Les marchés test ;  
La communication.

### Le packaging

Les fonctions ; Les qualités ; Les normes ; Packaging et consommateur.

### La gamme de produit

L'analyse interne ; L'analyse externe ;  
L'optimisation des parts de marché ;  
Les budgets d'achats.

### Etudes de cas

Création de gamme et analyse de marché ;  
Création de gamme et merchandising point de vente ;  
Packaging et distributeurs.

### Le merchandising

Le merchandising point de vente ;  
Le merchandising linéaire ;  
Les ratios ; L'analyse des résultats.

### Chef de produit et communication

#### Stratégie des marques nationales

La communication image ;  
La promotion des ventes ;  
Légitimité effet de source ;  
Positionnement.

#### Communication des distributeurs

La communication hors média ;  
La communication point de vente ;  
ILV, PLV.

### Les techniques du chef de produit

- **Technique du commerce international**  
Techniques de transport ;  
Les incoterms ; Les douanes.
- **Technique de négociation**  
Les principes ;  
La préparation ;  
L'argumentaire.
- **La logistique**  
Logistique et fournisseurs ;  
Traçabilité des produits ;  
Prévision et gestion de produits ;  
La supply chain.

### Chef de produit et gestion

- **Les outils de gestion**  
Calcul de marge ;  
Promotion et marge ;  
Calcul d'élasticité ;  
Seuil de rentabilité ;  
La gestion des écarts.
- **Les stratégies d'achats**  
Leverier d'achats ;  
Optimisation des achats ;  
Gestion du parc fournisseurs.
- **Le packaging**  
Les codes ;  
Packaging et image produit.

Le descriptif des cours ci-dessus est susceptible d'être modifié pour mieux répondre aux évolutions du monde professionnel. Pour plus d'informations, se reporter à notre site : [www.esm-a.eu](http://www.esm-a.eu)



# Marketing stratégique

## Marques et Produits

### FINALITÉ

Élaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing et piloter les variables du mix.

### PUBLIC

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs ou de commerce, d'universités, des facultés de médecine ou de pharmacie.

### MÉTIER VISÉS

Marketing manager, brand manager, chargé d'études, consultant, responsable de marché.

## OBJECTIFS

Ce troisième cycle a pour objectif de former des professionnels capables :

- d'identifier, mesurer, et exploiter des opportunités de croissance,
- de définir et utiliser un programme d'études marketing,
- de concevoir et mettre en œuvre une offre marketing innovante,
- d'élaborer des politiques marketing cohérentes et rentables,
- d'optimiser les politiques marketing au niveau international.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent leur savoir et savoir-faire à travers un programme qui répond aux besoins de l'entreprise.

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Benoît PASCAUD

#### Responsable du Msa2

MBA HEC, Sciences Po Paris, Licence en droit, Ancien directeur marketing Europe, Gérant de société.

### Jean-Pierre LE BIGRE

ENSBA (section architecture), ICI (Institut de commerce international), Administrateur de l'ODASCE, Membre associé des conseillers du commerce extérieur.

### Bernard NINAUVE

Licence ès Sciences économiques, Ancien directeur du marketing et des achats en grande distribution.

Ce programme s'adresse à ceux qui veulent devenir des professionnels de haut niveau dans les entreprises souhaitant se développer sur de nouveaux marchés et notamment à l'international.

## PROGRAMME DES COURS

### Management général

(détail p. 10)

- Fonctionnement de l'entreprise
- Approche Marketing
- Finance pour Manager
- Management de la qualité

### Marketing général

- Géopolitique
- Politique produit prix
- Les règles de la communication
- Etudes de marché
- Droit du marketing
- Plan marketing

### Environnement de marché

- Géopolitique  
Théories ; Sources de conflits ; Evolution des puissances ; Europe.
- Zones de libre-échange  
Potentiels économiques ; Démarche et politiques ; Pratiques et relations d'affaires.
- Economie internationale  
Histoire et géographie économique ; Echanges internationaux ; Globalisation des échanges.

### Etudes quantitatives

Panels et études ad hoc ; Conception ; Analyse pratique.

### Etudes qualitatives

Objectifs ; Principes d'animation ; Réalisation d'un focus group ; Analyse.

### Stratégies de positionnement

• Stratégies de marques  
Fonctions et typologie ; Stratégies de croissance ; Dynamique de portefeuille ; Adaptation.

### Comportement du consommateur

Consommateur et marques ; Consommateur et prix ; Consommateur et qualité ; Les processus d'achat.

### Positionnement et développement de gammes

Croissance par l'offre ; Différenciation ; Structure de gammes ; Category management.

### Packaging et design

Fonctions ; Attributs ; Normes ; Fonctionnalités ; Valeur consommateur.

### Stratégies de développement

• Communication publicitaire  
Copy strategy et planing stratégique ; Message publicitaire ; Media planning ; Evaluation de campagne.

### Communication hors media

Sponsoring ; Relations publiques ; Marketing direct ; Promotion des ventes.

### Stratégies de distribution

Business model ; Accès aux marchés ; Chanel management.

### E-marketing

Chiffres clés ; Stratégies ; Design et ergonomie ; Références ; Sites marchands.

### Marketing international

Macro segmentation et approches globales ; Enjeux d'harmonisation de l'offre produits, allocation des ressources et organisation ; Développement de programmes internationaux

### Outils de gestion

• Technique du commerce international  
Techniques de transport ; Les incoterms ; Les douanes.

### Rentabilité de l'activité

Calcul de marge ; Elasticité prix ; Seuil de rentabilité ; Gestion des écarts.

### Droit des contrats

Achats/ventes ; Franchise ; Sous-traitance ; Licence.

Le descriptif des cours ci-dessus est susceptible d'être modifié pour mieux répondre aux évolutions du monde professionnel. Pour plus d'informations, se reporter à notre site : [www.esm-a.eu](http://www.esm-a.eu)

# Web Marketing

## ■ FINALITÉ

Maîtriser les nouveaux savoirs issus du web pour évoluer dans les fonctions marketing des entreprises click & mortar (sociétés présentes à la fois sur le web et dans l'économie traditionnelle).

## ■ PUBLIC

Etudiants ayant des connaissances de base en marketing, titulaires dans ce domaine de maîtrises ou masters (ou DEA, DESS) universitaires (AES, MSG...). Diplômés d'écoles d'ingénieurs, d'écoles de commerce, de management ou d'un IUP. Une connaissance approfondie de l'informatique n'est pas nécessaire.

## ■ MÉTIERS VISÉS

Directions marketing et directions générales des entreprises de l'économie on-line (Trafic managers, responsables affiliation, consultant media on-line, chargé de référencement).



## ■ OBJECTIFS

Ce troisième cycle a pour objectif de former des personnes capables :

- de maîtriser les différentes fonctions liées au management général d'une entreprise,
- d'analyser une situation professionnelle pour bâtir une stratégie de développement faisant appel au marketing du web.
- de mettre en œuvre un plan d'action intégrant des moyens de communication on-line et off-line,
- de maîtriser les nouveaux outils liés aux métiers émergents du marketing de l'information (bases de données marketing, économie de l'Internet...),
- de gérer et piloter une activité e-marketing ou une activité marketing de l'économie traditionnelle faisant appel aux nouvelles technologies,
- d'optimiser le référencement et la visibilité d'un site.

## ■ CONSEIL D'ORIENTATION

### **Benoît PASCAUD**

#### **Responsable du Msa2**

MBA HEC, Sciences Po Paris, Licence de droit, Ancien directeur marketing Europe, Gérant de société.

### **Benoît DOMIS**

Reims Management School, Formateur NTIC.

### **Bernard NINAUVE**

Licence ès Sciences économiques, Ancien directeur du marketing et des achats.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent savoir et savoir-faire à travers un programme construit pour répondre aux besoins actuels et futurs des entreprises. Ils sont ou ont été dirigeants ou consultants auprès d'entreprises liées aux nouvelles technologies.

## PROGRAMME DES COURS

### **Management général**

#### • **Fonctionnement de l'entreprise**

Notions juridiques, fiscales et sociales ; Systèmes d'organisation ; Environnement et positionnement.

#### • **Approche Marketing**

Concepts marketing ; Notion de marché ; Connaissance du marché ; Les actions ; Le plan Marketing.

#### • **Finance pour Manager**

Evaluation d'une activité économique ; Le compte de résultat, budget et trésorerie.

#### • **Management de la qualité**

Impératifs de qualité ; La qualité totale ; La démarche qualité ; Démarche de certification.

### **Data Intelligence**

#### • **Systèmes d'information**

L'évolution de l'informatique ; Les ERP ; Informatique de gestion.

#### • **La chaîne de valeur des NTIC**

Convergence réseaux, media, équipements ; Médias numériques ; Télécommunications mobiles ; Globalisation des approches.

#### • **Maîtrise des outils statistiques**

Apprentissage des principales fonctions du logiciel Business Objects ; Analyses marketing et outils de segmentation.

#### • **Web Analytics**

La mesure des résultats sur Internet ; Bilan de campagne et principaux ratios de tracking.

### **Stratégie marketing**

#### • **Etudes de marché :**

Démarche qualitative ; Démarche quantitative ; Outils d'analyse.

#### • **Intégration des développements technologiques**

Les grandes tendances et les nouveaux outils du Web ; Les futurs courants porteurs de valeur et de nouveaux comportements ; Impact de la prospective sur les programmes marketing et commerciaux.

#### • **Cybermarketing :**

Du web 2.0 au web 3.0 ; Les outils du Cybermarketing ; Les blogs marketing.

#### • **Analyse stratégique :**

Les schémas de Porter, l'analyse de la valeur ; Innovation et Domination par les coûts ; Stratégie "Océan Bleu".

### **Stratégie de développement commercial**

#### • **E-CRM**

La communication e-mailing ; Les différentes formes de e-tracking.

#### • **Développement et e-commerce**

Comment développer commercialement un site de e-commerce ?

#### • **Web et édition :**

Comment utiliser les outils web : l'exemple du secteur de l'édition

#### • **E-Business (cours en anglais)**

Sites marchands et business models ; Stratégies et programmes de développement.

### **Communication et Web**

#### • **Techniques rédactionnelles sur le web**

Concevoir un éditorial sur le web ; La rédaction d'une newsletter ; Objet et contenu.

#### • **Développer son site Internet**

Les outils de développement et les enjeux techniques ; Ergonomie d'un site web ; Règles de design ; Navigation.

#### • **Référencement**

Les techniques de référencement naturel et payant ; Search et positionnement.

#### • **E-Publicité :**

Bâtir son plan media on-line ; Les différents formats (bannières, rich media...).

#### • **Marketing communautaire**

La blogosphère, les réseaux sociaux et la communication ; Le marketing viral.

#### • **Création graphique**

Techniques de création et retouche d'image.

#### • **Affiliations et partenariats**

Affiliés et affiliés ; La démultiplication des campagnes de e-publicité.

### **Communication Off-line**

#### • **Stratégies de communication**

Définition des cibles ; Stratégie de moyens ; Création et media.

#### • **Stratégies Media**

Choix des médias en communication off-line : TV, radio, presse, affichage, indicateurs clés.



# Négociation et développement commercial

## ■ FINALITÉ

Elaborer et mettre en œuvre des stratégies commerciales, animer des équipes de vente et conduire des négociations complexes.

## ■ PUBLIC

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs ou de commerce, d'universités, de facultés de médecine ou de pharmacie.

## ■ MÉTIERS VISÉS

Chef de secteur, responsable grands comptes, directeur des ventes, ingénieur d'affaires, Business account manager.



## OBJECTIFS

Ce troisième cycle a pour objectif de former des professionnels capables :

- de maîtriser la négociation de haut niveau dans un contexte international,
- d'élaborer des solutions clients complexes et rentables,
- de concevoir des politiques de distribution adaptées à des stratégies de croissance,
- d'animer des équipes de vente et des partenaires commerciaux,
- d'optimiser le management des points de ventes.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent savoir et savoir-faire à travers des cours élaborés pour répondre aux besoins actuels des entreprises.

Ce programme s'adresse à ceux qui veulent devenir des professionnels de la négociation de haut niveau et du développement d'affaires dans un contexte international.

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Benoît PASCAUD

#### Responsable du Msa 2

MBA HEC, Sciences Po Paris,  
Licence en droit,  
Ancien directeur marketing Europe,  
Gérant de société.

### Jean Pierre LE BIGRE

ENSBA (section architecture),  
ICI (Institut de commerce international),  
Administrateur de l'ODASCE,  
Membre associé des conseillers du commerce extérieur.

### Bernard NINAUVE

Licence ès Sciences économiques,  
Ancien directeur du marketing et des achats en grande distribution

## PROGRAMME DES COURS

### Management général

(détail p. 10)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Approche Marketing**
- **Finance pour Manager**
- **Management de la qualité**

### Négociation

#### • Négociation commerciale

Préparation ;  
Argumentation ;  
Techniques ;  
Training.

#### • Négociation grands comptes

Organisation customer centric ;  
Outils d'optimisation ;  
Scénarios de négociation.

#### • Customer solutions (en anglais)

Marketing BtoB ;  
Negotiation skills ;

#### • Creative customer packages

Exploitation des études de marché ;  
Etudes quantitatives et panels ;  
Etudes qualitatives ;  
Argumentation.

### Business Development

#### • Circuits de distribution

Centrales d'achat ;  
Grossistes, distributeurs ;  
Franchises et réseaux ;  
VAD.

#### • Stratégie de distribution

Business model ; Accès aux marchés ;  
Chanel management.

#### • Outil CRM

Intelligence commerciale ;  
Systèmes d'optimisation ;  
Programmes de développement.

#### • Politiques prix-produits

Assortiment produit ;  
Rôle de l'innovation ; Gamme de prix.

#### • Economie internationale

Histoire et géographie économique ;  
Echanges internationaux ;  
Globalisation des échanges.

#### • Communication des enseignes et marques

Classification client ; Client flux ;  
Client trafic ; Relation avec les marques.

### Optimisation de l'espace de vente

#### • Management du point de vente

Implantation ; Aménagement ;  
Merchandising et category management.

#### • Promotion des ventes

Objectifs ;  
Mécaniques et techniques ;  
Politiques promotionnelles.

#### • Gestion de gamme

Plan de collection ; Analyse interne et externe ; Le P.A.M.

#### • E-commerce

Chiffres clés ; Stratégies ;  
Design et ergonomie ;  
Référencements ;  
Sites marchands.

### Outils de Management

#### • Leadership d'équipes de ventes

Organisation commerciale ;  
Animation et motivation ;  
Equipes de ventes externes.

#### • Gestion des flux

Working capital ;  
Approvisionnements ;  
Gestion des stocks ;  
Solutions logistiques.

#### • Commerce international

Incoterms ;  
Transports ;  
Import/export ;  
Moyens de paiement.

#### • Outils de gestion

Calcul de marge ;  
Elasticité prix ;  
Seuil de rentabilité ;  
Gestion des écarts.

#### • Calculs des prix de vente/achat

Méthodes ;  
Eléments de calcul ;  
Accords commerciaux ;  
Gestion des risques.

#### • Droit des contrats

Achat/ventes ;  
Franchise ;  
Sous-traitance ;  
Licence.

### Droit de la relation commerciale

Conditions commerciales ;  
Conditions générales de vente ;  
Fonds de commerce.



# Communication d'entreprises

## Publicité - stratégie médias et créative

### FINALITÉ

Analyser, concevoir, mettre en pratique une stratégie de communication globale et plus spécifique selon les cibles : annonceurs, presse, institutions, etc.

### PUBLIC

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles de commerce, d'ingénieurs et d'instituts d'études politiques.

### MÉTIER VISÉS

Chargé de communication, chargé des relations presse, chargé des relations publiques, chef de projet, responsable de publicité, journaliste/rédacteur, média-planneur, chargé d'études média.



## OBJECTIFS

Ce Msa2 est ouvert à ceux qui n'ont pas ou peu de connaissances dans le domaine de la communication et qui souhaitent acquérir une formation spécialisée. Ce 3<sup>ème</sup> cycle a pour objectif de former des personnes capables de :

- former de futurs responsables à la conception des stratégies de communication,
- former des futurs cadres d'entreprise ou d'institution, capables de développer l'image, la marque ou le portefeuille de marques,
- acquérir une bonne maîtrise de la gestion des opérations de fabrication d'une publication interne ou externe,
- former des cadres capables de manager une entreprise de presse ou de communication,
- former des journalistes/rédacteurs de presse écrite et de pages Web.

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Jack BAKERMAN

#### Responsable du Msa2

Consultant en communication,  
Formateur consultant.

### Alain CONGE

DEA de Sciences Politiques,  
Journaliste.

### Isabelle SORREL-GOETZ

DEA de lettres,  
Master de communication/PNL,  
Formateur Consultant.

## PROGRAMME DES COURS

### Management général

#### • Fonctionnement de l'entreprise

Notions juridiques, fiscales et sociales ;  
Systèmes d'organisation ;  
Environnement et positionnement.

#### • Approche Marketing

Concepts marketing ;  
Notion de marché ;  
Connaissance du marché ;  
Les actions ; Le Plan Marketing.

#### • Finance pour Manager

Evaluation d'une activité économique ;  
Le compte de résultat ;  
budget et trésorerie.

#### • Management de la qualité

Impératifs de qualité ;  
La qualité totale ;  
La démarche qualité ;  
Démarche de certification.

### Communication hors media

#### • Communication directe

Marketing direct ;  
CRM ;  
E-pub.

#### • La promotion des ventes

Les techniques ;  
L'impact.

### Communication et stratégie

#### • Stratégies média

Plan média ;  
Calendrier d'actions ;  
Mesure d'audience.

#### • La stratégie de communication

Stratégies créatives ;  
Plan de campagne.

#### • La gestion budgétaire

Achat d'espaces ;  
Vente d'espaces et gestion de clientèle.

### Communication et management

#### • Relations Presse/Publique

Communication institutionnelle ;  
Le rôle des relais d'informations ;  
Les cibles des RP ;  
Les outils et la mise en œuvre des RP ;  
La communication corporate.

#### • La communication interne

Les outils et les arbitrages à effectuer.

#### • La communication de crise

Mécanat.

### Droit et communication

#### • Les piliers de l'autodiscipline

L'ARPP, le CSA... ;  
La responsabilité des agences ;  
Les règles déontologiques.

#### • La marque, le dessin, le modèle

Le dépôt à l'INPI ;  
La marque et Internet ;  
La contrefaçon.

#### • Le droit de la communication,

La protection de la création ;  
Les promotions ;  
La réglementation des messages.

### Communication publicitaire

#### • Techniques de rédaction

Reportage ;  
Compte-rendu ;  
Synthèse ;  
Décryptage ;  
Ateliers d'écritures journalistiques.

#### • Les médias de masse

Télévision ;  
Radio ;  
Presse ; Affichage ;  
Cinéma (placement de produit) ;  
Internet ;  
Les nouveaux médias.

### • Les fondements de la publicité

L'impact économique, culturel et social ;  
Les métiers de la communication ;  
Les relations tripartites  
annonceurs/agences/media.

### Création

#### • Sémiologie

La publicité et ses symboles.

#### • Techniques Audiovisuelles

Prise de vue, pré et post-production ;  
Utilisation d'une banque d'images ;  
Techniques de fabrication (print).

#### • La créativité

Expression visuelle ;  
Les codes de l'image ;  
Conception et sémantique.

#### • La direction artistique

Construction du champ d'image ;  
L'exécution et la fabrication.

#### • Initiation à la PAO

#### • Techniques d'impression

#### • Cinéma et publicité

Le descriptif des cours ci-dessus est susceptible d'être modifié pour mieux répondre aux évolutions du monde professionnel. Pour plus d'informations, se reporter à notre site : [www.esm-a.eu](http://www.esm-a.eu)

# Stratégie internationale



## ■ FINALITÉ

Concilier management et marketing international.

## ■ PUBLIC

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs, de commerce ou de management.

## ■ MÉTIERS VISÉS

Responsable import/export, responsable projets, ingénieur d'affaires, acheteur, directeur de zone, directeur de filiale...

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Jean-Pierre LE BIGRE

#### Responsable du Msa2

ENSBA (section architecture), ICI (Institut de commerce international), Vice-président de l'ODASCE, Conseiller du Commerce extérieur de la France associé.

### Jean-Claude MONTEIL

Vice-président du club des exportateurs, Conseiller du Commerce Extérieur de la France, Vice-président du comité de Seine-et-Marne.

### Evelyne IRIGARAY

Délégué général de l'ODASCE, Expert en douane.

### Michèle PETITGENET

Présidente de l'ODASCE, Certificat de logistique internationale (Paris Dauphine), Expert/assesseur à la commission de conciliation et d'expertise douanière, Conseiller du Commerce Extérieur de la France, Consultante à l'internationale.

## OBJECTIFS

Former des cadres opérationnels à l'international capables :

- de gérer un service export par une maîtrise des opérations commerciales, logistiques, juridiques et financières internationales,
- d'analyser les possibilités de l'entreprise en vue des marchés extérieurs,
- d'élaborer une stratégie,
- de négocier dans des contextes interculturels,
- d'appréhender l'évolution économique et politique des différentes zones mondiales.

## PROGRAMME DES COURS

### Environnement international

- **Les différentes zones**  
UE - Asie - Est - Afrique - Amériques.
- **L'économie mondiale**  
Histoire et géographie économique ; Les échanges internationaux ; La globalisation des échanges ; Les nouveaux enjeux.
- **Géopolitique**  
Politiques et cultures internationales ; Les sources de conflits ; L'évolution des puissances ; L'U.E. O.M.C. O.M.D. F.M.I...

### Droit

- **Droit européen**  
Les sources du droit UE ; Le fonctionnement institutionnel ; Droit des affaires.
- **Droit des contrats**  
Contrats d'achat ; Contrats de vente.

### Gestion financière

- **Comptabilité pour manager**  
Le Bilan ; Le compte d'exploitation.
- **Analyse des budgets**  
Budget de dépenses et recettes ; Budget de TVA ; Budget de trésorerie.
- **Analyse des coûts**  
Les charges par nature ; Compte de résultat différentiel ; Le seuil de rentabilité.
- **Calcul des prix**  
Les méthodes de calcul ; Les éléments de calcul ; Les accords commerciaux ; Les coûts des risques.
- **Le Business Plan**  
Evaluation de l'activité ; Le compte de résultat ; Budget et trésorerie.

### Management Import/Export

- **Le service import/export**  
Les critères de recrutement ; L'organisation ; Les fonctions ; Les responsabilités ; Les rapports avec les autres services.
- **Gestion administrative**  
Le traitement des commandes ; La facturation UE et internationale ; Les documents ; Les certificats.
- **Gestion des achats et ventes**  
Les contrats ; Les prix ; Les risques ; La logistique ; Les incoterms.
- **Gestion des paiements**  
Les instruments de paiement ; Les moyens de paiement ; La gestion des documents.
- **Gestion des risques**  
Risque commercial ; Risque financier ; Risque transport ; Risque de change ; Risque juridique ; Les normes ; La contrefaçon ; Les contrôles.
- **Diagnostic interne**  
Financier, humain, commercial, industriel, produits.

### La Logistique

- **Transport**  
Les techniques de transport ; Les moyens de transport ; Les assurances ; Les intermédiaires du transport.
- **Les documents**  
La logistique des documents.
- **Les produits dangereux**  
Le traçage.
- **Les incoterms**  
Le choix ; Les précautions ; Le calcul.
- **Visite de site**  
Le Port du Havre.

### International et Stratégie

- **Marketing**  
Concept marketing international ; Analyse des marchés ; Axes stratégiques ; Le mix marketing ; Le plan marketing.
- **Les circuits de distribution**  
Les sociétés de commerce international ; Les centrales d'achats ; Les importateurs et détaillants ; Les franchises ; L'E-Business ; La VPC.
- **Les foires et salons**  
Le choix ; Le planning ; La logistique ; Les actions pendant et après ; Les budgets ; La Coface ; Ubi France...
- **L'agent**  
Le contrat ; Les habitudes locales ; Les lois en vigueur.
- **L'appel d'offres**  
Avant l'appel d'offres ; La réponse à l'appel d'offres ; La négociation.
- **Les filiales**  
La décision d'implantation ; Le lieu d'implantation ; Le financement ; La gestion.

### Communication

- **Communication interculturelle**
- **Management des réseaux**
- **Négociation en anglais**

### Cas pratique international

Contrats ; Logistique ; Gestion des risques ; Moyens de paiement.

### Langues

Anglais - allemand ou espagnol. Mandarin.

### Sport

Initiation au Golf ; Tournoi HEMA

### LES NOUVELLES PROCÉDURES SPÉCIFIQUES ET DÉMATÉRIALISATION

#### TECHNIQUES DOUANIERES

- **Les accords**  
Union douanière ; Zone de libre échange ; Accords bilatéraux.
- **Le déroulement**  
Les procédures ; L'espèce ; L'origine ; La valeur.
- **Les régimes douaniers**  
Les régimes économiques ; Les déclarations : D.A.U., D.E.B., C.A.3...

#### Certification des produits

- **La réglementation REACH**

#### Delta

- **Les nouvelles procédures**
- **La dématérialisation**  
Les opératives, les pièces jointes.
- **L'archivage des données**  
La sécurité juridique.

#### OEA – L'opérateur économique agréé Sécurisation des échanges

L'OEA et la chaîne logistique. Méthodes d'habilitation Suivi et audit du label OEA.

#### Les incoterms 2010

- **Nouvelle approche**  
La sécurité.

#### Les TVA européennes

- **Les procédures**  
Les calculs ; les ventes triangulaires ; Les déclarations.



En partenariat avec les "CCE 77" (Conseillers du commerce extérieur de la France)



O.D.A.S.C.E.  
Office de Développement par l'Automatisation et la Simplification du Commerce Extérieur

En partenariat avec l'ODASCE (Office de développement par l'automatisation et la simplification du commerce extérieur)

# Stratégie logistique

## Supply chain, transports et flux

### FINALITÉ

Optimiser l'ensemble des flux (physiques et informationnels) de l'entreprise.

### PUBLIC

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs, de commerce ou de management.

### MÉTIER VISÉS

Logisticien : responsable OES fonction approvisionnement, responsable chaîne commerciale internationale, responsable SCM (supply chain management)...



## OBJECTIFS

Former des cadres généralistes capables :

- d'assurer la maîtrise complète des flux dans l'entreprise,
- d'analyser l'entreprise dans son fonctionnement interne et externe.

Cette formation permet d'acquérir :

- une capacité d'analyse des différents services de l'entreprise,
- d'optimiser les flux physiques de l'approvisionnement à la distribution,
- de maîtriser les coûts.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent savoir et savoir-faire à travers des cours élaborés pour répondre aux besoins actuels des entreprises.

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Jean-Pierre LE BIGRE

#### Responsable du Msa2

ENSBA (section architecture),  
ICI (Institut de commerce international),  
Vice-président de l'ODASCE,  
Conseiller du commerce extérieur de la France associé.

### Evelyne IRIGARAY

Délégué Général de l'ODASCE (Office de développement par l'automatisation et la simplification du commerce extérieur).

### Michèle PETITGENET

Présidente de l'ODASCE, Certificat de logistique internationale (Paris Dauphine), Expert/assesseur à la commission de conciliation et d'expertise douanière, Conseiller du Commerce Extérieur de la France, Consultante à l'internationale.

### Eric GROUSSET

INSEAD, Ancien directeur général de CYCLEUROPE,  
Ancien conseiller du commerce extérieur de la France.



En partenariat avec les "CCE 77" (Conseillers du commerce extérieur de la France)



En partenariat avec l'ODASCE (Office de développement par l'automatisation et la simplification du commerce extérieur)

## PROGRAMME DES COURS

### Environnement international

- **Les différentes zones**  
UE, Asie, Est, Afrique, Amériques.
- **L'économie mondiale**  
Histoire et géographie économique ; Les échanges internationaux ; La globalisation des échanges ; Les nouveaux enjeux.
- **Géopolitique**  
Politiques et cultures internationales ; Les sources de conflits ; L'évolution des puissances : L'U.E, OMC, OMD, FMI...

### Droit

- **Droit européen**  
Les sources du droit UE ; Le fonctionnement institutionnel ; Droit des affaires.
- **Droit des contrats**  
Contrats d'achat ; Contrats de vente ; Contrats et logistique.

### Gestion financière

- **Comptabilité pour manager**  
Le Bilan ; Le compte d'exploitation.
- **Analyse des budgets**  
Budget de dépenses et recettes ; Budget de TVA ; Budget de trésorerie.
- **Analyse des coûts**  
Les charges par nature ; Compte de résultat différentiel ; Le seuil de rentabilité.
- **Calcul des prix**  
Les méthodes de calcul ; Les éléments de calcul ; Les accords commerciaux ; Les coûts des risques.
- **Le Business Plan**  
Evaluation de l'activité ; Le compte de résultat ; Budget et trésorerie.

### Les outils de la logistique

- **Les transports**  
Les techniques de transport ; Les moyens de transport ; Les documents de transport.
- **Les incoterms**  
Les précautions à prendre ; Les calculs.
- **Les documents**  
La logistique des documents.

### Les domaines de la logistique

- **Logistique amont**  
Relation avec le marketing ; Relation avec les fournisseurs ; Les achats et approvisionnements ; La gestion des stocks.
- **Logistique de fabrication**  
Les prévisions et prise de commande ; L'ordonnancement ; La mise en fabrication ; La gestion des fins de série.
- **Logistique aval de distribution**  
Le triangle coût/délai/distribution ; La maîtrise des flux ; La structuration de la distribution ; La traçabilité ; Le SAV et les garanties.
- **Les infrastructures**  
Les besoins ; Les normes ; Les coûts.
- **La sous-traitance**  
Les intermédiaires ; L'externalisation ; Les délocalisations.
- **Les Filiales**  
La décision d'implantation ; Le lieu d'implantation ; Le financement ; La gestion.
- **Les emballages**  
Les normes ; La traçabilité ; Containers et règlement US.
- **Les produits dangereux**  
Le tracage.

### Gestion et logistique

- **Calcul des prix**  
Les méthodes de calcul ; Les éléments du calcul ; Les accords commerciaux ; Coûts des risques.
- **Les paiements**  
La gestion des paiements ; Les moyens de paiement ; Le risque de change ; Les couvertures de risque.
- **Les douanes**  
Les échanges intra et pays tiers  
Les procédures de dédouanement ; Les régimes douaniers.
- **Les relations Inter-entreprises**  
Relations avec la comptabilité ; Les contraintes et les conflits d'intérêts ; Les facteurs de différenciation ; Le tableau de bord et objectifs.
- **Les NTIC**  
L'informatique ; Les communications EDI ; Le système d'information ERP ; Les outils disponibles.
- **Les outils mathématiques**  
Gestion de projet ; Transport Affectation ; Gestion de stock ; Statistiques et prévisions.
- **Le calcul des coûts**  
Les méthodes de calcul ; Les coûts de revient ; Le coût de possession des stocks
- **Visite de site**  
Le Port du Havre

### Langues

Anglais, allemand ou espagnol.  
Mandarin

### Sport

Initiation au golf ; Tournoi HEMA

### LES NOUVELLES PROCÉDURES

#### Techniques douanières

- **Les accords**  
Union douanière ; Zone de libre échange ; Accords bilatéraux.
- **Le déroulement**  
Les procédures ; L'espèce ; L'origine ; La valeur.
- **Les régimes douaniers**  
Les régimes économiques.
- **Les déclarations**  
DAU ; DEB – CA 3.

#### Certification des produits

- **La réglementation REACH**

#### Delta

- **Les nouvelles procédures**
- **La dématérialisation**  
Les opératives ; les pièces jointes.
- **L'archivage des données**  
La sécurité juridique.

#### OEA – L'Opérateur Economique Agréé

- **Sécurisation des échanges**  
L'OEA et la chaîne logistique.
- **Méthodes d'habilitation**  
Suivi et audit du label OEA.

#### Les Incoterms 2010

- **Nouvelle approche**  
La sécurité.

#### Les TVA européennes

- **Les procédures**  
Les calculs ; les ventes triangulaires ; Les déclarations.



# Management des achats

## ■ FINALITÉ

Mettre en œuvre, dans les entreprises de services, de production ou de distribution, les processus et les outils d'une stratégie d'achats, de contrôler et optimiser son application.

## ■ PUBLIC

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs ou de commerce, de LEA.

## ■ MÉTIERS VISÉS

Acheteur industriel, acheteur secteur public, acheteur de services, acheteur produits "alimentaires", acheteur produits "santé", acheteur produits "tourisme", acheteur consommables, acheteur projet, acheteur international, consultant achat.

## OBJECTIFS

Ce troisième cycle a pour objectif de former des personnes capables :

- d'identifier les problématiques du management des achats,
- d'adapter les techniques et outils de l'entreprise,
- de maîtriser l'environnement du marché,
- de piloter et analyser les écarts,
- d'optimiser le processus des achats,
- de manager des équipes.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent leur savoir et savoir-faire à travers un programme qui répond aux besoins de l'entreprise.

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Bernard NINAUVE

#### Responsable du Msa 2

Licence ès Sciences économiques,  
Ancien directeur du marketing et des achats de grandes enseignes.

### Joëlle GUIRARD

IAE, ESC,  
Dirigeante de l'ASAP, l'Expertise Achats.

### Michelle PETITGENET

Certificat de logistique achat international (Paris Dauphine),  
Expert/assesseur à la commission de conciliation et d'expertise douanière,  
Directrice Import/Export - Le Printemps,  
Conseiller du Commerce Extérieur de la France.

Ce programme s'adresse à ceux qui veulent devenir les futurs acheteurs et responsables de groupes achats d'entreprises industrielles, commerciales ou du secteur public. Ils devront en permanence optimiser la "performance des achats" que ce soit au niveau national ou international.

## PROGRAMME DES COURS

### Management général

(détail p. 10)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Approche Marketing**
- **Prix - produits**
- **Finance pour Manager**
- **Management de la qualité**

### L'environnement de l'acheteur

- **L'acheteur, chef de projet et leviers d'achats**  
Le métier d'acheteur ;  
L'acheteur projet.
- **Etudes de marché**  
Les bases de données ;  
Analyses quantitatives et qualitatives ;  
La gestion des données ;  
La confirmation des DAS.
- **Le commerce international**  
Les institutions ;  
La globalisation des échanges ;  
Le low cost ; Les moyens de paiements à l'international.

### La relation fournisseurs

- **Le droit des contrats**  
Contrats achats ;  
Contrats de sous-traitance ;  
Contrats spéciaux ;  
Droit des affaires.
- **L'appel d'offres**  
La législation ;  
Les modes de lancement ;  
Les méthodes de choix ;  
La gestion de l'offre.

### Le cahier des charges et contrat cadre

Les obligations du cahier des charges ; Mise en place et contrôle ;  
La « first » liste et le contrat cadre.  
Les principes ;  
La préparation ;  
Les étapes ;  
Les accords.

### Ethique

Ethique et entreprise ;  
Ethique des affaires.  
Les contraintes de l'acheteur

### La gestion des risques

Risque qualité ;  
Risque de change ;  
Risque commercial ;  
Risque fournisseur.

### La logistique

Les techniques de transport ;  
Les moyens de transport ;  
Les techniques de stockage ;  
Les techniques de livraison.

### Les douanes

Les régimes douaniers et économiques ;  
Les accords ;  
Les procédures ;  
Les contrôles.

### Les achats spécifiques

- **Achats industriels et matières premières :**  
Les intervenants du marché ;  
La définition du prix objectif ;  
Le contrôle des produits.

### Achats des consommables :

La définition des besoins ;  
La budgétisation ;  
Le choix des fournisseurs ;  
Mesure de la consommation.

### Achats des grandes enseignes

L'organisation des achats ;  
Le marketing des achats ;  
La gestion des achats.

### La négociation

• **Achats publics**  
Les marchés publics ;  
Mode de passation et de réponse aux marchés ;  
Les achats de consommables.

### Achats de services

Analyse de marchés ;  
Le mix produits prix dans les services ;  
Le contrôle de la prestation.

### Achats responsables

Ecoproduits ;  
Achats éthiques ;  
Achats équitables.

### La gestion des achats

- **L'investissement**  
Projet ;  
Plan de financement ;  
Coûts complets ;  
Seuil de rentabilité.
- **Sous traitance et sourcing**  
Les méthodes ;  
Les nouveaux outils de sourcing ;  
Les choix stratégiques ;  
La sous-traitance.

### Technique du commerce international

Les contraintes ;  
Le calcul du prix ;  
Les incoterms ;  
Les assurances.

### La gestion des flux

Nomenclature ;  
Les prévisions de vente ;  
Le lancement de production ;  
La relation fournisseur.

### Le management des achats

• **Le management de projet**  
Le rôle du chef de projet ;  
Les méthodes et outils de management ; La définition et le contrôle des objectifs.

### L'analyse de la valeur

L'analyse des besoins ;  
Le diagnostic de la valeur ;  
L'optimisation du choix ;  
Valeur et entreprise.

### Les leviers achats

Coûts utiles ; Analyse de la compétitivité ; Le diagnostic ;  
Les facteurs d'optimisation.

### Le diagnostic fournisseurs

Création des critères de choix ;  
Hiérarchisation des critères ;  
Mesure de la performance fournisseur.

### Les stratégies achats

Le faire ou faire faire ;  
La délocalisation ;  
Les filiales ;  
Les partenaires.

# Audit et conseil

## FINALITÉ

Pratiquer l'audit opérationnel, le management des risques (cartographie et évaluation des risques, mise en œuvre du contrôle interne, auto-évaluation du contrôle interne) et le conseil.

## PUBLIC

Titulaires de diplômes universitaires niveau bac +4 ou M1 en droit, finance, banque, AES, économie et gestion. Ecoles de gestion, de commerce et de management. Ecoles d'ingénieurs, formations scientifiques et techniques.

## MÉTIER VISÉ

Auditeur interne, auditeur externe, consultant, chargé du contrôle interne et de sa mise en œuvre dans des environnements complexes et instables.



## OBJECTIFS

Former les étudiants à la conduite des missions d'audit opérationnel dans différents types d'organisations.

Les étudiants seront capables d'apprécier l'efficacité du contrôle interne, de diagnostiquer les défaillances du management des risques, du système de contrôle et du gouvernement d'entreprise.

En étant capables de définir un problème et de proposer des améliorations du contrôle interne, ils aideront le manager et les opérationnels à maîtriser leurs activités.

Les cours sont dispensés par des professionnels de l'audit et de la gestion des risques, qui apportent savoir et savoir-faire à travers un programme construit pour répondre aux besoins actuels et futurs des entreprises.

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Noël PLAT

#### Responsable du Msa 2

Diplômé de l'ESC Bordeaux (Bordeaux Management School), Ancien responsable d'audit interne (CIA), Consultant.

### Didier ABIS

3<sup>e</sup> cycle Management de la qualité, Consultant en qualité.



## PROGRAMME DES COURS

### Management général

(détail p. 10)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Approche Marketing**
- **Finance pour Manager**
- **Management de la qualité**

### Méthode et outils d'audit

- **Conduite d'une mission**

Construction d'un référentiel ;  
Appréciation du contrôle interne ;  
Recommandations.

- **Outils d'audit**

Outils graphiques ;  
Questionnaires ;  
Diagrammes de circulation ;  
Chemin d'audit.

- **Communication d'auditeur**

Entretiens directs et non directs ;  
Réunion de lancement et réunion de restitution ;  
Rapport d'audit

- **Systèmes d'information**

Sécurité des systèmes d'information ;  
Outils informatiques de l'auditeur ;  
Audit en milieu informatisé.

- **Systèmes de gestion de bases de données**

Tableaux croisés ;  
Visual Basic ;  
Bases de données ;  
ERP.

- **Echantillonnage**

Probabilité ; Statistiques.

- **Audit en milieu pluriculturel**

### Environnement de l'audit

- **Le métier d'auditeur**

Management des risques et contrôle interne ;  
Composantes du contrôle interne ;  
Cartographie des risques ;  
Evaluation des risques ;  
Mise en œuvre du contrôle interne, le cadre de contrôle interne et les moyens de prévention des risques.

- **Notation sociale et financière**

Relations avec les agences de rating ;  
Responsabilité sociale de l'entreprise ;  
Critères de notation sociale ;  
Notation financière.

- **Fraudes, blanchiment, corruption**

Détection des fraudes ;  
Prévention des fraudes ;  
Les audits de fraudes.

- **Management de projet**

Phases ; Valorisation ;  
Pilotage ; Rentabilité.

- **Risque pénal**

Droit des affaires et droit du travail.

- **Management des compétences**

Recrutement ;  
Evaluation ;  
Formation ;  
Motivation ;  
Mobilité.

- **Management du changement**

Anticiper le changement ;  
Gérer le changement ;  
Auditer et réagir.

### Qualité

- **Démarche et certification qualité**

Démarche ;  
Audit préalable ;  
Audit de certification.

- **Audit qualité**

Référentiel ;  
Méthodologie ;  
Outils.

### Finance, comptabilité, fiscalité

- **Approche des coûts et des marges**

Typologie des charges ;  
Seuil de rentabilité ;  
Coûts complet et coût partiel ;  
Coût marginal et coût rationnel.

- **Analyse financière et diagnostic financier**

Indicateurs ;  
Tableau de bord ;  
Reporting.

- **Evaluation d'entreprise**

Les différentes méthodes d'évaluation.

- **Rentabilité d'investissement**

Financement des investissements et critères de rentabilité.

- **Risque fiscal**

Impôt sur les sociétés ;  
Résultat fiscal ;  
Calcul et paiement de l'impôt ;  
Vérifications ;  
Réclamations et contentieux.

- **Le métier de commissaire aux comptes**

Relations avec les auditeurs internes.

### Audits thématiques

- **Audit environnemental**

Cadre juridique ; Méthodologie.

- **Audit de conformité "Douane"**

Exemple d'auto-évaluation du contrôle interne.

- **Audit du crédit management**

Cadre juridique ; Méthodologie.

- **Audit du système d'information**

- **Audit des approvisionnements**

- **Audit du patrimoine immatériel**



# Contrôle de gestion et pilotage des organisations



## FINALITÉ

Maîtriser le fonctionnement des organisations. Savoir comment l'information comptable et financière est élaborée et savoir l'exploiter. Connaître et utiliser les outils du contrôle de gestion. Coordonner et superviser la construction des budgets. Concevoir un tableau de bord, calculer des écarts et analyser des indicateurs, aider les opérationnels à piloter leurs activités. Procéder aux études de rentabilité des projets et des investissements, participer au pilotage des projets. Faire l'analyse financière des comptes de l'entreprise, procéder à un diagnostic financier et évaluer une entreprise. Alerter la direction générale et le management en cas de dérives. Contribuer à la création de valeur.

## PUBLIC

Titulaires d'un diplôme de niveau bac +4 ou M1 en économie et gestion, techniques comptables et financières, finance, banque, AES. Titulaires du DSCG. Diplômés d'une école de commerce.

## MÉTIER VISÉS

Contrôleur de gestion, contrôleur financier, gestionnaire de projet, trésorier, chargé du reporting, conseil en fusion acquisition, consultant, directeur administratif et financier

## OBJECTIFS

Exemples de missions proposées en alternance :

- participation à la mise en place d'outils de pilotage ;
- élaboration et suivi des budgets ;
- conception des tableaux de bord ;
- calcul et interprétation des indicateurs de gestion ;
- exploitation des informations fournies par la comptabilité analytique, calcul et analyse des coûts ;
- gestion de projets et rentabilité des investissements ;
- reporting de gestion...

Les cours sont dispensés par des professionnels du contrôle de gestion, qui apportent savoir et savoir-faire à travers un programme construit pour répondre aux besoins actuels et futurs des contrôleurs de gestion et des organisations.

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Noël PLAT

#### Responsable du Msa 2

Diplômé de l'ESC Bordeaux (Bordeaux Management School), Ancien responsable d'audit interne (CIA), Consultant.

### Marielle PEREZ

Diplômée de l'ESC Marseille (Euromed), DECF, DESCF, CAPET Eco Gestion, Expert comptable diplômé.

### Didier CAREL

Docteur en économie, Conseiller en stratégie.

### Eric GROUSSET

INSEAD, Ancien directeur général de CYCLEUROPE, Ancien conseiller du commerce extérieur de la France.

## PROGRAMME DES COURS

### Management général

(détail p. 10)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Approche Marketing**
- **Finance pour Manager**
- **Management de la qualité**

### Environnement du contrôle de gestion

- **Systèmes d'information**  
Informatique ; Systèmes d'information.
- **Systèmes de gestion de bases de données**  
Tableaux croisés ; Visual Basic ; Bases de données ; ERP.
- **Management de projet**  
Phases ; Valorisation ; Pilotage ; Rentabilité.
- **Management des compétences**  
Recrutement ; Evaluation ; Formation ; Motivation ; Mobilité.
- **Management du changement**  
Anticiper le changement ; Gérer le changement.
- **Management des risques et contrôle interne**  
Cartographie des risques ; Evaluation des risques ; Mise en œuvre du contrôle interne, Pilotage du contrôle interne.
- **Contrôle de gestion et stratégie d'entreprise**  
Elaboration de la stratégie ; Décision stratégique ; Apports du contrôle de gestion.

### L'anglais de la gestion

Le vocabulaire de base de la gestion ; Lire et comprendre les informations de gestion en anglais.

### Fondamentaux du contrôle de gestion

- **Le métier de contrôleur de gestion**
- **Gestion des flux physiques**  
Ordonnement ; Gestion des flux ; Gestion des stocks.
- **Première approche des coûts**  
Identification et qualification des coûts ; Seuil de rentabilité ; Levier opérationnel ; Coûts de revient complets ; Coûts partiels.
- **Méthodes avancées de calcul des coûts**  
Coût cible ; Coût caché ; Coût rationnel ; Coût marginal. Méthode ABC.
- **Analyse et pilotage des coûts et des marges**  
Les coûts standard. Calcul d'un coût standard horaire brut et environné ; Ecarts sur charges directes ; Ecarts sur marge ; Ecarts sur chiffre d'affaires ; Ecarts sur charges indirectes.
- **Gestion prévisionnelle et contrôle budgétaire**  
Procédure budgétaire et hiérarchie des budgets ; Construction des budgets ; Centre de coûts et centres de profits ; Contrôle budgétaire ; Budget des frais de personnel.

### Tableau de bord et pilotage des activités

Différents types de tableaux de bord ; Conception ; Choix des indicateurs ; Balanced Score Card.

### Rentabilité d'investissements

Les différents types d'investissements ; Financement des investissements ; Valorisation des investissements ; Etude et critères de rentabilité.

### Opérations de commerce international

Incoterms ; Moyens de paiement à l'international ; Droits de douane ; Risque de change.

### Consolidation des comptes des groupes de sociétés

Méthodes de consolidation ; Calcul de la part des minoritaires ; Elimination des opérations internes aux groupes.

### Analyse et gestion financière

- **Mathématiques financières**
- **Analyse et diagnostic financier**  
Soldes intermédiaires de gestion ; Calcul et analyse ; Bilan financier ; Ratios ; Bilan fonctionnel ; Fonds de roulement net global ; Besoin en fonds de roulement normatif ; Levier financier ; Les scores : AFDCC, Conan et Holder.
- **Crédit management**  
Le risque client ; Critères de solvabilité des clients ; La gestion du risque client ; Recouvrement de créances.

### Trésorerie à court terme

Outils de gestion de la trésorerie : escompte.

### Plan de financement

Moyens de financement à long terme ; Coûts.

### Fusions acquisitions

• **Evaluation d'entreprise**  
Les différentes méthodes d'évaluation des entreprises.

### Fusions acquisitions

Audits préalables ; Calendrier ; Aspects juridiques ; Conséquences fiscales.

### Fiscalité

#### Impôt sur les sociétés

Passage du résultat comptable au résultat fiscal ; Calcul et paiement de l'impôt ; Vérifications ; Amendes et pénalités fiscales ; Réclamations et contentieux.

### Risques juridiques

- **Risque en droit des affaires**  
Abus de biens sociaux ; délit d'initié ; faux bilans ; publicité mensongère,
- **Risque en droit social**  
Licenciements abusifs ; délit d'entrave ; Harcèlement.

# Banque / Finance

## FINALITÉ

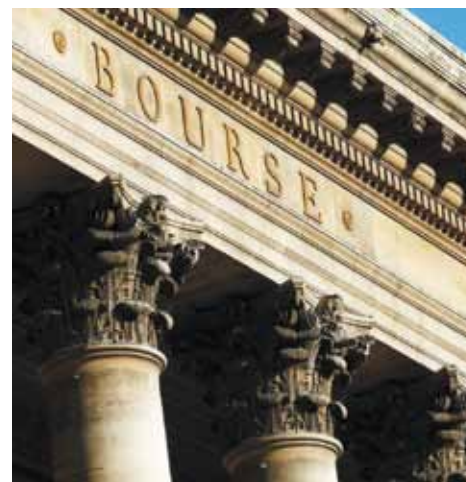
Connaître le fonctionnement des banques et l'organisation de la profession bancaire.  
Maîtriser les produits proposés par les banques et les établissements de crédit, maîtriser les opérations effectuées par les établissements financiers et les entreprises sur les différents marchés.  
Optimiser la gestion financière et la trésorerie des entreprises.

## PUBLIC

Titulaires de diplômes universitaires de niveau bac +4 ou M1 en économie et gestion, comptabilité, AES, mathématiques. Ecoles de Gestion, Ecoles d'ingénieurs.

## MÉTIER VISÉS

Chargé de clientèle privée, chargé de clientèle entreprises, gestionnaire de crédits, gestionnaire des risques, analyste financier, back office, contentieux des banques, contrôleur de gestion dans une banque ou un établissement financier, trésorier d'entreprise, crédit manager, direction financière, consultant.



## OBJECTIFS

Cette formation aux multiples facettes permet aux étudiants de se préparer à différents métiers tant en milieu bancaire qu'en entreprise.

- Cadres opérationnels tant dans la finance d'entreprise que dans la finance de marché.
- Chargés de clientèle entreprises et analystes financiers.
- Collaborateurs des directions financières des entreprises, chargés de la trésorerie et des prévisions financières, plan de financement, crédit management, contrôle de gestion des opérations financières
- Chargés de clientèle privée dans les établissements financiers.
- Contrôle de gestion en milieu bancaire, collaborateurs du back office et du middle office.
- Management des risques financiers : cartographie des risques et mise en œuvre du contrôle interne...

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Noël PLAT

#### Responsable du Msa 2

Diplômé de l'ESC Bordeaux (Bordeaux Management School), Ancien responsable d'audit interne (CIA), Consultant.

### Didier CAREL

Docteur en économie, Conseiller en stratégie.

### Marielle PEREZ

Diplômée de l'ESC Marseille (Euromed), DECF, DESCF, CAPET Eco Gestion, Expert comptable diplômé.

### Chrislain BEN NDJEL

Master Gestion Internationale de Fortune - IAE de Nice, Spécialisation en finance de marché CNAM, Consultant financier, Gestionnaire de fortune free-lance.

## PROGRAMME DES COURS

### Management général

(détail p. 10)

- Fonctionnement de l'entreprise
- Approche Marketing
- Finance pour Manager
- Management de la qualité

### Environnement des activités financières

#### • Systèmes d'information

Informatique ;  
Systèmes d'information.

#### • Systèmes de gestion de bases de données

Tableaux croisés ; Visual Basic ;  
Bases de données ; ERP.

#### • Management des risques et contrôle interne

Cartographie des risques ;  
Evaluation des risques ;  
Mise en œuvre du contrôle interne ;  
Pilotage du contrôle interne.

#### • Blanchiment

Contrôles, opérations suspectes ;  
Recueil et conservation des preuves ;  
Obligations déclaratives des banques.

#### • L'anglais de la finance

Le vocabulaire de base de la finance ;  
Lire et comprendre les informations financières en anglais.

### Finance d'entreprise Analyse et gestion financière

#### • Mathématiques financières

#### • Analyse et diagnostic financier

Soldes intermédiaires de gestion ;  
Calcul et analyse ; Bilan financier ;  
Ratios ; Bilan fonctionnel ; Fonds de roulement net global ; Besoin en fonds de roulement ; Besoin en fonds de roulement normatif ; Levier financier ;  
Tableau de financement ; Les scores :  
AFDCC, Conan et Holder.

#### • Crédit management

Le risque client ; Analyse et critères de solvabilité des clients ; La gestion du risque client : recouvrement de créances.

#### • Trésorerie à court terme

Outils de gestion de la trésorerie :  
escompte, découvert, cessions de créances affacturage... ;  
Budget de trésorerie.

#### • Plan de financement

Moyens de financement à moyen et long terme ; Coûts comparés ; Plan de financement, contenu et construction.

#### • Commerce international

Incoterms ; Moyens de paiement ;  
droits de douane ;

#### • TVA

TVA intracommunautaire ;  
Exportations, exonérations ;  
Importations

#### Fusions acquisitions

• Fusions acquisitions  
Audits préalables ; Calendrier ; Aspects juridiques ; Conséquences fiscales.

#### • Evaluation d'entreprise

Les différentes méthodes d'évaluation.

#### Finance de marché

#### • Environnement bancaire et financier international

#### • Réglementation des marchés financiers

Gestion des crises financières.

#### • Institutions financières

Le système bancaire ; Institutions financières européennes.

#### • Introductions en bourse

Objectifs d'une introduction en bourse ;  
Préparation et valorisation.

#### • Produits d'augmentation de capital

Obligations convertibles, ...

#### • Financement à l'international

Négoce international ;  
Financement des exportations ;

#### Risque de change

#### • Produits dérivés

#### • Produits financiers

#### • Asset management

Actifs financiers réglementés ; Actifs de diversifications ; Assemblages d'actifs ;  
Techniques de gestion d'actifs.

#### • Gestion des risques financiers

Risque de change ;  
Risque de crédit.

#### Environnement des activités financières

#### • Gestion de patrimoine

Banque assurance et banque privée.

#### • Notation financière

#### • Les métiers de la finance

#### Environnement juridique et fiscal

#### • Droit des sociétés

Fonction des sociétés.

#### • Droit des garanties

Passage du résultat comptable au résultat fiscal ;  
Calcul et paiement de l'impôt ;  
Vérifications ;

#### • Impôt sur les sociétés

Amendes et pénalités ;  
Réclamations et contentieux.



# MBA in International Business Management

## OPTIMISER SA CARRIÈRE À L'INTERNATIONAL

Le MBA proposé par l'ESM-A vous prépare à de hautes fonctions, en France ou à l'international : directeur import export, directeur de filiale, directeur des achats ou encore directeur commercial dans un grand groupe...

### UNE PLUS-VALUE RECHERCHÉE PAR LES ENTREPRISES

La mondialisation des marchés et la forte concurrence exercée par les pays émergents nous amènent à proposer un MBA offrant à la fois une vision globale et stratégique mais aussi des compétences techniques qui feront de vous un expert sur votre secteur. En effet, dans un environnement international de plus en plus concurrentiel, il faut savoir anticiper et prévoir, et aussi prendre les bonnes décisions au bon moment. En résumé, être proactif et réactif. Cela suppose d'acquiescer les atouts nécessaires pour développer des qualités de stratégie et de visionnaire.

### UN PARCOURS MÉLANT PRO-ACTIVITÉ ET RÉACTIVITÉ

Nous mettons l'accent sur l'analyse et la réflexion au travers d'études de cas tout au long de l'année. Mais pour faire les bons choix professionnels, vous devez impérativement connaître les règles du jeu, les procédures, la réglementation... On ne peut pas prétendre faire du commerce international sans connaître les règles en matière douanière, de plus en plus contraignantes. Les ignorer, c'est prendre le risque de ne pas livrer son client dans les temps. Les moyens de paiement à l'international et le choix de

la monnaie constituent également un élément fondamental dans la négociation avec son partenaire étranger. **Importer ou exporter** implique aussi de bien comprendre les fondements de la logistique et de la **Supply Chain**. *Last but not least*, travailler à

l'international nécessite aussi de se confronter à des cultures différentes. Comment faire du business avec un japonais par exemple ? Le produit ou service suffit-il à pénétrer le marché ou faut-il également **prendre en compte l'environnement** sociologique, culturel, politique... ?



### CONSTRUISONS VOTRE AVENIR ENSEMBLE...

Travailler à l'international a ceci de vertueux qu'il implique une forte dose de pragmatisme et de passions. Apprendre à se poser les bonnes questions et être ouvert sur le monde font donc partie de votre formation. Notre MBA vous apportera le savoir, les outils et suscitera en vous la curiosité, mais c'est vous qui construirez votre avenir professionnel.

Le MBA est donc conçu pour vous accompagner dans votre projet : c'est un accélérateur de carrière, un formidable tremplin pour un poste à l'international (basé en France ou à l'étranger), une vraie valeur ajoutée sur votre curriculum vitae.

## FINALITÉ

- Développer des qualités de leadership
- Mettre en pratique votre socle de connaissances
- Comprendre le monde des affaires internationales
- Développer des capacités de résolution de problème
- Construire et booster votre carrière

## PUBLIC

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs, de commerce ou de management...

## MÉTIER VISÉS

Directeur import/export, Directeur division internationale, Directeur filiale, Directeur achats, Directeur logistique, Directeur commercial, Directeur marketing, Consultant, Chef de projet, Auditeur...



## OBJECTIFS

- Anticiper, organiser, et mobiliser des ressources.
- S'adapter, évoluer et négocier dans un environnement international.
- Développer des capacités d'analyse et de synthèse à l'oral et à l'écrit.
- Démontrer des aptitudes à décider grâce à des études de cas.

## CONSEIL D'ORIENTATION

### Marc de KERVENOAËL

Directeur du programme MBA, des masters "Management et Marketing du Luxe" et "Management de la santé"

Directeur Relations Extérieures Entreprises Groupe HEMA, Campus Marne-la-Vallée/Paris.

### Jean-Pierre LE BIGRE

ENSBA (section architecture),  
ICI (Institut de commerce international),  
Vice-Président de l'ODASCE,  
Conseiller du Commerce extérieur de la France associé.

### Michèle PETITGENET

Certificat de logistique internationale (Paris Dauphine),  
Expert/assesseur à la commission de conciliation  
et d'expertise douanière,  
Directrice import/export - Le Printemps,  
Présidente de l'ODASCE,  
Conseiller du commerce extérieur de la France.

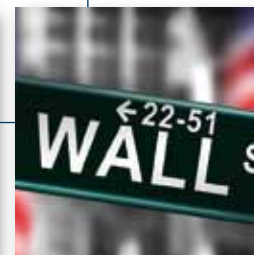
### Dominique ANCELIN

DES Droit public option Droit international Paris I;  
Directeur Régional des Douanes et Droits Indirects,  
Honoraire Membre de l'ODASCE.

## PROGRAMME DES COURS

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Géopolitique</li> <li>• Economie mondiale et principaux marchés</li> <li>• Institutions et grandes administrations</li> <li>• Management interculturel</li> <li>• Management stratégique</li> <li>• Management de projet</li> <li>• Gouvernance d'entreprise</li> <li>• Management de crise</li> <li>• Finance pour Manager</li> <li>• Finance internationale</li> <li>• Paiements et risques de change</li> <li>• Trésorerie internationale</li> <li>• Taux de change</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniques de Commerce International</li> <li>• Douanes</li> <li>• Delta : l'Opérateur Economique Agréé (OEA)</li> <li>• Contrefaçon</li> <li>• Négociation internationale</li> <li>• Politique d'achat</li> <li>• Stratégie de réduction des coûts d'achat</li> <li>• Appel d'offres</li> <li>• Import / export</li> <li>• Délocalisation, risques et opportunités dans des pays à faible coût</li> <li>• Logistique, transport et supply chain</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Juste à temps et kaizen</li> <li>• Marketing fondamental</li> <li>• Marketing international</li> <li>• Fusions et acquisitions</li> <li>• Audit et maîtrise des risques</li> <li>• Statistiques</li> <li>• Droit international</li> <li>• Ressources humaines</li> <li>• Communication</li> <li>• Intelligence économique</li> <li>• Management de la qualité</li> <li>• Développement durable</li> <li>• Anglais</li> </ul> |
|--|--|---|

Le descriptif des cours ci-dessus est susceptible d'être modifié pour mieux répondre aux évolutions du monde professionnel.  
Pour plus d'informations, se reporter à notre site : [www.esm-a.eu](http://www.esm-a.eu)



## PARTENAIRES



# Une vie étudiante sportive et

## Des expériences inoubliables !

A l'ESM-A, le goût d'entreprendre et l'esprit d'équipe sont encouragés à travers la vie associative. Les étudiants peuvent ainsi se lancer dans la création ou la reprise d'associations déjà existantes. L'occasion d'acquérir une expérience unique à valoriser pour l'avenir...

L'École

### LE BDE



Garden Party 2008

Le Bureau Des Elèves organise les temps forts de l'école : week-end d'intégration, soirées, animations variées et Garden Party permettent d'allier esprit de groupe et détente tout au long de

l'année. Il propose un ensemble d'activités variées touchant aux divers aspects de la vie étudiante : culture, voyages, sports, loisirs, gastronomie...

esmaniak@gmail.com

Retrouvez le BDE sur Facebook



Séjour au ski



Week-end d'intégration 2008

### LE BDSL

A l'affût de sensations fortes ? Le Bureau Des Sports et Loisirs est fait pour vous !

Au programme, karting, paintball, lasergame, sports collectifs, sports extrêmes...

L'occasion idéale de tester endurance, esprit d'équipe et valeurs sportives.

Charlotte.bdsl@gmail.com



### ESM-A WORK

L'association vous permet de trouver des missions rémunérées de courte durée, en soirée ou le week-end. Ce peut être des missions courtes de secrétariat, de force de vente, de street marketing... ESM-A Work se pose comme intermédiaire entre les entreprises et les étudiants qui recherchent un job d'appoint. L'opportunité de vendre votre savoir faire.

contact@esmawork.com

www.esmawork.com



## PARI AU LARGE



Depuis 18 ans, Pari Au Large permet aux étudiants de porter haut les couleurs de l'ESM-A sur le plus grand événement sportif étudiant en Europe : la Course Croisière EDHEC. La diversité de niveau des pratiquants témoigne de l'état d'esprit au sein de l'association où règnent plaisir, amitié et convivialité. Chaque année, Pari Au Large se distingue par ses excellents résultats sportifs et par ses deux équipes choc. Mention spéciale à cette association dont le dynamisme est reconnu par la direction de la Course Croisière.

■ [Gaelle.walrave@gmail.com](mailto:Gaelle.walrave@gmail.com)



### PALMARES ESM-A des 38<sup>e</sup>, 39<sup>e</sup>, 40<sup>e</sup> et 41<sup>e</sup> Courses Croisières de l'Edhec 4 FOIS VAINQUEUR

#### • Trophée Mer

**2006** : 3 bateaux engagés sur les régates, ESM-A Vainqueur du trophée Mer 100 % Féminin.

**2007, 2008 et 2009** : 2 bateaux engagés sur les régates (chaque année).

#### • Trophée Terre

**2006** : ESM-A : Vainqueur du trophée Terre sur 109 équipes

**2007** : ESM-A : Vainqueur du trophée Terre sur 110 équipes

**2008** : ESM-A : Vainqueur du trophée Terre mixte.

**2009** : ESM-A : 3<sup>ème</sup> du Trophée Terre sur 110 équipes.

**2010** : ESM-A : 3<sup>ème</sup> du Trophée Terre (équipe filles)

## LA VIE AU CAMPUS

### Les soirées

A côté des événements phares qui rythment la vie des étudiants (soirée de pré-intégration, week-end d'intégration, garden-party, semaine de ski...) le BDE propose tout au long de l'année des soirées à thèmes à l'attention de tous les étudiants du Campus.

### Les voyages

Parce qu'il aime aussi porter les couleurs de l'ESM-A à l'étranger, le BDE organise chaque année des courts séjours à l'étranger : Barcelone, Londres font partie des lieux ayant laissé un souvenir inoubliable à nos étudiants...

## PRATIQUE

### Se loger

Vous avez le choix entre différents types de logements :

- Résidences étudiantes (possibilité d'allocations logement),
- Chambres en résidence universitaire,
- Chambres proposées par des agences immobilières,
- Chambres chez les particuliers.

Par ailleurs, le service communication promotion reçoit et gère des offres de logements pour les étudiants.

### Se restaurer

Les étudiants qui souhaitent se restaurer sur place, ont à disposition des fours à micro-ondes, des distributeurs de boissons et de friandises. Vous pouvez également profiter d'autres possibilités de restauration aux alentours : brasserie, restaurants chinois, pizzerias, fast-food, etc.

### Un environnement de qualité

L'ESM-A est la seule grande école de management en alternance à proposer aux étudiants un véritable campus.

Celui-ci offre un espace de détente permanent où les étudiants se retrouvent le temps d'une pause ou du déjeuner.

Par ailleurs, il favorise les manifestations en extérieur comme les garden-party...

## 4L TROPHY



Certains événements sont devenus des rendez vous annuels comme le 4L Trophy, qui rassemble chaque année plusieurs équipes d'étudiants. Ceux-ci partent dans le désert marocain à bord de Renault 4L. Une expérience unique mêlant défi sportif, dépaysement et solidarité, puisque l'objectif de ce raid est d'acheminer des fournitures scolaires et sportives aux enfants les plus démunis du Maroc. Avec les années, ce raid est devenu le premier événement étudiant sportif et humanitaire d'Europe.

## SOIRÉE DE REMISE DES DIPLÔMES

Chaque fin d'année, l'ESM-A organise la cérémonie de remise des titres à laquelle assistent les futurs diplômés, leurs parents, les professeurs ainsi que certains anciens élèves.

Un événement unique qui se tient au Cercle de l'Union Interalliée, un cadre prestigieux situé à deux pas de l'Élysée...



# Les conditions d'admission

## Sélection sur dossier et entretien

Pour intégrer l'un des Masters Spécialisés en Alternance de l'ESM-A, le candidat doit se soumettre à une sélection sur dossier et entretien. Les étudiants sont sélectionnés sur des critères académiques et professionnels. Les qualités humaines prennent une place prépondérante.

L'Accès

### LES CONDITIONS POUR ÊTRE CANDIDAT EN MSA1

L'admission en Master Spécialisé en alternance 1<sup>ère</sup> année est réservée aux étudiants titulaires d'un bac +3, issus de filières scientifiques, littéraires, sciences humaines, juridiques, techniques ou artistiques n'ayant jamais abordé les domaines du management, de la gestion ou du commerce.

### LES CONDITIONS POUR ÊTRE CANDIDAT EN MSA2

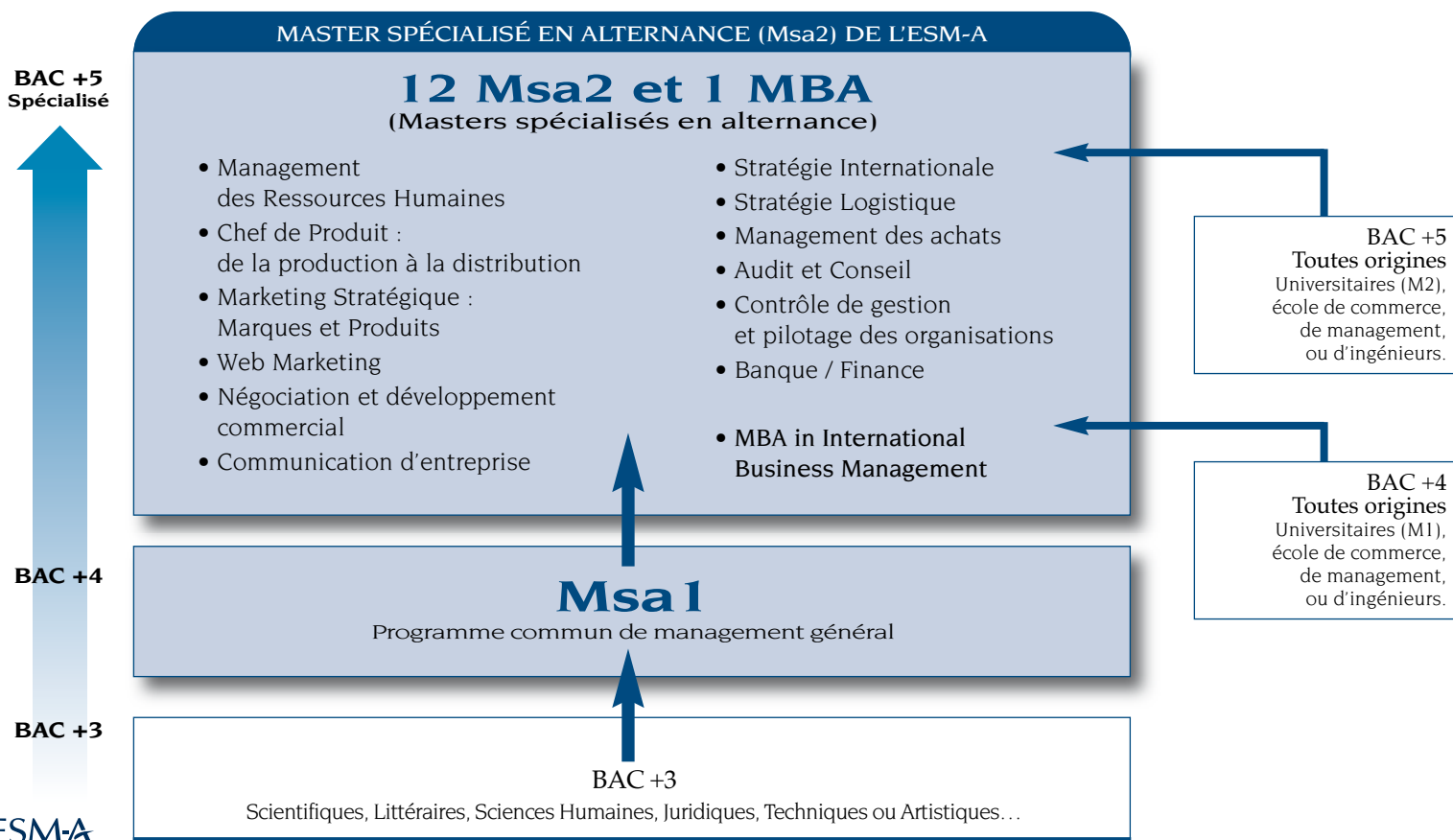
Le niveau de diplôme requis pour intégrer nos Masters spécialisés en alternance 2<sup>ème</sup> année est au minimum de bac +4 ou bac +5. Il peut s'agir de diplômes universitaires (M1 ou M2), d'écoles d'ingénieurs, d'écoles de commerce, de management, de journalisme...

Tous les candidats répondant à ces critères peuvent donc se présenter aux épreuves de sélection. En fonction de leur origine scolaire et de la spécialisation choisie, le jury peut conseiller au candidat un autre Msa2 plus approprié.

### LES SESSIONS D'ADMISSION EN MSA1 ET MSA2

Les candidats choisissent une session parmi les six proposées (voir dossier de candidature) pour une rentrée en octobre.

Une session supplémentaire est prévue pour une rentrée décalée en janvier (cursus intensif).





## DÉROULEMENT DE LA SÉLECTION

Dès réception du dossier de candidature, ce dernier est étudié pour vérifier sa cohérence.

La sélection se fait ensuite en deux étapes : l'étudiant passe un entretien composé de deux parties, l'une académique, l'autre professionnelle suivi d'une procédure d'harmonisation. La durée de l'entretien est d'environ **trente minutes** au cours duquel l'objectif de l'étudiant est de convaincre le jury de la **pertinence** et de la **solidité** de sa candidature.

Il faut considérer cet entretien comme un entretien de **recrutement professionnel**.

Au cours de celui-ci, les jurys (composés généralement de deux personnes) apprécient le dynamisme, la rigueur, la persévérance et l'humilité du candidat. Un soin particulier doit être apporté à la lettre de motivation et au curriculum vitae et bien entendu à la constitution du dossier de candidature.

**L'entretien de motivation comporte deux volets, du fait de la spécificité de l'alternance :**

- **motivation académique**

Le jury prend connaissance du dossier de candidature et s'entretient avec le candidat.

Le jury analyse le **parcours personnel** et le **cursus pédagogique** du candidat afin de découvrir sa personnalité et les **objectifs personnels et professionnels** qui le conduisent à postuler en 3<sup>ème</sup> cycle.

Il vérifie si le programme envisagé par le candidat est **cohérent et complémentaire** par rapport aux études déjà poursuivies. Ensuite, il compare le **projet professionnel** au regard de ces premiers éléments et recherche les **compétences** (en germes ou existantes) **correspondant** à la **spécialisation** recherchée ou à la **double compétence**. Enfin, il estime la volonté d'intégrer l'école et de poursuivre ses études.

- **motivation professionnelle**

Le candidat doit apporter et présenter son curriculum vitae devant le jury.

Le jury analyse la candidature sous un angle professionnel. Au-delà de la dimension académique, il recherche les **compétences professionnelles** générales (en germes ou existantes) et le **potentiel** personnel et professionnel. Il s'attache aussi à valider les capacités et la volonté à rechercher puis à trouver une entreprise et intégrer le **monde professionnel** rapidement. Enfin, il vérifie si le candidat détient la capacité et la volonté de poursuivre ses études **en alternance**.

### Procédure d'harmonisation

A chaque session, le jury du concours se réunit pour statuer sur chaque cas. Il reprend les avis formulés par chaque membre du jury et analyse à nouveau le dossier, spécialement en cas de divergence ou de refus. Il veille à harmoniser les évaluations et à les pondérer en fonction des spécialisations et des jurys.

## CONSEILS

### AUX CANDIDATS

- Il n'est pas nécessaire d'attendre les résultats définitifs de l'obtention de votre diplôme avant de postuler.
- Afin d'assister le plus tôt possible aux séminaires de techniques de recherche d'entreprises et vous aider à construire votre projet au plus vite, il est vivement conseillé à chaque candidat de choisir en priorité les premières sessions de concours.

## LE REPORT D'ADMISSION

Les candidats en Master spécialisé en alternance de l'ESM-A ne peuvent se présenter qu'à une seule session. En cas d'échec, ils devront postuler à nouveau l'année suivante.

Cependant, tous les candidats admis à l'école peuvent **conserver le bénéfice de leur admission pendant une année**, sous réserve de s'être inscrits dans les délais impartis, d'avoir acquitté la moitié des droits d'inscriptions et d'en avoir fait la demande par écrit.

Cette mesure peut servir à ceux qui ont échoué à leur diplôme bac+4.

Les étudiants qui seraient dans ce dernier cas peuvent néanmoins intégrer l'un des Msa2 sous réserve de respecter certaines conditions (voir le dossier de candidature).



# Le groupe HEMA

## La force d'un groupe

Le Groupe HEMA (Haut Enseignement du Management en Alternance) est le premier groupe d'enseignement supérieur spécialiste de l'alternance de haut niveau. Il regroupe des écoles et instituts de management proposant des formations allant de bac à bac +5 dans les principaux domaines liés au management d'entreprise, au commerce ou à la gestion.

Le Groupe

## Campus Paris / Marne-La-Vallée

### ESM-A

L'École Supérieure de Management en Alternance est la première École de Management de France à avoir adopté la formule 100% Alternance dès 1993.

École leader du groupe, l'ESM-A propose un Programme Grande École (de bac à bac+5), des programmes Bachelors (de bac à bac+3) ainsi que 12 Masters spécialisés en alternance/Msa2 et un MBA (de bac+3 à bac+5).



### ESCI



L'École Supérieure de Commerce International est l'École de Commerce 100% International du Groupe. Formant de futurs cadres à l'international, elle propose deux types de cursus : un bachelor (de bac à bac+3) et un Programme Grande École (de bac à bac+5). Délivrant un titre certifié niveau 1, l'ESCI offre le choix d'un double diplôme en France ou à l'étranger, d'une immersion de 6 mois à un an dans une université partenaire (48 universités dans 28 pays) et d'une spécialisation (parmi 2) en commerce international.

### ISEAM

L'Institut Supérieur d'Études en Alternance du Management est l'Institut de Management Spécialisé 100% Alternance.

17 Msa2 sectoriels (Masters spécialisés en alternance) y sont proposés (de bac+3 à bac+5).



### ISEADD

L'Institut Supérieur d'Études en Alternance du Développement Durable est l'Institut de Management 100% Développement Durable. 8 Masters spécialisés en alternance (Msa 2) exclusivement dédiés au Développement Durable y sont proposés (de bac+3 à bac+5).





# Leader de l'alternance depuis 20 ans

## Campus Vendée/Nantes

### EMA VENDÉE

Première École de Management 100% en Alternance dans la région des Pays de la Loire, l'EMA Vendée propose plusieurs types de cursus de bac à bac+5, un Programme Grande Ecole, un Bachelor et 5 Msa2 (de bac+3 à bac+5).



## Campus Chartres

### ESM-A CAMPUS CHARTRES



Depuis la rentrée 2008, un campus de l'ESM-A a été créé à Chartres à l'initiative de la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Eure-et-Loir, pour former de jeunes responsables de niveau bac+5 afin de répondre aux besoins des entreprises du département. Le Programme ESM permet ainsi à tous les étudiants euréliens de poursuivre leurs études en alternance après un bac+2 ou un bac+3 afin d'acquérir le titre de l'ESM-A.

## PARTENARIATS

### Un groupe qui multiplie les partenariats

**La Chambre de Commerce et d'Industrie de Seine-et-Marne**  
 Trait d'union entre les chefs d'entreprises et les collectivités locales, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Seine-et-Marne intervient dans l'animation et le développement économique de la Seine-et-Marne. Elle accompagne les entreprises du département dans la création, la transmission, le commerce et l'export. Elle les aide aussi à mettre au meilleur niveau de compétences les acteurs de ces entreprises avec un large choix de formations. La CCI77 préside le Conseil d'Administration de l'ESCI.



**CCE (Conseillers du Commerce Extérieur)**  
 Le Groupe HEMA a mis en place une convention de partenariat avec les CCE (Conseillers du Commerce Extérieur) de Seine-et-Marne, dont la mission est d'assister bénévolement les Pouvoirs Publics dans l'élaboration et la mise en œuvre de la politique française du commerce extérieur. Réseau de cadres et dirigeants d'entreprises au service du commerce extérieur français, les CCE sont plus de 3300 en France et à l'étranger. Cette convention permet de favoriser la poursuite de l'ouverture du Groupe



HEMA à l'international et de faciliter la mission d'accompagnement des étudiants par les CCE de France (département de Seine-et-Marne). Les CCE sont membres du Conseil d'Administration de l'ESCI

**ODASCE**  
 Le Groupe HEMA est également membre de l'ODASCE, organisme chargé de promouvoir la simplification des procédures, la facilitation des échanges et un recours maximal aux technologies nouvelles dans le domaine du commerce extérieur.





## Membre de



## Partenaire de



[www.esm-a.eu](http://www.esm-a.eu)

# 100% Alternance

54-56, rue de la Maison Rouge - Lognes  
77437 Marne-la-Vallée Cedex 2

**Tél. : 01 64 62 63 64**

Fax : 01 64 62 63 65

E-mail : [esm-a@esm-a.com](mailto:esm-a@esm-a.com)



- Établissement privé d'enseignement supérieur technique fondé en 1987
- Titre visé par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Seine et Marne
- École habilitée à recevoir la taxe d'apprentissage dans la catégorie cadres supérieurs et moyens

ÉCOLE SUPÉRIEURE DE MANAGEMENT EN ALTERNANCE