catalogue 2026

des **formations** 100% **à distance**



L'e-campus à dimension humaine

Contact :
04 94 21 36 42

E-FORMA CAMPUS

E-FORMA CAMPUS

Mastère

MBA Business Management

Apprentissage

Bac + 5

Hybride

Durée : 1004h minimum Formation uniquement en apprentissage

Démarrage : Entrée permanente

Certification : Diplôme d'Etat Niveau 7 (Bac+5)

Crédit ECTS : 180



Maîtrisez tous les outils du management pour piloter une entreprise !

Avec un Master “Manager de Business Unit”, vous apprendrez à piloter une activité et développer une entreprise sur l’ensemble d’un périmètre géographique ou fonctionnel.

Au terme de cette formation, vous serez capable de :

- **Planifier, optimiser, gérer un budget et coordonner les aspects financier.**
- **Accompagner le développement des individus, de l’équipe et de l’organisation.**
- **Piloter le développement des compétences et de l’emploi.**
- **Accompagner la conduite du changement dans une organisation.**
- **Concevoir une stratégie globale d’un business**

Vous obtiendrez à l’issue de la formation* :

- **un diplôme d’État :** vous obtenez le Master “Manager de Business Unit” délivré par ESG-Écoles de commerce, NSF 312, niveau 6, enregistré au RNCP, sous le n°RNCP42642, par décision de France Compétences en date du 15-10-2021
- **180 crédits ECTS** (Système européen de transfert et d'accumulation de crédits) permettent de reconnaître les diplômes dans tous les pays de l'Union européenne.
- **0€ de frais d’inscription et 0€ de frais de dossier**

**Sous réserve de réussite aux épreuves finales*

Nos points forts :

✓ **Des cours écrits et vidéos**

+ Accès illimité aux 4000 cours du soir en direct & replay
+ Accompagnement pédagogique personnalisé
+ Suivi des projets professionnels
+ Coaching carrière

✓ **Ecole membre de Formagroupe ayant 27 ans d’expérience dans la formation continue, l’enseignement supérieur et l’alternance.**

Business Administration

Audit et contrôle de gestion / Performance financière

- Les documents de synthèse
- Les SIG et la CAF du PCG
- Les ratios issus du compte de résultat
- Le bilan fonctionnel
- Les ratios d'exploitation issus du bilan fonctionnel
- Le choix des investissements
- Les différents modes de financement
- Le choix des taux d'actualisation
  La structure financière - Effet de levier
- Le plan de financement
- La démarche générale de l'audit

Droit des affaires

- Le droit pénal spécial des affaires et des sociétés
- Les infractions relatives au contrôle de la société
- La fraude et le blanchiment
- L'entreprise et ses responsabilités

RH : Piloter le développement du capital humain d'une organisation

- Le talent management
- Les compétences et talents
- Les codes de la guerre des talents
- Les outils d'évaluation des compétences
- La mobilité interne
- Favoriser la mobilité
- La promotion de l'égalité entre les femmes et les
- hommes
- Le recrutement : process et pratique
- Les questions à se poser avant de recruter
- L'optimisation de sa politique salariale
- Processus d'intégration
- Gestion des carrières et mobilité professionnelle
- Politique de rémunération
- Talent management
- Contrôle de gestion sociale
- Les outils de benchmark pour s'assurer de la
- meilleure compétitivité en matière de rémunération



Accompagnement à la conduite du changement à l'échelle d'un business unit

- Conduite et mise en œuvre du changement
- Communication digitale interne et externe

Digital : Concevoir un projet de transformation et/ou d'innovation

- La problématique d'innovation ou de transformation
- Orienter le projet d'innovation sur le client final
- La planification d'un projet web
- Le rôle de la note de cadrage
- La rédaction d'un cahier des charges
- Les acteurs et les ressources du projet
- Identifier et sélectionner les prestataires et les fournisseurs adaptés aux besoins du projet
- Le budget digital et les décisions d'investissement
- Calculer la rentabilité d'un projet digital
- L'Executive Summary d'un projet d'innovation

Gestion du budget et pilotage de la performance

Comprendre et estimer les ressources financières de la BU

- Introduction : les enjeux de la conception d'une enveloppe budgétaire
- Finance d'entreprise
- Gestion d'un P&L
- Le prix de vente
- Le principe d'élaboration des comptes financiers
- L'analyse des principes financiers fondamentaux

Évaluer les résultats financiers de la direction commerciale

- Les grands principes de l'analyse financière
- L'interprétation des indicateurs
- La gestion des risques

Formuler des axes de développement

- Le diagnostic de la performance économique : les soldes intermédiaires de gestion
- La valeur ajoutée
- L'excédent brut d'exploitation
- Le résultat d'exploitation
- Le résultat financier

Comprendre les composantes du budget d'exploitation de la BU

- Identification de la structure de coûts
- Recensement des coûts associés à une activité, un produit ou un service de la BU
- Démarche de calcul de coût de revient d'un produit ou service
- Le suivi budgétaire
- Les insuffisances budgétaires

Participer à l'élaboration du budget d'exploitation de la BU

- La démarche budgétaire
- L'évaluation des moyens
- Les clés de répartition
- La marge

Comprendre les budgets et compte de résultat de la BU

- Calculer et analyser le seuil de rentabilité
- Le principe et les limites du modèle
- La difficulté de la ventilation CV/CS (coût variable/coût standard)
- La variable et la proportionnalité des charges
- Les réajustements indispensables
- Détermination des coûts prévisionnels

Piloter les indicateurs de performance de la direction commerciale

- Identification des critères de performance
- Proposition de critères de performance adaptés au contexte

Pilotage du business développement

Définir la stratégie de négociation

- L'analyse de la stratégie commerciale
- Définition et utilité d'un PAC
- Les facteurs clés de succès d'un PAC
- La segmentation et le ciblage

Réaliser le diagnostic de positionnement de ses marchés

- Le mix marketing et le positionnement de
- l'offre
- Les outils du positionnement
- Les étapes et enjeux d'un diagnostic de
- positionnement de l'entreprise
- Le positionnement du produit vs stratégique
- La création des personae, la culture des Data
- et a vision client unique

Elaborer les recommandations marketing et commerciales

- L'analyse des potentiels de l'entreprise
- La place de la stratégie digitale dans la stratégie
- globale de l'entreprise
  Les généralités sur le plan d'actions commerciales
- Du plan stratégique de l'entreprise au PAC
- Les spécificités sectorielles du développement
- commercial en BtoB
- Les appels d'offre publics
  L'élaboration de la réponse à appel d'offres
- La stratégie d'anticipation des appels d'offres
- La relation client B2C dans l'industrie du luxe et de
- la mode
- Les stratégies de développement commercial en
- retail
- Les spécificités sectorielles du développement
- commercial en retail
- La gestion des grands comptes en retail

Piloter les canaux de vente

- L'approche de la marque
- Les nouvelles formes de publicité et de communication digitale
- Réussir sa stratégie de création de contenu
- L'évaluation du potentiel de la marque en fonction des cibles

Concevoir une proposition de valeur pertinente

- Les fondamentaux d'une proposition de valeur
- Les objectifs d'une proposition de valeur
- Les étapes du processus d'achat
- La prise de conscience d'un besoin
- Création d'un argumentaire adapté

Construire une stratégie marketing et commerciale à l'international

- Se connaître pour gagner en efficacité lors d'une négociation
- Les stratégies d'influence lors d'une négociation
- Design de nouveaux produits
- Business Model Design and Implementation
- Protection des actifs immatériels en contexte international



Utiliser les outils digitaux comme levier de développement

- Le m-commerce
- Les marchés de niche
- L'innovation
- L'hyper-personnalisation
- Le développement de la visio conférence pour les commerciaux

Le social selling comme moteur de prospection

- Principes et intérêts du social selling
- Elaborer une stratégie de social selling : les étapes clés
- Mesurer les résultats d'une stratégie de social selling

Concevoir un plan de communication adapté à la cible

- Les objectifs du plan de communication
- Déclinaison des objectifs marketing en plan d'action de communication
- Panorama des différents médias
- Rédiger le brief communication
- Mettre en œuvre le plan de communication
- Les KPI en communication

Mesurer l'efficacité du plan d'action marketing et commercial

- Le pilotage de l'action commerciale
- L'optimisation et le suivi d'un PAC

Elaboration et pilotage de la stratégie commerciale

Comprendre la réflexion stratégique

- La compréhension de la stratégie d'une entreprise
- L'analyse stratégique : Enjeux et démarche
- La prise en compte des marchés
- Les forces d'un business unit

Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement commercial

- L'analyse de l'environnement global de l'entreprise
- La mise en œuvre d'études qualitatives
- La création d'un échantillon pour étude qualitative
- Les types d'études quantitatives
- La réalisation d'une enquête
- Le comportement individuel et social du consommateur
- Les insights consommateurs

Analyser les ressources de la direction commerciale

- Les facteurs clés de succès
- L'analyse de la chaîne de valeur
- Le processus de création de valeur
- L'analyse stratégique et l'analyse du portefeuille clients

Déterminer les choix et les décisions stratégiques de la direction commerciale

- L'analyse et le diagnostic stratégique
- La segmentation stratégique
- De la stratégie globale à la stratégie marketing
- La méthodologie du processus stratégique

Analyser et exploiter les informations

- La veille et l'innovation
- La veille concurrentielle et sectorielle
- Les études complémentaires à la veille
- Les outils digitaux de la veille
- L'identification des informations à recueillir

Evaluer la concurrence de la Business Unit

- L'analyse de l'entreprise face à la concurrence
- La notion de concurrence et diversité concurrentielle
- Les stratégies concurrentielles
- L'analyse concurrentielle

Concevoir une stratégie à l'internationa

- Le business model canevas
- Les nouveaux business modèles émergents
- Etude de nouveaux business modèles ayant fait leurs preuves
- Le développement à l'international

Fixer les objectifs pertinents de la direction commerciale

- Le choix des objectifs stratégiques
- La fixation d'objectifs
- La relativité des objectifs



Adapter la stratégie globale à la direction commerciale

- BU : les différentes stratégies
- Le rôle des dirigeants et du comité exécutif
- Les stratégies au cours du cycle de vie de la BU
- L'exploitation des outils de business intelligence

Déterminer les conséquences des décisions sur la direction commerciale

- Freins et obstacles à la prise de décision
- L'acceptation de la décision
- Les impacts dans une démarche internationale

Piloter les outils de mesure

- Les outils de mesure de l'efficacité
- Le reporting
- La construction d'un tableau de bord opérationnel

Auditer les résultats de la direction commerciale

- L'analyse des données statistiques
- Les représentations graphiques
- La mesure de la performance commerciale
- La méthode Six Sigma

Concevoir le business plan de la BU

- La préparation et la structuration du business plan
- La faisabilité économique et financière du business plan

Planifier la stratégie de la direction commerciale

- L'évaluation des besoins en personnel
- L'ajustement des besoins
- Le planning des actions

Convaincre son auditoire

- Les fondamentaux de la prise de parole en public
- La préparation des conditions matérielles
- L'optimisation de son intervention pour atteindre ses objectifs

Stratégies innovantes de management des équipes

Comprendre et piloter une direction commerciale

- Qu'est-ce qu'une organisation ?
- La définition de la gouvernance
- Analyse des parties prenantes et structures de gouvernance
- Mettre en place un business plan et viabiliser un modèle économique

Accompagner la montée en compétence des ressources humaines

- La GEPP au service de la stratégie de l'entreprise
- Les outils d'accompagnement et d'évaluation de la prospective
- La cartographie des compétences de l'entreprise
- L'organisation et la planification de la gestion des compétences
- Le processus de recrutement
- La découverte des talents
- La guerre des talents : l'inbound recruiting
- Les enjeux du parcours d'intégration
- La préparation et l'accueil du nouveau salarié
- Définir les besoins : le diagnostic des besoins en compétences
- Identifier les actions et budgéter : les modalités de réalisation des actions de formation
- Évaluer l'impact du plan de développement des compétences : les indicateurs

Piloter le développement des ressources humaines

- Les campagnes de recrutement à l'ère du digital
- Le recours à des prestataires externes de recrutement
- La cooptation et la prise de références dans le recrutement
- L'éthique et le recrutement
- Pilotage des compétences (acquisition et maintien)

Accompagner une équipe et la faire grandir

- Les enjeux de la diversité en entreprise
- Le management en équipe projet
- Déléguer avec justesse
- La fidélisation des collaborateurs
- Résorber les conflits et gérer les situations conflictuelles
- Capitaliser sur l'expérience, tracer une roadmap
- L'analyse de problématiques managériales
- Les solutions adaptées à une problématique managériale
- Le management interculturel

Piloter la performance d'une organisation

- Actualiser les définitions de fonctions
- Animer des réunions structurées
- L'art de mieux savoir gérer son temps
- La méthode OKR - Objectives and Key Results
- Développer l'intelligence collective dans ses équipes
- Suivre et accompagner la performance de ses collaborateurs

Diriger une équipe de vente : management commercial

- Le management commercial
- Accompagner et motiver ses équipes commerciales
- Tableaux de bord et objectifs: les définir, les vendre et les réalise

Management de projet de transformation et/ou d'innovation

Concevoir un projet de transformation

- L'accompagnement au changement
- La place de la conduite du changement
- Le diagnostic de la transformation
- Les enjeux de la transformation digitale
- L'organisation d'un workshop créatif
- Process et organisation d'un projet à l'international
- La gouvernance d'un projet de transformation à l'international
- Méthode de créativité : Creative Problem Solving (CPS)
- Atelier de créativité : les cartes heuristiques
- Stimuler l'innovation : la méthode KCP
- Atelier de créativité : SCAMPER

Organiser un projet de transformation

- Piloter un projet de transformation digitale
- Piloter un projet de transformation digitale - Déploiement opérationnel
- Piloter un projet de transformation digitale - Les nouvelles méthodologies autour de l'agilité
- Les documents contractuels d'un projet
- Les outils de la gestion de projet
- Créer un plan d'onboarding pour votre projet de transformation digitale
- Le cahier des charges technique : du besoin à la solution technique
- Le cahier des charges fonctionnel : le contexte du projet et ses enjeux
- Le cahier des charges fonctionnel : l'organisation du projet
- Le cahier des charges techniques : budget, délais et suivi

Recruter et piloter les parties prenantes du projet de transformation

- Rôles et responsabilités dans un projet digital
- Cartographier les compétences nécessaires au projet
- Recruter les compétences opérationnelles nécessaires à l'équipe projet digital
- Le chef de projet digital au centre du projet
- Terminer de recruter pour mieux intégrer et développer l'employabilité de ses ressources
- Structurer une équipe projet pour mieux collaborer
- Les règles juridiques de la sous-traitance et l'achat de prestation
- Comprendre et gérer le changement dans ses projets
- Communiquer sur son projet pour développer l'adhésion

Mesurer l'efficacité de son projet

- Quels indicateurs de performances pour mesurer le succès d'une transformation digitale
- Les enquêtes au service de l'amélioration continue
- Les tests et recettes
- La validation du contenu et la clôture du projet
- La clôture d'un projet

Accompagner le changement en interne

- Les spécificités du management en mode projet
- L'analyse du changement
- Les interactions et les humains
- Les évaluations des impacts
- L'identification des processus de résistance

Accompagnement pédagogique hebdomadaire :
Caroline Abril caroline.abril@eformacampus.fr

Débouchés :

- Responsable d'agence
- Responsable de PME
- Responsable d'unité de service public
- Manager de proximité
- Chef de produit
- Consultant
- Chef de projet
- Business coordinateur

Modalités :

Conditions d'admission :

- **Avoir validé un diplôme ou un Titre certifié de niveau 6 (Bac+3)**
- **A**voir validé 180 crédits ECTS et justifier d'une expérience professionnelle de 2 ans minimum dans le domaine visé par le Titre
- Avoir effectué un cursus de formation en alternance de 24 mois (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) préparant au passage et a l'obtention de la certification visée chez le certificateur ou un partenaire conventionné.

Si vous ne remplissez pas ces conditions, contactez nos conseillers pour étudier votre admissibilité.

Examen :

Mois d'examen : Mai, Juin



Déroulement et accompagnement des formations

Déroulement de la formation

- Inscription et démarrage tout au long de l'année.
- Possibilité de se connecter de façon illimitée et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues
- Planning individualisé en fonction des contraintes de l'apprenant et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le conseiller pédagogique et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning)
- Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera différentes activités d'apprentissage FOAD portées par la plateforme de formation en ligne. Il sera en relation permanente avec l'équipe pédagogique de E-Forma Campus et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- En plus de son parcours en ligne, l'apprenant effectue une période de formation en milieu professionnel.

Accompagnement personnel et individualisé, avec :

✓ **Un accès illimité** à la plateforme de formation digitale et à l'ensemble des ressources ainsi que prestations d'accompagnement qui seront offertes à l'apprenant pendant la durée de sa formation.

✓ **Un accompagnement individuel** régulier de la part de l'équipe de l'*Education Team* : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les conseillers pédagogiques de E-Forma Campus et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la *Training assistance.*

✓ **Des formateurs, enseignants et professionnels** choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 24h ouvrées maximum, avec réponse aux forums des cours, messageries privées, animation de live pédagogiques et corrections personnalisées de devoirs.

✓ **La première communauté française** d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.

✓ **Un accompagnement personnalisé** vers l'emploi par le *Career Center*.

Accompagnement recherche d'entreprise : Caroline Abril (caroline.abril@eformacampus.fr)

Une assistance technique est assurée par le Service informatique (Jonathan Allard : jonathan.allard@eformacampus.fr **) pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités.**

Accessibilité handicap

Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'apprenant à l'adresse **: jp.pireaux@formagroupe.fr**

L'e-campus à dimension humaine



E-FORMA CAMPUS