

Descriptif pédagogique MAE FT ANNEXE 1

à lire attentivement (ne pas renvoyer)

Cette fiche pédagogique présente les trois parcours du MAE ce qui vous permettra de déterminer le choix du parcours de votre Master

Depuis sa création en 1956, l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE) de Montpellier délivre le MASTER ADMINISTRATION DES ENTREPRISES (MAE). Cette formation s'adresse aux scientifiques (ingénieurs, Master en Sciences, pharmaciens, ...) maîtrisant déjà un savoir-faire professionnalisant et désirant le compléter par une formation en gestion acquise en une année. Le MAE a pour objectif essentiel de favoriser l'accès à des postes de responsabilité dans les entreprises en s'appuyant sur le principe de la double compétence. Les candidats peuvent avoir une expérience professionnelle et candidater dans le cadre de la formation continue.

La formation apporte :

- Un enseignement intervenant comme complément à une formation de base et préparant directement à la vie professionnelle,
- Une maîtrise des différentes disciplines indispensables aux fonctions de manager,
- Une approche globale et approfondie des problèmes concrets de direction des entreprises.
- Une spécialisation métier, à travers trois parcours (chef produit, chef projet, entrepreneuriat), en adéquation avec les besoins du monde du travail.

NB : Le candidat au MAE doit être un étudiant de grande maturité et ayant un projet professionnel bien défini. Investi dans ce projet, il est prêt à y consacrer tout son temps et toute son énergie. Ayant un fort sens de l'engagement, il saura faire preuve d'adaptation et de flexibilité. Le programme de formation a lieu en une année, répartie en un semestre de cours et un semestre de stage en entreprise. Le rythme pendant le semestre d'enseignement est donc très intense et les étudiants qui postulent doivent être très motivés. Outre les cours en salle, de nombreux travaux sont demandés, en général en groupes (projets, études de cas,...), parfois dans des délais très brefs, parfois en langue anglaise. Certains cours, notamment dans les parcours professionnalisant, s'appuient sur des lectures obligatoires. La lecture (et donc l'achat) d'ouvrages doit être considérée comme une pratique courante, y compris parfois en anglais. Les étudiants doivent prévoir un budget d'environ 300 euros à cet effet, soit une dizaine d'ouvrages.

Lieu de Formation : IAE de Montpellier - Université de Montpellier
Place Eugène Bataillon
34095 MONTPELLIER CEDEX 5

Durée de la formation : 1 an (du 26 septembre 2016 au 30 septembre 2017).

Responsables pédagogiques du MAE : Philippe AURIER et Jérôme POUGET

Secrétariat du diplôme : Hélène ALVES

e-mail : Helene.Alves@univ-montp2.fr

téléphone : 04 67 14 48 81

Parcours « Chef Produit – Direction Marketing »
(Responsable : Philippe AURIER)

1/ Population cible

Sont visés par ce parcours les étudiants issus de Masters scientifiques et technologiques ou d'Ecoles d'Ingénieur. Maîtrisant les aspects R&D, technologique et production dans un secteur particulier (chimie, bio-santé, agroalimentaire, électronique, pharmacie, etc ...), votre objectif professionnel est de développer une double compétence dans le domaine marketing et commercial.

2) Trajectoires professionnelles

Sont visés à la sortie du diplôme, les fonctions de Chef Produit (ou encore responsable de marque, de marché, de circuit, ...), attaché commercial, responsable « études marketing », qui sont ensuite (à 2 – 5 ans) autant de tremplins vers les fonctions de directeur marketing ou commercial. Ces trajectoires sont bien entendu à moduler en fonction du secteur d'activité et de la taille de l'entreprise.

3/ Projet pédagogique

Les étudiants acquièrent les compétences mobilisées dans les métiers de Chef Produit et/ou responsable marketing:

- Marketing stratégique (18h): la fonction marketing, comportement du consommateur, conception d'une stratégie, analyse du portefeuille d'activité, segmentation, ciblage, positionnement, axes d'action stratégiques.
- Marketing opérationnel (18h): présentation approfondie des principaux leviers de l'action marketing sur un marché (produit, prix, promotion, communication, distribution, marketing direct, web-marketing & e-commerce)
- Outils d'étude de marché (18h): présentation et manipulation des principaux outils: études qualitatives, études quantitatives par questionnaire, panels.
- Diagnostic marketing (18h): méthodologie du diagnostic et apprentissage via des études de cas multiples, en anglais, donnant lieu à des présentations par les étudiants
- Vente et négociation (18h): techniques de négociation et de vente, maîtrise de la relation avec les clients distributeurs, commerce international
- La fonction de chef produit (18h): conception des programmes marketing, communication- publicité et gestion de la relation avec les agences (briefings, suivi), prévision de vente, construction d'un plan d'action et budgets.

NB : Une part importante des enseignements de spécialité est réalisée par des intervenants professionnels.

Par ailleurs, les compétences développées dans le domaine du marketing s'appuient sur les cours dispensés dans le cadre du tronc commun, notamment :

- Le cours de statistique et analyse des données (36h) dont la manipulation est aujourd'hui indispensable dans les fonctions de Chef Produit
- Le cours de stratégie générale d'entreprise, en raison de son lien avec la stratégie marketing
- Les cours de comptabilité-contrôle de gestion (36h) et de finance (36h), dont l'intégration des principes est nécessaire au responsable marketing dans sa réflexion sur la fixation des prix, la construction de plans d'actions dédiés à la contribution à la marge et au profit de l'entreprise, le développement des projets de nouveaux produits dont les

conséquences financières sont lourdes et enfin dans sa vision financière de la valeur d'une marque, la planification marketing.

- Les cours d'économie (36h) et de droit (36h) qui donnent une bonne connaissance de l'environnement général des marchés sur lesquels les produits sont positionnés (législation, contrats, situation économique ...)
- Les cours d'organisation et de management des ressources humaines (36h), fondamentaux pour le responsable en charge de l'animation d'une force de vente, mais aussi le chef produit, acteur coordinateur transversal en négociation permanente avec l'ensemble des fonctions de l'entreprise (R&D, production, logistique, qualité, ...).

**Parcours « Entrepreneuriat – Créateur, repreneur, développeur d'entreprise »
(Responsable : Jérôme POUGET)**

1/ Population cible

Deux types de profils font traditionnellement l'effectif de ce parcours :

- Les étudiants issus d'une solide formation initiale désireux d'exercer en indépendant ou de développer un projet autonome au sein d'une entreprise, ou bien encore d'accompagner les projets au sein de structures ad hoc.
- Les salariés d'expérience qui souhaitent reprendre ou créer une entreprise dans leur domaine de connaissances.

2) Trajectoires professionnelles

Dans un avenir plus ou moins immédiat selon la maturité du projet, les étudiants désireux de créer ou reprendre une entreprise ont la possibilité de consacrer leur stage à ce projet, ils peuvent alors être en position effective de direction d'entreprise à très brève échéance.

Les étudiants souhaitant développer une activité nouvelle dans une entreprise existante ou bien accompagner les créateurs d'entreprise pourront intégrer une structure en tant que business développeur ou chargé d'affaires.

3/ Projet pédagogique

L'objectif de la formation est d'acquérir toutes les compétences nécessaires à la direction d'une entreprise ou d'une nouvelle activité. Pour cela, la recherche et la gestion des ressources financières, humaines et techniques est au centre des enseignements.

La direction d'une entreprise rend nécessaire la connaissance de sujets généraux ou transversaux tels que :

- L'environnement économique (36h), juridique et fiscal (36h) ;
- Les méthodes quantitatives de gestion afin de produire et/ou comprendre les données de pilotage (36h) ;
- Les problématiques du système d'information (conception, alimentation, restitution) (18h) ;
- La création et la gestion d'un système de base de données (18h) ;
- Le marketing stratégique (18h): conception d'une stratégie, analyse du portefeuille d'activité, choix en matière de cible et de positionnement, axes d'action stratégiques ;
- Le marketing opérationnel (18h): présentation approfondie des principaux leviers de l'action marketing sur un marché (produit, prix, promotion, communication, distribution) ;
- La gestion des ressources humaines (36h) qui accompagne inexorablement la croissance d'une entreprise ;

De manière plus spécifique, le business développement mobilise des connaissances particulières telles que :

- La comptabilité générale (18h), matière première de l'information financière de l'entreprise : bilan et compte de résultat ;
- Le contrôle de gestion (18h) qui permet d'identifier les objectifs et contraintes financiers de l'activité : calcul de coûts, budgets, tableaux de bord ;
- Le diagnostic financier (18h) : analyse de la rentabilité (tableau des soldes intermédiaires de gestion) et de la structure financière (bilan fonctionnel)

- La décision financière (18h) : choix des investissements, sources et choix des financements ;
- Le marketing de l'innovation (18h), problématique spécifique du produit innovant
- Les modalités juridiques et financières de la création d'entreprise (18h) : statut juridique, fiscal, social, sources spécifiques de financement
- Le business plan (18h) : élaboration à partir d'outils professionnels usités en région
- Le management du projet de création (18h) : méthodologie, interlocuteurs, écueils ;

Les intervenants proviennent aussi bien du monde universitaire que du milieu professionnel

Parcours « Chef de projet – Contrôle de gestion »
(Responsable : Christine MARSAL)

1/ Population cible

Sont visés par ce parcours les étudiants issus de Masters scientifiques et technologiques ou d'Ecoles d'Ingénieur dont l'objectif est d'exercer des fonctions d'animation et de contrôle dans le cadre de projets de tous types, notamment technologiques et donc de développer une double compétence dans le domaine de la gestion de projet.

2/ Trajectoires professionnelles

Sont visées à la sortie du diplôme les fonctions de chef de projet ou de contrôleur de gestion de projet, par exemple dans les projets innovants, les projets de gestion de production ou les projets d'évolution informatique.

3/ Projet pédagogique

Les étudiants acquièrent les compétences mobilisées dans les métiers de chef de projet dans des entreprises et organisations de tous types (petites et grandes, industrielles et de service, privées et publiques). Sont abordées les problématiques de gestion en général et de gestion et contrôle de projet en particulier :

- Gestion de projet (18h) : définition d'un projet, techniques et outils de management et de suivi de projet, constitution et animation d'une équipe de gestion de projet ;
- Performances et projets (18h) : définition de critères de qualité des projets, les conditions de réussite des projets;
- Contrôle économique des projets (18h) : représentation économique des projets : coûts, budgets, écarts et tableaux de bord, liens avec les systèmes de planification et de contrôle généraux de l'organisation ;
- ERP et gestion de projet (18h) : définition générale des ERP et notamment de leurs liens avec les projets de gestion de production et les systèmes de contrôle des projets, applications et mises en œuvre pratiques à l'aide de logiciels de type ERP.

Par ailleurs, les étudiants doivent s'appuyer aussi sur les enseignements du tronc commun, fondamentaux du point de vue des divers parcours, en particulier du point de vue de la gestion de projet :

- les enseignements économiques et juridiques (72h) ;
- la comptabilité générale (18h) et de gestion (18h) ;
- le marketing stratégique et opérationnel (36h) ;
- la gestion financière (36h) ;
- la gestion des ressources humaines (36h) ;