

GUIDE DES SPÉCIALISATIONS MASTER 2

PROGRAMME GRANDE ÉCOLE

DIPLÔME VISÉ, RECONNU EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

GRADE DE MASTER

ACCREDITÉ AMBA



WWW.INSEEC.COM

SOMMAIRE

COURS - COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES - ACTIVITÉS - MÉTIERS

Édito	p.3
Année de M1	p.4
Pré-spécialisation Management	p.5
Pré-spécialisation Marketing	p.6
Pré-spécialisation Finance	p.7
Année de M2	p.8
International Business Management	p.13
Entrepreneuriat, management & leadership	p.14
Digitalisation, Intelligence Artificielle & Big Data	p.15
Management des Ressources Humaines et Organisations durables.....	p.16 et 17
Sustainable Business Transformation	p.18
Finance, Audit & Contrôle	p.19
Finance d'entreprise & Risques	p.20
Corporate Finance & Risk Analysis	p.21
Luxury Brand Management	p.22
Digital Marketing, Innovation & Brand Management	p.23
Management des Affaires & des Achats	p.24
Tourism, Leisures & Gastronomy	p.25
Management du sport et stratégies d'innovation.....	p.26
Témoignages	p.23
Testimonials	p.24
Contacts	p.25

ÉDITO

POUR UNE PROMESSE FORTE : VOUS PRÉPARER AUX DIFFÉRENTS MÉTIERS DE VOTRE VIE !

Complexité croissante et perspectives incertaines : face à ces deux réalités, le monde du management est toujours plus interpellé sur les qualités et les compétences à mobiliser. Les missions, les exigences, les objectifs des managers ont changé. Les entreprises, comme les organisations publiques, attendent non plus de bons techniciens du management, mais bien des managers à même de décrypter le monde, d'en anticiper les évolutions, en capacité de proposer des alternatives crédibles qu'ils sauront défendre et porter jusqu'à leur réalisation. Pour cela, ces futurs responsables devront aussi être capables de suivre les changements de la société et de leur environnement professionnel en réadaptant constamment leurs méthodes de travail et la vision de leur propre mission.

Il y a urgence à se saisir de l'arrivée de l'Intelligence Artificielle pour parier plus que jamais sur le génie humain, dans ses dimensions de savoir et d'innovation. Il était temps qu'une école de management réponde à ces nouvelles attentes

L'INSEEC Grande École fait le choix de proposer un tout nouveau modèle de formation pour les managers en devenir, qui trouveront là les conditions de leur épanouissement tout au long de leur vie professionnelle. L'architecture de la formation d'INSEEC Grande École sort des codes communs avec comme objectif de donner les clés de compréhension du monde qui nous entoure aux managers en devenir et les doter du sens de l'action réfléchi. C'est en maîtrisant les savoirs fondamentaux qu'on peut s'inscrire dans l'« apprendre à penser » et l'« apprendre à apprendre », pour s'affranchir de la répétition des « vieilles recettes » et de l'obsolescence des compétences techniques.

La formation du Programme Grande École de l'INSEEC Grande École a pour vocation de préparer au premier métier dès la sortie de l'école, mais aussi au deuxième métier, au troisième ... car c'est maintenant la nouvelle réalité de toute vie professionnelle.



Guillaume Garnotel
Directeur Général de
l'INSEEC Grande École

A photograph of three young adults (two women and one man) sitting outdoors in a park-like setting with trees. They are all smiling and looking at a smartphone held by the woman in the middle. The woman on the left has blonde hair and sunglasses on her head. The woman in the middle has long dark hair. The man on the right has dark curly hair. A semi-transparent pink overlay covers the left side of the image, containing text.

VOTRE ANNÉE

DE M1

CLASSIQUE &
APPRENTISSAGE

LA PREMIÈRE ANNÉE DE M1 MET EN AVANT LES CONTENUS TECHNIQUES ET PROFESSIONNELS FONDAMENTAUX ESSENTIEL À TOUS LES ÉTUDIANTS.

Cette année leur permet également de s'orienter vers un premier choix de professionnalisation autour des trois grands domaines des sciences de gestion (finance, marketing et management).

TRONC COMMUN :

- INSEEC Digital Innovation Challenge
- Transitions du monde contemporain
- English & TOEIC training
- Economic, Political & Social Issues
- Excel avancé
- Introduction au contrôle de gestion
- Finance d'entreprise
- Comportement du consommateur
- Études de marchés appliquées
- Management stratégique
- Gestion des Projets et des Opérations



MANAGEMENT

PRÉ-SPÉCIALISATION

INSEEC GE M1 Parcours de Professionalisation	Crédits ECT	Heures présentielle	Heures Digitale	Heures autonomie (pour les classiques)
Human Resource Management / Gestion des ressources humaines	10	18	0	2
Sustainable Management and eco-innovation / Management durable et eco-innovation		18	0	2
Purchasing, procurement and supply-chain / Achat, approvisionnement et supply chain		12	0	2
Corporate Law / Droit des sociétés		12	0	2



MARKETING

PRÉ-SPÉCIALISATION

INSEEC GE M1 Parcours de Professionalisation	Crédits ECT	Heures présentielle	Heures Digitale	Heures autonomie (pour les classiques)
Digital strategy & digital marketing / Stratégie et marketing digital	10	18	0	2
Luxury brand management / Management des marques de luxe		12	0	2
Sales management / Management des ventes		12	0	2
Sustainable Brand management / Management des marques durables		18	0	2



FINANCE

PRÉ-SPÉCIALISATION

INSEEC GE M1 Parcours de Professionalisation	Crédits ECT	Heures présentielle	Heures Digitale	Heures autonomie (pour les classiques)
Investment Decision / Décisions d'investissement	10	18	4	2
Advanced Accounting / Comptabilité avancée		18	4	2
Financial Mathematics / Mathématiques financières		12	4	2
Financial Markets & Green Finance / Marchés financiers et finance verte		12	0	2



VOTRE ANNÉE

DE M2

LA DERNIÈRE ANNÉE PERMET À L'ÉTUDIANT DE S'ORIENTER VERS SON PREMIER MÉTIER ET PRÉPARE À L'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL

Tronc commun : Stratégie, Management et Méthodologie

- Open Innovation Challenge
- Business and Corporate Strategy
- Méthodologie de Recherche
- Organisational Behaviour & Advanced Management
- Business Ethics & Corporate Social Responsibility
- Préparation au Grand Oral
- Nuit de la gestion de crise



MANAGEMENT

INSEEC GE M2 MAJORS*	PARIS	BORDEAUX	LYON	LONDRES
International Business Management (English track only)	CLASSIQUE & APPRENTISSAGE	CLASSIQUE & APPRENTISSAGE	CLASSIQUE & APPRENTISSAGE	
Entrepreneuriat, management & leadership	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	
Digitalization, Artificial Intelligence and Big Data (english track)	APPRENTISSAGE			
Management des Ressources Humaines et Organisations Durables	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	
Sustainable Business Transformation (english track only)	CLASSIQUE			

NEW

*20 étudiants minimum est requis pour l'ouverture de la spécialisation

MARKETING

INSEEC GE M2 MAJORS*	PARIS	BORDEAUX	LYON	LONDRES
Luxury Brand Management	CLASSIQUE & APPRENTISSAGE			
Marketing Digital, Innovation et Brand Management (Anglais uniquement)	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	
Digital Marketing, innovation & Brand Management (english track)	CLASSIQUE & APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	
Management du sport et Stratégie d'innovation 	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	
International Brand Strategy and Brand Management				CLASSIQUE
Management des Affaires et des Achats		APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	
Business and purchasing Management	APPRENTISSAGE			
Tourism, loisirs & gastronomy			CLASSIQUE	

*20 étudiants minimum est requis pour l'ouverture de la spécialisation



FINANCE

INSEEC GE M2 MAJORS*	PARIS	BORDEAUX	LYON	LONDRES
Finance, audit et contrôle de gestion	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	
Corporate Finance & Financial Analysis (english track)	CLASSIQUE			
Finance d'entreprise et risques	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	APPRENTISSAGE	
Investment Management & Capital Markets (english track)				CLASSIQUE

*20 étudiants minimum est requis pour l'ouverture de la spécialisation

Le parcours de l'étudiant se termine par un **stage de fin d'études** de 6 mois (en France ou à l'étranger) et par un **Grand Oral** lui permettant de présenter l'ensemble de son cheminement personnel et professionnel



INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT

Anglais

Finance globale

Ce cours vise à développer la compréhension des principaux problèmes et des risques associés aux activités financières internationales, qu'il s'agisse des produits financiers ou des acteurs du marché

Macroéconomie mondiale

Ce cours sera centré sur une série de sujets importants liés à la macroéconomie mondiale. Plus précisément, en discutant sur les fondamentaux du marché

Géopolitique des affaires internationales

Ce cours aidera les étudiants à décoder et à tirer des conclusions liées aux événements géopolitiques ainsi qu'à comprendre les décisions prises par des pays, des entreprises et d'autres organismes connexes face à ces événements

Stratégie de gestion internationale

Ce cours est conçu pour répondre aux exigences générales de gestion, en utilisant l'approche traditionnelle de la direction, de la planification, de l'organisation et de contrôle

Achats et approvisionnement internationaux

Ce cours se concentrera sur les achats et les sourcing internationaux tels qu'ils sont abordés dans un environnement global

Stratégie de marketing international

Ce cours sera centré sur les problématiques de marketing stratégique international

Environnement juridique global

Ce cours traitera des questions de droit international des affaires, en fournissant aux étudiants les connaissances nécessaires sur les principes sous-jacents du cadre réglementaire mondial dans lequel opèrent les affaires internes.

Gestion des affaires internationales

Ce cours aidera les étudiants dans leur travail sur un projet pertinent de commerce international, en approfondissant l'application de principes acquis dans diverses disciplines enseignées dans les majeures (finance, gestion, marketing, etc.).

QUELS SECTEURS ?

- Banque internationale
- Importation/exportation
- Conseil en affaires
- Gestion de projets
- Développement du commerce international
- Gestion de la chaîne d'approvisionnement
- Stratégie en marketing international

QUELS MÉTIERS ?

- Analyste financier
- Consultant en commerce international : responsable import/export
- Directeur/trice des ressources humaines
- Directeur/trice de la chaîne d'approvisionnement : développeur d'affaires internationales
- Analyste/consultant en affaires

ENTREPRENEURIAT, MANAGEMENT & LEADERSHIP

Français + Anglais

Conception et management de l'innovation

Capacité à gérer un processus d'innovation.

L'écosystème entrepreneurial et financement entrepreneurial

Identifier au sein d'un écosystème entrepreneurial les différents acteurs de l'accompagnement et du financement entrepreneurial

L'intelligence artificielle et entrepreneuriat digital

Maîtriser les problématiques du big data, de l'intelligence artificielle, du blockchain et les économies des plateformes.

Business Game : simulation en entrepreneur virtuel

Comprendre le fonctionnement global d'une entreprise d'un point de vue stratégique, commercial et financier.

Management de projets entrepreneuriaux

Maîtriser les différentes démarches et méthodes de management de projets.

Leadership entrepreneurial et cohésion d'équipe

Favoriser l'engagement et la motivation des équipes à travers une posture de leader entrepreneurial.

Lean Start Up

Maîtriser et mettre en pratique les principes de la méthodologie Lean Start Up.

Entrepreneuriat durable

Appréhender l'émergence de nouveaux marchés respectant les exigences de durabilité.

QUELS SECTEURS ?

- Les secteurs des services et du digital
- Le secteur du conseil et secteur de l'accompagnement entrepreneurial
- Secteur e-commerce & transformation digitale
- Secteurs du développement durable, de l'économie circulaire et de la transition énergétique

QUELS MÉTIERS ?

- Project manager
- Event project manager
- Responsable de développement
- Business consultant
- Entrepreneur dans une start up
- Directeur/trice d'incubateur
- Business Developer
- Business analyst

DIGITALISATION, INTELLIGENCE ARTIFICIELLE & BIG DATA

Français + Anglais

La transformation numérique et son impact sur les entreprises de la société

Décoder et acquérir des repères pour comprendre les mutations du monde numérique.

Gestion des big data

Capacité à gérer les données critiques d'une entreprise.

Introduction à l'analyse des données

Apprentissage des principes fondamentaux de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage automatique

L'Intelligence artificielle pour les entreprises

Compréhension fondamentale de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage automatique dans le domaine des entreprises, et capacité à intégrer ces technologies dans la stratégie de l'entreprise.

Apprentissage automatique : implications organisationnelles et stratégiques

Gérer les transformations commerciales induites par l'IA, développer un portefeuille de projets d'IA, l'IA et la gouvernance organisationnelle

Études de cas commerciales

Des situations de décisions réelles liées à la numérisation dans toutes les fonctions, exposées à un certain nombre de scénarios de décisions commerciales.

Droit et éthique des affaires

Connaissances pratiques sur ce que change une économie axée sur les données, en termes d'éthique, de conformité juridique et de responsabilité sociale des entreprises

QUELS SECTEURS ?

- Conseiller en transformation numérique
- Data scientist
- Analyse des données d'entreprise
- IA et transformation numérique de l'entreprise
- Transformation numérique organisationnelle
- Analyse d'entreprise
- Conformité juridique numérique

QUELS MÉTIERS ?

- Responsable grands comptes pour le numérique
- Directeur/trice du back-office
- Analyste de données
- Analyste d'affaires
- Analyste d'affaires en IA
- Expert(e) en cyber sécurité

MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES ET ORGANISATIONS DURABLES

Français

1/2

Gestion des conflits

Apprendre à gérer les conflits dans leur résolution la plus efficace

Gestion des Talents et des Potentiels

Identifier les potentiels (dans une équipe, à l'extérieur) pour remplir des missions liées à un poste.

Qualité de Vie au travail et
Prévention des risques psycho-
sociaux

Détecter les RPS, apprendre à réagir efficacement, travailler autour du bien-être au travail.

Atelier de Créativité RH

Communiquer de manière créative, générer de l'intelligence collective, produire du sens au sein d'une équipe.

Droit Social

Connaître l'environnement juridique, les procédures et le périmètre réglementaire lié au contrat de travail.

Pilotage des indicateurs sociaux

Manipuler les indicateurs prévisionnels et de suivi de la masse salariale.

International Human Resources
Management

Appréhender les RH dans un contexte international : proxémie, culture, réglementation.

Communication Interne

Comprendre les règles et les attendus de la communication interne, à l'ère du distanciel et du digital.

Gestion des Restructurations

Préparer ou accompagner la restructuration, avec l'identification des facteurs de risque.

Politique de Formation

Construire une politique de formation continue pour les salariés.

 = Cours pouvant être remplacés par l'option RSE / Durable (page 15)

MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES ET ORGANISATIONS DURABLES

Français

2/2

OPTION RSE / DURABLE

Qualité de Vie au travail et
Prévention des risques psycho-
sociaux

Détecter les RPS, apprendre à réagir efficacement, travailler autour du bien-être au travail.

Gestion International Sustainable
Human Ressources Management

Appréhender les RH dans un contexte international et responsable : proxémie, culture, réglementation.

Communication Interne responsable

Comprendre les règles et les attendus de la communication interne, à l'ère du distanciel et du digital dans un objectif durable.

Notation extra financière et
indicateurs sociaux

Manipuler les indicateurs financiers et indicateurs sociaux

QUELS SECTEURS ?

- Toute activité managériale supposant de la gestion de personnel
- Recrutement
- Lancement d'activité

QUELS MÉTIERS ?

- Responsable recrutement
- Chasseur de tête
- Dirigeant(e)
- RRH
- DRH
- Responsable paye
- DAF

SUSTAINABLE BUSINESS TRANSFORMATION

Anglais

Organizing within planetary boundaries

Understanding the impact of planet boundaries on organization and explore frameworks to implement the changes needed.

Environmental footprint and life cycle assessment: the luxury case

Acquiring the methodology for assessing environmental impacts associated with all the stages of the life cycle of a luxury product.

Organizational Change & Organizational Behavior

Understanding how an organization changes its components in order to become a sustainable corporation.

Sustainable entrepreneurship

Creating a sustainable business.

Reading and research seminar

Developing a strong sustainable culture & methods of investigation

Sustainable reporting

Effectively communicating performance on a wide range of sustainable topics related to business.

Sustainable finance

Being able to implement a process of taking ESG considerations for financial decision.

Digital Path to Sustainability: Issues and Challenges

Issues, challenges and applications for digitalization to promote sustainability –in the context of the United Nations Sustainable Development Goals.

Sustainable Business strategy
(Strategy and business modelling for sustainability)

Learning methodological tools allowing to steer a sustainable development

QUELS MÉTIERS ?

- Sustainability auditor
- Sustainability Consultant
- (Chief) Sustainability Officer
- Sustainable Finance Analyst
- Sustainable Performance Reporting manager
- Environmental due diligence specialist
- CSR Manager

Comptabilité des sociétés

Maîtriser l'ensemble des opérations comptables de clôture des comptes annuels

Comptabilité financière internationale

Comprendre les problématiques des référentiels comptables nationaux et internationaux

Audit financier

Pouvoir exprimer une opinion motivée sur la régularité et la sincérité des comptes d'une entreprise

Audit et contrôle interne

Être capable de réaliser des objectifs liés aux opérations, au reporting et à la conformité

Contrôle de gestion

Maîtriser les outils de contrôle de gestion opérationnel

Pilotage de performance

Être en mesure de confronter les résultats obtenus aux objectifs. Définition des différents indicateurs (d'activité, opérationnels et de performance).

Management des systèmes d'information

Couvrir un socle de base de connaissance sur les SI. Contrôler les SI. Utiliser, gérer, évaluer et concevoir un SI.

Politique financière de l'entreprise

Comprendre les enjeux stratégiques de la politique financière d'une entreprise et analyser l'impact des décisions de financement et de distribution sur la valeur de l'entreprise.

Fiscalité approfondie

Être capable d'apprendre et de maîtriser les techniques fiscales appliquées à l'entreprise afin d'optimiser la charge fiscale.

Finance d'entreprise avancée

Il s'agit d'un cours assez complet couvrant la plupart des options de financement pour les entreprises, l'évaluation des entreprises dans le contexte d'une acquisition, et les développements plus récents du marché tels que les obligations vertes, les rachats d'actions et les obligations convertibles.

VBA

Être en mesure d'automatiser certaines tâches en utilisant les notions d'Excel avancé et de VBA.

QUELS SECTEURS ?

- Finance d'entreprise et ingénierie
- Cabinets de conseil
- Fiscalité, droit des affaires
- Conseil et gestion d'entreprise

QUELS MÉTIERS ?

- Directeur/trice Administratif et Financier
- Commissariat au compte
- Auditeur/trice interne
- Directeur/trice d'agence bancaire

Financement des entreprises

Maitrise de l'analyse financière des sociétés, et connaissance approfondie des modalités de financement CT et LT des sociétés.

Ingénierie financière et capital risques

Maitriser les opérations financières et les montages financiers de haut de bilan : IPO, LBO, private equity, capital innovation, augmentation du capital des sociétés.

Evaluation des entreprises et fusions acquisitions

Maitriser les méthodes d'évaluation des entreprises. Comprendre les montages financiers lors des opérations de fusions et acquisitions.

Gestion des risques et conformité des marchés de capitaux

Savoir identifier et cartographier les risques en entreprise. Contrôler la conformité. Maitriser les principes de gestion des risques.

Gestion d'actifs et marchés des capitaux

Connaissances des produits financiers, du rôle et du fonctionnement des marchés financiers. Maitrise des principes de la gestion de portefeuille : rentabilité, risques, diversification.

Finance appliquée

Maitriser les outils de la finance appliqués aux décisions de financement et d'investissement : corporate et marchés

Études de cas en finance

Savoir analyser et résoudre des problématiques financières de l'entreprises.

VBA

Être en mesure d'automatiser certaines tâches en utilisant les notions d'Excel avancé et de VBA

Finance d'entreprise avancée

Il s'agit d'un cours assez complet couvrant la plupart des options de financement pour les entreprises, l'évaluation des entreprises dans le contexte d'une acquisition, et les développements plus récents du marché tels que les obligations vertes, les rachats d'actions et les obligations convertibles

Marchés internationaux des capitaux

Ce cours vise à fournir une bonne compréhension des différents marchés financiers (actions, dette, gouvernement et entreprises, produits dérivés, matières premières, etc.) en termes de structures, de profil de risque, d'acteurs du marché et de moteurs de valeur

QUELS SECTEURS ?

- Finance d'entreprise et banques financières
- Private equity, cabinet d'audit, banques d'investissement
- Banques, fiduciaires, assurances
- Investment Management and Capital Markets
- Finance d'entreprise et banques financière

QUELS MÉTIERS ?

- Directeur Administratif et Analyste financier
- Responsable des investissements
- Risk Manager
- Gestionnaire de patrimoine
- Administration financière de l'entreprise,
- Gestion de trésorerie

CORPORATE FINANCE & RISK

ANALYSIS

Anglais

Capital d'investissement : Fusions et acquisitions

Valorisation de l'entreprise, avantages et inconvénients de la croissance externe, particularités du capital-investissement.

Gestion d'actifs, de patrimoine et de portefeuille

Catégorie d'actifs traditionnels et alternatives. Les différents types de fonds d'investissement

Marchés de capitaux internationaux

Étude des principaux marchés financiers internationaux. Moyens les plus récents d'y accéder du point de vue d'une entreprise et d'un investisseur

Développements récents en financement des entreprises

Quelques-uns des moyens les plus actuels pour les entreprises de s'attaquer au financement, en profitant de l'intérêt des nouveaux investisseurs

Gestion du risque d'entreprise

Comment les entreprises identifient et mesurent les divers risques, et comment ils tentent de réduire ces derniers

Aspects juridiques de l'entreprise

Reconnaissance de certains risques juridiques très importants pris par les entreprises, par des experts non juridiques.

Startups : création de valeur et financement

Définition et reconnaissance de la création de valeur pour les startups. L'écosystème autour du financement des startups

Analystes financiers & relations avec les investisseurs

Analyse des états financiers et des projets d'entreprise. Comment les entreprises essaient de communiquer au mieux et convaincre les investisseurs.

Bloomberg avancé

Certaines des fonctions clés du terminal Bloomberg rattachées principalement à l'économie, aux entreprises et aux conditions de marché.

VBA

Capacité à automatiser certaines tâches en utilisant des fonctions avancées d'Excel et de VBA.

QUELS SECTEURS ?

- Finance, trésorerie, relations avec les investisseurs au sein des entreprises
- Banque commerciale et d'investissement
- Marchés de capitaux internationaux
- Analyse financière
- Fonds de capital-risque et de capital investissement
- Gestion de portefeuilles d'actifs, d'investissements
- Gestion de patrimoine (banque privée, family offices)

QUELS MÉTIERS ?

- Analyste financier
- Consultant(e) d'affaires, stratégique et consultant financier
- Auditeur/trice financier / comptable
- Analyste financier / trésorier au sein d'entreprises ou de banques
- Gestionnaire d'actifs - Assistant commercial
- Développeur de startup et directeur/trice financier
- Risk Manager

LUXURY BRAND MANAGEMENT

Anglais

Origines et histoire du luxe

Ce cours se concentre sur les origines et le développement du luxe à travers le temps en montrant également son impact sociétal.

L'équité des marques de luxe management

Ce cours est centré sur un aperçu stratégique des questions de gestion des marques de luxe.

Responsabilité sociale dans le secteur du luxe

Ce cours approfondit la question des approches socialement responsables des corporations contemporaines dans le contexte du luxe.

Comportement de consommation du luxe et expérience client

Ce cours se penche sur les processus psychologiques des consommateurs ainsi que l'expérience globale que vit un client dans un domaine de marketing du luxe

Communication et nouveaux médias dans le secteur du luxe

Obtenez un aperçu complet de la communication du luxe et des nouveaux médias et soyez conscient de ses différentes facettes. Comprendre l'importance d'Internet dans le secteur du luxe et de la communication.

Art & Luxe

Les marques de luxe font toujours référence à l'art et sont directement concernées par l'art et ce à plusieurs niveaux : conception des produits, savoir-faire, architecture des bâtiments et conception des boutiques, conception des vitrines, du packaging et de la communication

Distribution de marques de luxe et vente au détail

Compréhension de la vente au détail internationale et de ses spécificités par canal.

QUELS SECTEURS ?

- Conseil en marketing du luxe
- Industrie du luxe
- Commerce de détail du luxe
- Marketing international du luxe

QUELS MÉTIERS ?

- Responsable de marque
- Conseiller en marketing
- Chef(fe) de produit et de vente
- Directeur/trice de la communication d'entreprise
- Coordinateur/trice de la responsabilité sociale des entreprises
- Conseiller/conseillère d'entreprise
- Directeur/trice de la communication
- Responsable du merchandising

DIGITAL MARKETING, INNOVATION & BRAND MANAGEMENT

Français & Anglais

Communication et nouveaux médias

Stratégies de développement de la communication et des nouveaux médias des marques internationales : des médias de masse aux médias numériques. Découverte des nouveaux comportements d'achat qui bouleversent les industries et les nouveaux profils de consommateurs hyperconnectés.

Intelligence artificielle, Big Data et Marketing

Comprendre les concepts d'intelligence artificielle et du big data.

Distribution et e-commerce

Vue d'ensemble de la vente au détail et du commerce électronique en couvrant différents sujets dont les études de marché, le comportement des consommateurs, le marketing, les opérations et permet d'apprendre en appliquant ces concepts par le biais de projets.

Marketing sensoriel, expérience client et neuromarketing

Concepts, théories, techniques, et outils de recherche/marketing dans les domaines du marketing expérientiel et du marketing sensoriel.

Les nouveaux outils de l'innovation marketing

Comment l'innovation a un impact sur une entreprise et comment la diriger ? Apprendre à organiser et piloter un projet de manière efficace avec des outils et des process.

Marketing vert et responsable

Analyse de l'endroit où la ligne a traditionnellement été tracée entre "responsable" et "irresponsable" dans le marketing.

Marketing relationnel et CRM

Comprendre les défis de la gestion de la relation client, identifier l'importance du CRM au niveau organisationnel et savoir comment utiliser les outils de CRM pour le développement du marketing

QUELS SECTEURS ?

- Art, culture et média
- Marketing digital
- Développement commercial
- Tourisme et hôtellerie
- Marketing événementiel,
- Secteurs de l'industrie et des services
- Institutions
- Marketing événementiel

QUELS MÉTIERS ?

- Responsable des réseaux sociaux
- Chef(fe) de projet SEO
- Brand Manager/ Product Manager
- Chef(fe) d'entreprise
- Responsable e-commerce
- Chef(fe) de projet événementiel
- Responsable marketing relationnel
- Responsable CRM
- Gestionnaire de clientèle

MANAGEMENT DES AFFAIRES ET DES ACHATS

Français

Business Marketing

Comprendre les spécificités de l'environnement B2B et maîtriser la démarche et outils du marketing B2B.

Réseaux et relations client-fournisseur

Comprendre les organisations en réseaux et comment le contexte des réseaux d'affaires affecte les relations clients-fournisseurs

L'innovation dans les relations acheteur fournisseur

Rôles des clients et fournisseurs dans l'innovation et le développement de produits ; les défis organisationnels.

Digital Business

Décrire la digitalisation réussie des entreprises et les différents outils numériques qui peuvent être utilisés pour gérer les relations d'affaires.

Achat et Supply Chain

Développer les compétences en matière d'achats et fournir de nouveaux concepts et outils de résolution de problèmes applicables à la conception et à la planification des chaînes d'approvisionnement.

Stratégie de prix dans la relation commerciale

Comprendre les systèmes de tarification, apprendre à analyser les clients, les concurrents et les conditions du marché, le coût et la valeur.

Négociation complexe

Diagnostic, préparation, déroulement et développement de capacités d'adaptation dans une situation de négociation complexe.

Gestion des comptes-clés

Management des comptes-clés, gestion d'un processus d'affaires.

Gestion des appels d'offres et proposition commerciale

Cours opérationnel /mise en application. Soumission à des appels d'offres privés et autres problématiques classiquement rencontrées en entreprise.

Règlementation de la relation commerciale

Étude des contrats resituée dans un contexte d'affaires, fournisseurs / clients consommateurs.

QUELS SECTEURS ?

- Services, revente
- Tous secteurs confondus
- B2B, B2C et B2B2C, Commerce et distribution
- Institutions
- Entreprises industrielles et de service

QUELS MÉTIERS ?

- Market Development Manager
- Responsable recherche et développement commercial
- Purchasing and Logistic planner,
- Market Development Manager
- Responsable grands comptes
- RAO Responsable Appels d'Offres

TOURISM, LEISURES & GASTRONOMY

Anglais

Le Marketing de l'innovation dans le tourisme

Comprendre les enjeux de l'innovation dans le tourisme et apprendre à mettre en œuvre un processus d'innovation

Gestion de la demande et des revenus

Le cours couvre les bases de la gestion de la demande hôtelière et de la gestion des revenus : les outils et les techniques nécessaires pour commercialiser les services d'accueil et maximiser les revenus dans ce nouveau paysage industriel mondial.

Marketing des services et stratégie d'excellence dans le tourisme

Maîtriser les concepts fondamentaux du marketing des services ; Appréhender une offre touristique de manière pertinente, dans une perspective d'excellence ; Adopter définitivement une culture des services et de l'hospitalité

La gastronomie, l'art culinaire et l'hôtellerie d'hospitalité de luxe

Découverte du secteur du luxe et des problématiques managériales rencontrées ; Comprendre un système touristique local et les interactions entre tous les acteurs ; Acquérir des connaissances sur l'histoire de la gastronomie et de l'hôtellerie de luxe.

Le tourisme digital

Comprendre le fonctionnement des systèmes de tourisme et de loisirs, en étudiant les acteurs impliqués

Comportement des consommateurs et tendances du tourisme

Comprendre l'histoire du tourisme, et les principales évolutions de cette industrie. Comprendre le comportement des consommateurs et les principales tendances. Comprendre le fonctionnement des systèmes de tourisme et de loisirs.

Gestion des événements

Comprendre les enjeux de l'environnement culturel, sportif et touristique. Être conscient de l'importance stratégique des retombées économiques et touristiques d'un événement sur un territoire ; Être capable de planifier une stratégie cohérente de gestion d'un événement et de concevoir une organisation d'un événement.

QUELS SECTEURS ?

- Le secteur du tourisme dans son ensemble, mais aussi tous les secteurs connexes (culture, événementiel, services, communication ...)

QUELS MÉTIERS ?

- Chef(fe) de projet
- Chef(fe) de produit
- Conseiller/conseillère en marketing
- Directeur/trice des ventes
- Responsable de la communication
- Webmaster
- Gestionnaire d'événements

MANAGEMENT DU SPORT ET STRATÉGIES D'INNOVATION

Français

Introduction au Business du Sport

Fondamentaux de l'industrie sportive, cartographie des acteurs majeurs, Economie du sport, Modèles économiques des organisations sportives, valorisation, fusions et acquisitions et régulations internationales

Droit du sport

Grands principes du Droit du travail appliqués à l'univers du sport, Maîtriser les fondamentaux relatifs au droit du sport comme le Droit des contrats et événements sportifs, Droit à l'image, Contentieux (rupture de contrat...), Règles liées à l'industrie du sport + gouvernance

Leadership et Psychologie dans le sport

Leadership : gestion des équipes, dynamique du groupe, leadership dans le contexte sportif, travailler le "team spirit", Psychologie du consommateur en quête de divertissement / d'enchantement (delight)

Marketing digital & Médias dans l'industrie du sport

Utilisation des leviers du marketing digital et de la communication 360 (incluant médias sociaux, plateformes numériques, live streaming etc...) pour optimiser : la promotion d'événements ou l'image de marque + relations publiques sportives, dont la presse, et l'expérience utilisateur avec l'engagement des supporters/consommateurs

Marketing sportif et Sponsorship

Solliciter des ressources financières : Branding, partenariats, activations de sponsors, mécénat

Analyse de données et de performance sportive

Utilisation des statistiques et des données pour améliorer la performance et prendre des décisions stratégiques, : Finance et contrôle de gestion (Tableaux de bord, KPIs, évaluer la rentabilité d'une structure, gestion des retombées des actions marketing déployées

Évènementiel et Gestion de projets dans le sport

Planification, budgétisation, organisation et exécution d'événements sportifs, Management transversal (relations avec prestataires externes), inclusifs, participatif, gestion administrative

Innovation et Technologie dans l'industrie du sport

Innovation dans les installations sportives : VR/AR, E-sport, digital gaming, Marketing expérientiel, Blockchain

Gestion durable et écologique du sport

Compréhension des enjeux sociétaux liés à l'industrie du sport, Stratégies pour rendre les événements et les opérations sportives plus écologiques, Utilisation de la technologie pour suivre et améliorer l'empreinte environnementale des activités sportives

Projet fil rouge : Entreprenariat dans l'industrie du sport

Initiatives sportives incluant la dimension eco-friendly + tendances associées + outils de management, Focus sur des stratégies marketing plus axées Retail

QUELS MÉTIERS ?

- Chargé de promotion- communication
- Traffic Manager/ Community Manager/ Social Media Manager
- Data analyst/ Gestion Relation Clients (CRM)
- Chargé d'étude
- Sales Manager (produits ou marques sportives)/ Direction grands comptes...etc.
- Responsable RSE
- Manager de structure(s) sportive(s)
- Responsable de point de vente
- Chef de projet & e-projets
- Chef de produit/marque/ Responsable Market
- Chargé de développement sponsoring/ Event & e-event manager

TÉMOIGNAGES ALUMNI



Sophie HURVOIS

PROMOTION 2018

Après deux années d'étude en BTS Management des Unités Commerciales, la volonté de me spécialiser dans le Marketing et d'intégrer une école de commerce était évidente. J'ai intégré le campus de Lyon pour sa localisation dans une ville inconnue pour moi, mais très attractive. Durant ces trois années à l'INSEEC GE, j'ai pu développer toutes mes compétences personnelles à travers notamment mon stage humanitaire effectué au Cambodge dans une association d'aide aux orphelins, mais également mes compétences professionnelles à travers mon stage dans la communication à Cape Town.

Alexandre DUPRAT

PROMOTION 2011

Durant mes années d'étude, le stress m'a envahi un nombre incalculable de fois au sujet de mon avenir professionnel, c'est véritablement en intégrant le campus de Bordeaux de l'INSEEC GE, que j'ai réalisé qu'il n'y avait pas de « cursus magique » pour arriver à ses fins. À l'INSEEC GE, j'ai pu intégrer l'association œnologique Vinseec qui m'a finalement permis d'orienter mon cursus (stages et spécialité) vers ces métiers.

Fanny CHANU

PROMOTION 2018

Grâce à l'INSEEC GE, j'ai eu la chance d'étudier deux années en cycle classique et une dernière année en apprentissage chez Arianespace. Ce choix de parcours m'a permis d'allier stages à l'étranger (l'événementiel à Malte et la communication au Canada) et expérience longue durée en entreprise. L'apprentissage est selon moi la façon la plus simple d'apprendre et d'appliquer les connaissances théoriques (stratégie de communication, social media, gestion de projet, etc ...) directement sur le terrain. Finalement, ces expériences ont permis d'orienter et d'affirmer mes choix quant à mon futur professionnel dans les métiers de la communication

Martin DUMONET

PROMOTION 2012

L'INSEEC GE m'a aidé à préparer mon alternance dans ma propre entreprise Bleu de Peau, afin que je puisse bénéficier davantage de temps au développement de ma marque, tout en ayant des apprentissages adaptés (création de strat up, reprise etc.). J'ai eu la chance de rencontrer des dirigeants d'entreprises, et de bénéficier de leurs expériences et conseils. J'ai eu l'occasion grâce à l'INSEEC GE d'étudier 5 mois à Madrid en Espagne et de faire un stage à Auckland en Nouvelle-Zélande. Ces voyages étaient nécessaires pour améliorer mon anglais et m'ouvrir sur le monde, des compétences acquises qui me permettent aujourd'hui de mieux gérer le développement international et de m'ouvrir sur les cultures.



TESTIMONIALS FROM OUR STUDENTS AT THE END OF THEIR COURSE



Clément PIQUET

My international experience began in 2011 in Dubai, during a 3-month internship while I was in my 4th year of studies. I was working for Bragard, a company specialized in garment manufacturing and luxury cars for prestige hotels. I was lucky enough to have an atypical manager who gave me freedom in my work, so I worked on business transactions with 5-star hotels in Dubai, but also in Abu Dhabi. My international path continued with a semester abroad at Renmin University of China (Beijing). I wanted to focus on Business & Management in order to complete my major in International Management at INSEEC GE. I was immersed in the culture as it was a 6-month semester. The most important for me was to complete my company project to promote traditional French winemakers in Hong Kong and mainland China. I would need more than a few lines to explain all the ups and downs of my entrepreneurial journey! In December 2012, I created a trading company in Hong Kong, in May 2015 a WFOE (Wholly Foreign Owned Enterprise) and in 2018 a company based in Paris, specialized in prestigious classified Grands Crus and investments in the luxury sector for Asian companies. Now that I speak Chinese, I work periodically as a consultant expert on the Asian market for companies. In addition, since 2019, I have been the Managing Partner China for the World Cookbook Awards. This contest was created in 1995 by Edouard Cointreau and gathers together the finest cookery books (cook and wine). It is an opportunity to welcome journalists from all over the world, editors and ambassadors.



Lucas TORRIONE

During my international path at INSEEC GE, I had the chance to go abroad for 4 months for the first-year internship in Amsterdam. In the second year, I took the English track where I took all my courses in English with regular students and international exchange students. My level of English was thus improved and I was able, during my 3rd and final year, to go in Italy as an Erasmus exchange student. Then I obtained my internship there, improved my Italian, and I am now on fixed-term contract in this same English company based in Milan.



Jérémie ZEITOUN

In June 2017, I had the chance to do a Summer Session at California University UCLA with a classmate. A Summer Session is originally the summer retake session for students at their university. Since INSEEC GE is a UCLA partner, I was able to live the American student's life: with housing on the campus and the possibility to have our meals in cafeterias close by, we could enjoy all the services UCLA offers.

We came to study English Language and learn more about American culture. We also took the opportunity to visit the neighborhoods of Los Angeles, as well as Las Vegas and San Francisco.

In September 2019, I went to do my 5th semester in Valencia, Spain. I choose this destination because ESIC Marketing School, the partner school of INSEEC GE, offers a course in "Communication and Public Relations" in Spanish that interested me. Breaking the language barrier was not a simple task, but thanks to my kind friends and teachers, I had a great experience.

CONTACTS

CAMPUS BORDEAUX

admissions.inseec.bordeaux@inseec.com
Hangar 19 - Quai de Bacalan -
33300 BORDEAUX
+33 (0)5 56 01 77 55

CAMPUS LYON

admissions.inseec.lyon@inseec.com
25, rue l'Université - 69007 LYON
+33 (0)4 78 29 77 35

CAMPUS PARIS

admissions.inseec.paris@inseec.com
27, av. Claude Vellefaux - 5010 PARIS
+33 (0)6 33 60 49 04

WWW.INSEEC.COM

Suivez-nous sur les réseaux

