

MBA Tourisme

Certification Professionnelle de Niveau 7 « Manager de la stratégie commerciale » délivrée par ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION jusqu'au 29/04/2029.



Les objectifs

Ces 4ème et 5ème années d'études qui caractérisent la formation au MBA Manager de la Stratégie Touristique et commerciale permettent à l'étudiant de construire son projet professionnel et de développer des compétences spécifiques dans le secteur du tourisme et de la stratégie commerciale.

Les débouchés métiers

Le Manager de la Stratégie Commerciale est amené à exercer dans tous types d'entreprises ayant pour modèle économique principal la vente de produits ou services, soit à d'autres entreprises (modèle d'affaires BtoB), soit directement aux consommateurs (modèle d'affaires BtoC). Leurs secteurs d'activité peuvent donc être très divers, industrie, construction, informatique, distribution et services.

Le Manager de la Stratégie Commerciale peut exercer dans des structures de toute taille, de la TPE aux grands groupes internationaux.

- Chargé d'affaires / Responsables commerciaux et de secteur ;
- Ingénieur commercial ou d'affaires ;
- Business manager / Business developer, Sales manager ;
- Export manager ;
- Manager d'activité ;
- Customer succes manager ;
- Manager grand compte / Key account manager ;
- Consultant en développement commercial ;
- Directeur du développement/ Directeur commercial ;
- Chef de projet/Market leader.

Les infos

Formation en alternance

3 jours de cours / 10 jours en entreprise

962 h de cours sur deux ans

BAC +3 ou niveau 6 exigé

Prochaine rentrée : septembre 2026

Certification

RNCP 40591 – Certification Professionnelle de Niveau 7 « Manager de la stratégie commerciale » délivrée par ASSOCIATION INTERNATIONALE POUR LA FORMATION jusqu'au 29/04/2029.

La certification professionnelle Manager de la Stratégie Commerciale est articulée en 5 blocs de compétences :

- Bloc 1 : Elaborer la stratégie commerciale de l'entreprise ;
- Bloc 2 : Développer l'activité commerciale de l'entreprise ;
- Bloc 3 : Optimiser la performance commerciale et l'expérience client ;
- Bloc 4 : Manager les équipes et les projets ;
- Bloc 5 : Développer son réseau professionnel.



Le programme de formation

Programme des deux années :

- Organisation d'un système performant de veille et d'intelligence ;
- économique intégrant les technologies digitales (IA, Data, automatisation, etc.) ;
- Diagnostic de l'environnement de l'entreprise et formulation de sa proposition de valeur et de ses avantages concurrentiels distinctifs ;
- Définition des axes, objectifs et moyens de développement commercial de l'entreprise, intégrant et traduisant ses engagements RSE ;
- Elaboration du plan d'action commercial et de ses outils de pilotage associés ;
- Structuration du parcours client ;
- Organisation du réseau de commercialisation et de distribution des produits/services de l'entreprise ;
- Identification et développement d'opportunités porteuses de forts enjeux/valeur ajoutée ;
- Construction, négociation et contractualisation de propositions commerciales à forte valeur ajoutée ;
- Elaboration et supervision du processus, des procédures, méthodes et outils de suivi des ventes et affaires.

Rythme et tarif

- Frais de concours : 15€ ;
- Frais de dossier : 200€ ;
- Frais de scolarité 1^{ère} année : 6 750€ ;
- Frais de scolarité 2^{ème} année : 7 200€.

En alternance

Le rythme est de 3 jours de cours et de 10 jours en entreprise par semaine. Le contrat d'alternance peut prendre la forme d'un contrat d'apprentissage ou d'un contrat de professionnalisation.

Avec l'activité de l'industrie touristique, l'apprenti pourrait être amené à travailler le week-end.

Le parcours de formation est pris en charge par l'OPCO (opérateur de compétences) de l'entreprise avec laquelle est signé le contrat d'alternance.

