

Référentiel de formation Mastère "Ingénieur d'Affaires"
Titre I (niveau bac +5) 900 h
Code RNCP : 13093

La formation " Ingénieur d'affaires en hautes technologies", de niveau I, dispensée sur deux années, a pour objectif de former les commerciaux qui assureront la vente B to B des offres complexes du secteur des hautes technologies.
 Modalité pédagogique: La formation est 100% en présentiel. Pour chaque module il y a un apport théorique fait par le formateur et la mise en pratique avec des ateliers, travail en groupe, mises en situation.
 Les formateurs sont des professionnels experts sur les thématiques enseignées et sont recrutés avec une grande sélectivité sur leurs compétences.
 La présence de chaque apprenant sera encadrée par des feuilles d'émargement à signer sur chaque demi-journée de formation.

Modules	Durée en jours	Durée en heures	Objectifs pédagogiques	Contenu détaillé	Modalité d'évaluation	Coefficients
Prise en main du cursus	1	7	Connaître le cursus, les modalités d'évaluation, les critères de réussite, le règlement intérieur de l'école	Présentation : - Le programme du cursus - Le règlement intérieur de l'école - Les modalités d'évaluation - Les critères de réussite - Ateliers cohésion de Groupe	Pas d'évaluation	0
Séminaire d'intégration et développement personnel	2,5	17,5	Mieux se connaître afin de s'intégrer au sein d'un groupe et se réaliser sur le plan professionnel. S'engager et travailler en groupe pour atteindre un objectif commun.	Séminaire d'intégration à travers des ateliers de développement personnel et de cohésion de groupe	Pas d'évaluation	0
Pilotage de carrière	1	7	Piloter son insertion professionnelle à travers la connaissance de soi, sa capacité à construire une réflexion autour de ses choix de carrière et son agilité lors d'un entretien de recrutement	Connaissance de soi / coaching pour réussir ses entretiens / simulations d'entretien Les différents métiers possibles et carrières associées / conseil carrière par des anciens	Pas d'évaluation	0
	54,5	381,5	Pôle n°1: "Vente et négociation stratégique de solutions hautes technologies"			40
Sales Game	1,5	10,5	Découvrir au travers d'un cycle complet de vente, la finalité de l'ensemble du cursus. La confrontation avec la réalité permet aux étudiants de comprendre le pourquoi des différents éléments	Présentation des grandes étapes du cycle de vente Présentation des 4 grandes méthodologies utilisées Mise en situation du business game avec les étapes - Prospection - Investigation - Soutenance	Evaluation sur business game en groupe pour voir la progression pédagogique. Epreuve notée mais non comptabilisée	0
Prospection & social selling	4	28	Connaître et mettre en œuvre les techniques de prise de rendez-vous par téléphone	La préparation L'accroche Les compelling events Matrice USP Le cold call Le social selling	Notation du plan d'actions de prospection écrit + soutenance (individuelle)	2
Marketing & outils digitaux pour la vente B to B	4	28	Comprendre les forces et faiblesses de son offre commerciale, l'attractivité de son offre pour les différents typologies de clients et définir son territoire d'action commerciale B2B	Segmenter ses prospects et ses clients Se positionner sur un marché / SWOT Définir ses cibles de prospection et les qualifier Les outils de la prospection digitale	Evaluation écrite (dossier marketing et digital) individuelle	2
Ouverture de l'entretien - Fondamentaux de la vente	3	21	Maîtriser la communication interpersonnelle et l'ouverture de l'entretien	Le métier de chargé d'affaires La communication interpersonnelle et démarche comportementale (ex : méthodes SONCAS et INSIGHT) Prospection, prise de rdv, déclaration introductive, synthèse Simulations	Mise en situation (individuelle)	2
Plan d'actions commerciales	1	7	Elaborer un plan d'actions commerciales	Plan d'actions commerciales (PAC)	Dossier écrit individuel	1
Comprendre les enjeux métiers	5	35	Comprendre les principales fonctions et direction de l'entreprise et des processus métiers	Des professionnels en poste (DRH, DG, DSI, DAF, Direction Marketing) expliquent leurs métiers, leurs enjeux, les process et les attentes vis à vis des commerciaux et font des business games pour la mise pratique.	Business game par grande fonction (soutenance en groupe)	3
Investigation client	4	28	Développer une capacité au questionnement commercial et à la découverte des besoins du client face à un DSI ou d'un département fonctionnel	Les règles Les méthodes Mises en situation Evaluation	Soutenance orale (individuelle)	3
Stratégie de réponse	5	35	Etre capable d'avoir une approche globale d'une affaire Appréhender les stratégies d'influence Maîtriser le décryptage d'un cahier des charges	Le plan d'affaires : Approche systémique du compte Le cahier des charges L'intégration d'une multiplicité d'interlocuteurs	Soutenance orale en groupe	3
Structuration et soutenance de l'offre commerciale	4	28	Maîtriser la structuration d'une offre commerciale, sa soutenance et la négociation finale	La proposition et sa structure L'executive summary ROI / TCO La soutenance	Soutenance individuelle	3
Négociation et suivi d'affaires	3	21	Maîtriser le "closing" d'une affaire Connaître et appliquer des techniques de négociation	Les règles La méthode (Korda) Etude de cas Mises en situation	Ecrit: dossier stratégique d'une négociation complexe + une note à l'oral lors des mises en situation (en groupe)	2

Vente service achats	2	14	Maîtriser une approche client spécifique par type de métiers	Achats 2.0 et vente aux services achats de prestations numériques et digitales	Mises en situation en groupe et quizz individuel	1
Vente indirecte	2	14	Animer, former et gérer le réseau des partenaires pour atteindre les objectifs commerciaux	Management d'un réseau de partenaires dans l'écosystème IT Sales Channel	30 % présentation orale en sous-groupe et 70% évaluation écrite en fin de module	1
Business English	13	91	Intervenir en anglais dans les situations commerciales classiques	Les règles de la prospection en Anglais Présenter son entreprise Soutenir son offre Négocier en Anglais Formaliser son CV en Anglais	Présentation orale d'une société, TOEIC blanc et présentation orale de son offre (individuelle)	5
Crazy Business Day	1	7	Appréhender l'ensemble du cycle de vente, de la prospection à la soutenance d'offre en passant par l'entretien de découverte, à travers un serious game et devant un jury de professionnels	Business game qui réunit les étapes du cycle de vente durant une "folle journée commerciale"	en situation en groupe n cycle de vente comp prospection investigation soutenance	2
Soutenance finale de vente	2	14	Maîtriser le cycle de vente à travers la soutenance finale d'une offre commerciale devant un jury (particulièrement les étapes de l'investigation et de la soutenance)	Evaluation au travers de business games et jeux de rôles.	Soutenance de l'offre sur un cas de vente (individuelle)	10
	20	140	Pôle n°2 : Business et Hautes Technologies			25
Fondamentaux du secteur des Hautes Technologies	3	21	Connaître les offres et les acteurs des secteurs: Digital/IT et Industrie	Historique et écosystème des Hautes Technologies Les acteurs Économie du secteur	Evaluation écrite (individuelle)	3
Technologies industrielles innovantes - Industrie 4.0	4	28	Maîtriser les innovations industrielles	Innovations liées à l'internet des objets, aux systèmes cyber-physique et aux technologies du numérique, tels que la robotique, la réalité augmentée, l'impression 3D, l'intelligence artificielle	Mise en situation business game (en groupe) + quizz	3
Technologies numériques innovantes et transformation digitale	4	28	Maîtriser les innovations digitales et leurs impacts	Social Business / Mobilité / Analytics / Cloud computing / Blockchain / Quantique L'Ecosystème du Chief Digital Officer et transformation digitales	Mise en situation business game (en groupe) + quizz	3
Solutions ERP, MES et PLM	2	14	Maîtriser les solutions logiciels ERP, PMS et PLM	Le PLM (Product Lifecycle Management) sur l'innovation produit pour aider à concevoir, développer et lancer des produits. Son rôle est aussi de suivre les évolutions et les modifications durant tout le cycle de vie produit L'ERP (Entreprise Resource Planning) sur la planification de la production, l'enregistrement des résultats en vue d'optimiser la planification et la gestion Le MES (Manufacturing Execution System) exécute les fabrications en temps réel, et aide les fabricants à améliorer leur entreprise et augmenter la rentabilité des produits.	Présentation orale (groupe)	3
Veille technologique	1	7	Développer sa culture générale et sa connaissance du secteur des Hautes Technologies	Lire des articles qui seront donnés pendant toute l'année afin de se tenir au courant de toutes les actualités technologiques. La journée sera consacrée à l'évaluation à l'oral et à l'écrit de ces connaissances	Evaluation individuelle écrite et orale de (20 minutes) sur un sujet tiré au sort	4
Tech Sales Business Game	2	14	Serious game permettant de récapituler et de mettre en pratique les compétences en investigation et présentation d'une offre commerciale à dimension technologique	Présentation du cas et investigation client Présentation du projet en interne avec validation Soutenance d'offre	business game en groupe	3
Vente de solutions en hautes technologies	4	28	Comprendre les attentes clients / identifier et comprendre les métiers et les enjeux simples liés aux systèmes d'information dans l'entreprise	1 jour Vente solutions et service numériques (Logiciel et service informatique) 2 jours Vente de produits industriels (biens d'équipement, pièces et matériaux) et service d'ingénierie 1 jour soutenance finale	Soutenance de l'offre (individuelle)	6
	43	301	Pôle n°3 : "Pilotage de l'entreprise"			30
Stratégie d'influence et Lobbying	3	21	Décrypter les stratégies d'influence, et repérer les enjeux et connaître les pratiques de lobbying, notamment dans le cas de réponse à des appels d'offre	Typologies et historique des stratégies d'influence sur les grands comptes Lobbying et facilitation de la prise de décision du client	10% sur le travail de recherche demandé 60% sur le rapport écrit de l'étude de cas 30 % sur la présentation orale	2
Gestion des entreprises	8	56	Comprendre les enjeux de rentabilité d'une entreprise et d'équilibre financier d'une entreprise Comprendre les enjeux du risque financier d'une entreprise et du pilotage budgétaire	Acquérir des clés de lecture et d'analyse du bilan, du compte de résultat et de leurs annexes, Connaître les bonnes pratiques en termes de rentabilité et d'équilibre financier, Identifier les dysfonctionnements et les solutions pour y remédier, Connaître les ratios déterminants du risque financier d'entreprise et leurs composantes, S'approprier les techniques de conception d'un Business Plan	Evaluation écrite pour la partie analyse financière (individuelle) + dossier écrit en groupe pour le business plan	5
Supply Chain	2	14	Comprendre le fonctionnement de la chaîne logistique pour concevoir, fabriquer et livrer le bon produit au bon emplacement, au bon moment au bon prix	Comprendre le fonctionnement et la gestion de la chaîne logistique afin d'améliorer la gestion des flux physiques au sein de l'entreprise et avec son environnement.	Etude de cas à l'écrit (évaluation individuelle)	3

Stratégie des entreprises	4	28	Comprendre les différents statuts et organisation des entreprises actuelles, identifier leurs stratégies notamment commerciales	Les différentes conceptions et formes d'entreprise L'analyse stratégique, l'analyse concurrentielle Les grands types de stratégie Principes et composantes de base de l'organisation des entreprises Les déterminants de la structure Les principales structures de l'entreprise Comprendre la stratégie commerciale de l'entreprise Appliquer le plan stratégique décidé par la direction générale Décliner la stratégie en plan d'actions commerciales	50 % ateliers collaboratifs (contrôle continu) 50% étude de cas (fin de session)	3
Économie et mondialisation	3	21	Comprendre l'environnement et les enjeux économiques mondiaux, les spécificités de l'économie numérique et ses impacts	Les enjeux de la mondialisation : définition, histoire, évolution Les interactions démographiques et écologiques de la mondialisation Géo Economie du commerce international L'économie numérique et ses impacts économiques, écologiques et sociétaux La régulation financière mondiale : les interactions des zones monétaires, la finance internationale	50 % : Examen final sur table 40 % : Exposé en groupe 10% : Devoirs maisons	2
Management de projet	10	70	Acquérir les fondamentaux du mode projet et mener un projet réel en petit groupe	Les groupes de projets auront à mener pendant une année un projet professionnel avec des objectifs identifiés au départ. Un tuteur de projet les accompagnera pendant toute la durée du projet. Ils alterneront des séances de tutorat et de travail en autonomie afin d'assurer la réussite de leur projet.	10% QCM sur le cours 20% Soutenance du projet (en groupe) 30% rapport écrit (en groupe) 40% évaluation sur le travail fourni par le tuteur	5
Management d'équipe commerciale	4	28	Apprendre les bons réflexes en termes de management d'équipe et savoir monter une équipe projet	Les fondamentaux du management : Rôles et missions du manager Diagnostic de situation L'accompagnement commercial Le plan de redressement Le recrutement Monter et manager une équipe projet : Monter une équipe projet Définir les règles de fonctionnement Manager une équipe à distance Conduire le changement organisationnel lié au projet	Etude de cas à l'écrit (évaluation individuelle)	3
Lean Management	2	14	Comprendre l'approche systémique du lean management	Méthode de management qui vise l'amélioration des performances de l'entreprise par le développement de tous les employés.	Exposé en groupe	2
Entrepreneuriat	3	21	Donner aux étudiants les clés de compréhension, une grille d'analyse stratégique ainsi que les compétences opérationnelles pour la réalisation d'un projet entrepreneurial dans le domaine du digital.	Lancer et gérer leur start-up Réaliser une levée de fonds Connaître les structures d'accompagnement Lancer et gérer leur start-up Connaître les mécanismes du financement Développer et consolider un réseau professionnel	Rendu d'un dossier (en groupe) + oral (groupe) + QCM (Note individuelle)	2
Communication professionnelle	4	28	Maîtriser sa communication écrite et orale de manière structurée dans un cadre professionnel	Entraînement à la communication verbale (2 jours) et non verbale (1 jour) Entraînement aux écrits professionnels (mails, posts, articles blog...) 1 jour	Présentation orale J2 et Evaluation écrite (individuelle) J4	3
	6	46	Pôle n°4 : "Projet Vente Complexe"			25
Accompagnement Mémoire écrit sur une problématique commerciale	1	9	Produire un document structuré analysant une problématique commerciale.	Tutorat individuel sur la formalisation du mémoire : Présentation de l'entreprise, de son contexte et de ses enjeux Problématique commerciale Analyse de la problématique Préconisations	Mémoire professionnel écrit de 50 pages (individuel)	5
Préparation à la soutenance mémoire	1	7	Présenter à l'oral son mémoire	Entraînement à la soutenance orale	non noté	0
Soutenance mémoire problématique commerciale	1	7	Soutenir à l'oral sa problématique commerciale devant un jury	Soutenance de mémoire de 20 minutes devant un jury de professionnels. Le candidat formalisera un support pour animer sa soutenance de mémoire	Soutenance orale du mémoire professionnel (individuelle)	7
Accompagnement Mémoire écrit : étude de cas commercial	1	9	Produire un document structuré analysant une étude sur un cas commercial.	Accompagnement sur la rédaction et la formalisation du mémoire. Connaître le cahier des charges associé. Comprendre les attentes du jury et y répondre. • Présentation de l'entreprise, de son contexte et de ses enjeux • Description de la phase d'approche commerciale (ciblage, prospection, investigation...) • Analyse de la structuration de l'offre et de la négociation ROI pour l'entreprise et le client • Difficultés rencontrées et préconisations	Mémoire professionnel écrit de 50 pages (individuel)	5
Préparation à la soutenance mémoire	1	7	Présenter à l'oral son mémoire	Entraînement à la soutenance orale	non noté	0
Soutenance mémoire cas de vente	1	7	Soutenir à l'oral son étude de cas client devant un jury professionnel	Soutenance de l'étude de cas client de 20 minutes devant un jury de professionnels. Le candidat formalisera un support powerpoint pour animer sa soutenance	Soutenance orale du mémoire professionnel (individuelle)	8
TOTAL	128	900				120