

# RÉFÉRENTIEL DE FORMATION MASTÈRE "INGÉNIEUR.E D'AFFAIRES"

Titre niveau 7 "Ingénieur.e d'Affaires en Hautes Technologies" bac+5 - 947 heures - Code RNCP 35652  
<https://www.francecompetences.fr/recherche/mcp/35652/>

La formation "Ingénieur d'affaires en hautes technologies", de niveau 7, 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.  
 Prérequis : la formation est accessible aux apprenant.es ayant préalablement validé un bac+3 (titre de niveau 6), pratiqué la bureautique de base, ayant connaissance des fonctions élémentaires d'internet et ayant été admis.es au concours d'entrée d'EURIDIS.  
 Modalités pédagogiques : la formation propose 947 heures de cours, dont 875 heures en présentiel et 72 heures en e-learning. 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, jeux de rôles ou business case.  
 Qualité de nos formateurs : nos formateurs sont des professionnels experts sur les thématiques enseignées et sont recrutés avec une grande sélectivité sur leurs compétences.  
 Suivi de l'assiduité : la présence de chaque apprenant sera encadrée par des feuilles d'émargement à signer sur chaque demi-journée de formation.

MODULES	PRÉSENTIEL EN HEURES	FOAD EN HEURES	OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	CONTENU DÉTAILLÉ	MODALITÉS D'ÉVALUATION	
					Contrôle continu (30%)	Évaluation de bloc (70%)
<b>HORS BLOC</b>						
<b>Semaine de rentrée : Prise en main de cursus</b>	7	-	Connaître le cursus, les critères de réussite, le règlement intérieur.	Présentation du programme, des blocs de compétences, des interlocuteurs ainsi que du règlement intérieur de l'école.		
<b>Semaine de rentrée : Séminaire d'intégration</b>	14	-	Se présenter, découvrir les autres et s'intégrer au sein d'un groupe. Se sensibiliser aux enjeux de la RSE	Séminaire d'intégration à travers des ateliers de développement personnel et de cohésion de groupe. Se sensibiliser aux enjeux de la RSE		
<b>Semaine de rentrée : Business Game</b>	14	-	Découvrir, au travers d'un cycle compte de vente, la finalité du cursus.	Présentation des grandes étapes du cycle de vente avec mise en situation lors d'un Business Game.		
<b>Toolbox</b>	7	-	S'approprier les outils indispensables au travail collaboratif.	Découverte des outils de travail collaboratif. Présentation des outils de type ppt, canva, excel, etc.		
<b>Soft skills for sales</b>	21	-	Développer des soft skills afin de gagner en efficacité et en confort. Développer ses capacités d'adaptation.	À travers des tests et des exercices, découvrir sa personnalité, le fonctionnement des autres et les interactions. Techniques d'organisation de son temps, gestion du stress, etc. Dernière journée consacrée à des mises en situation commerciales atypiques et déstabilisantes pour développer les capacités d'adaptation.		
<b>Business English : Future Career</b>	14	3	Savoir se vendre en entretien d'embauche avec un CV attractif et réussir son TOEIC.	Examen blanc TOEIC, écrire son CV en anglais, simulations d'entretiens.		
<b>TOTAL BLOC :</b>	<b>77</b>	<b>3</b>			<b>COEFFICIENT BLOC :</b>	<b>0</b>
<b>BLOC 1 - ANALYSER SON ÉCOSYSTÈME TECHNOLOGIQUE</b>						
<b>Fondamentaux du secteur des hautes technologies</b>	7	9	Connaître les offres et les acteurs du secteur des hautes technologies.	Ecosystème des Hautes Technologies. Acteurs et business models associés. Économie du secteur.		Quizz FOAD
<b>Industry Week : Transformation digitale &amp; RSE</b>	14	-	Comprendre les conséquences de la transformation digitale sur nos organisations.	Pourquoi et comment le monde est-il devenu numérique ? La société, l'entreprise numérique. Entreprendre dans un monde numérique. Les 3 piliers de la transformation numérique et de la RSE. L'entreprise responsable en 2030 ?		
<b>Industry Week : Solutions ERP, PLM et BI</b>	14	3	Maîtriser les solutions logiciels ERP, PLM et BI.	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.		
<b>Industry Week : Industrie 4.0</b>	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, etc.		Mise en situation
<b>Technical teams</b>	7	-	Connaître, apprendre les métiers techniques avec lesquels les IA devront collaborer.	Les interlocuteurs techniques de l'entreprise avec lesquels les ingénieurs d'affaires sont amenés à travailler dans le cadre de leur business. Métiers IT : Responsable Support, Chef de projet, Product Owner, etc.		
<b>Technologies numériques innovantes</b>	7	4	Commercialiser des solutions innovantes.	Social Business. Mobilité. Analytics. Cloud computing et sécurité. Blockchain.		Travail de groupe
	7	-		Journée commune sur deux thématiques au choix (une le matin, une l'après-midi).		
<b>Industry Week : Green business</b>	7	-	Maîtriser les enjeux de l'industrie durable.	Les nouvelles technologies au service d'une industrie durable : les logiciels de gestion d'entrepôt (WMS, EPR...) ; l'intelligence artificielle ; le big data ; l'Internet des Objets ou encore la robotisation. Le développement d'une green supply chain pour une industrie véritablement durable.		
<b>Business English : Market Study</b>	7	-	Maîtriser le vocabulaire du secteur.	Secteur des hautes technologies : les acteurs, les technologies et le vocabulaire associé.		
<b>ÉVALUATION BLOC 1</b>	7	-	Évaluer sa connaissance du secteur des hautes technologies et des solutions numériques.	Évaluation individuelle : grand oral et examen écrit sur la compréhension de l'environnement technologique et le fonctionnement de l'entreprise.		100% de la note dont : - écrit 70% - oral 30%
<b>TOTAL BLOC :</b>	<b>105</b>	<b>16</b>			<b>COEFFICIENT BLOC :</b>	<b>16</b>
<b>BLOC 2 - PILOTER UN PLAN STRATÉGIQUE DANS LE CADRE D'UN PROJET</b>						
<b>Entrepreneuriat</b>	21	-	Avoir les clés de compréhension, une grille d'analyse stratégique ainsi que les compétences opérationnelles pour la réalisation d'un projet entrepreneurial.	Lancer et gérer une start-up . Réaliser une levée de fonds. Connaître les structures d'accompagnement. Connaître les mécanismes du financement. Développer et consolider un réseau professionnel.		Entraînement à la soutenance
<b>Stratégie des entreprises</b>	28	-	Comprendre les différents statuts ainsi que les différentes organisations et identifier leurs stratégies notamment commerciales.	Les différentes conceptions et formes d'entreprises. Présentation des fonctions clés de l'entreprise et enjeux. Construction d'une cartographie des fonctions, métiers et enjeux. Analyser stratégiquement son entreprise et sa concurrence : les grands types de stratégies. Principes et composantes de base de l'organisation des entreprises. Les principales structures de l'entreprise. Comprendre la stratégie commerciale de l'entreprise. Décliner la stratégie en plan d'actions commerciales.		Mise en situation
<b>Business plan et budget prévisionnel</b>	35	-	Comprendre les enjeux de rentabilité, pilotage budgétaire et les techniques de conception d'un Business Plan.	Connaître les bonnes pratiques en termes de rentabilité et d'équilibre financier. Construire un business plan avec budget prévisionnel sur un cas concret. Calcul de seuil de rentabilité et de marge.		Mise en situation

<b>Économie et mondialisation</b>	21	4	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. Géo-économie 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.	Quizz FOAD
<b>ÉVALUATION BLOC 2</b>	7	-	Évaluer le projet de création d'entreprise devant des investisseurs.	Évaluation de groupe : dossier écrit et présentation à l'oral de la stratégie de son entreprise, le business plan, le plan marketing et le plan de financement d'un nouveau projet.	100% de la note dont : - écrit 60% - oral 40%
<b>TOTAL BLOC :</b>	<b>112</b>	<b>4</b>			<b>COEFFICIENT BLOC :</b> <b>16</b>

### BLOC 3 - DÉVELOPPER DES OPPORTUNITÉS D'AFFAIRES DANS LE SECTEUR DES HAUTES TECHNOLOGIES

<b>Social selling</b>	7	-	Construire sa stratégie de social selling.	Construire sa stratégie de social selling. Comment adopter une démarche de social seller. Construire un profil pertinent en fonction du réseau. Comprendre le processus de recherche et d'achat du client (radar client). Le personal branding et l'inbound marketing. Les outils et règles de social selling (outils de diffusion).	
<b>Prospection</b>	14	7	Connaître et mettre en oeuvre les techniques de prise de contact avec ses prospects de manière multi-canal. Apprendre à prévoir et piloter son activité stratégique de prospection.	Préparer son action de prospection / segmentation prospect / scoring. Monter un plan de prospection avec Pipeline. Présenter une stratégie de prospection ciblée. Construire un argumentaire structuré de prise de rendez-vous. La qualification et la prise de rendez-vous client.	Quizz FOAD et mise en situation
<b>Sales automation</b>	14	-	Connaître et mettre en oeuvre les actions de sales automation.	Apprendre à maîtriser une plateforme digitale de sales automation de type Skyly.	
<b>Marketing BtoB / Growth Hacking</b>	21	-	Pratiquer l'inbound et l'outbound marketing pour générer et suivre des leads clients.	Fondamentaux du marketing BtoB ainsi que les principales matrices inbound et outbound marketing SEA / lien sponsorisé. Les réseaux sociaux comme outils de prospection, Emailing et Account Based Marketing (ABM). Détecter les leads à partir des visites du site internet Lead Generation B2B : les plateformes de mise en relation, l'automatisation du suivi du funnel avec les plateformes d'automatisation.	Mise en situation et Quizz FOAD
	7	-	Maîtriser les IA génératives pour créer du contenu et automatiser des tâches.	Prompt Engineering. IA Automation, AI21 Labs / Bard Google.	
<b>Plan d'actions commerciales</b>	7	3	Savoir élaborer et présenter un plan d'actions commerciales.	Concevoir et présenter un plan d'actions commerciales (PAC) devant son manager.	
<b>Business English : Prospection</b>	14	4	Prospecter en anglais par mail et par téléphone et développer son activité commerciale.	Prendre un rendez-vous et première prise de contact par téléphone et mail client. Créer et dérouler un pitch. Se présenter sur LinkedIn.	Quizz FOAD
<b>ÉVALUATION BLOC 3</b>	-	-	Business English : Prospection	Évaluer ses connaissances en anglais dans le domaine de la prospection.	10% de la note
	7	-	Évaluer la présentation écrite et orale de son plan de prospection et plan d'actions commerciales.	Évaluation individuelle orale : présenter son plan de prospection, son scoring client, ses méthodes marketing, son argumentaire. Présenter son plan d'actions commerciales.	90% de la note
<b>TOTAL BLOC :</b>	<b>91</b>	<b>14</b>			<b>COEFFICIENT BLOC :</b> <b>18</b>

### BLOC 4 - ANALYSER LE BESOIN CLIENT SUR UNE VENTE COMPLEXE EN HAUTES TECHNOLOGIES

<b>Stratégie d'influence et lobbying</b>	14	-	Décrypter les stratégies d'influence, repérer les enjeux et connaître les pratiques de lobbying.	Typologies et historique des stratégies d'influence sur les grands comptes. Lobbying et facilitation de la prise de décision du client.	
<b>Vendre avec les neurosciences</b>	21	7	Comprendre les rouages et maîtriser la communication interpersonnelle. Apprendre à mettre en place un environnement favorable à l'investigation. Maîtriser un pitch initial qui permette d'obtenir une vision commune avec son prospect.	La communication interpersonnelle et démarche comportementale (PNL, AT). Identifier les grands traits de personnalité de son interlocuteur pour s'adapter au mieux et adapter son pitch (Insight, DISC, etc.). Proposer un cadrage O.P.A. La méthode SWW (Start With Why) service du pitch impactant.	Quizz FOAD
<b>Comprendre les enjeux métiers</b>	35	-	Comprendre les principales fonctions et directions de l'entreprise et des processus métiers et apprendre à mieux interagir avec ces décideurs.	Des professionnels expliquent leurs métiers, leurs enjeux, les process et les attentes vis à vis des commerciaux. Mise en situation de conversations business avec les principales directions (DG, DRH, DSI, DAF, Dir Marketing).	
<b>Value selling &amp; provocative selling</b>	35	5	Développer une capacité au questionnement commercial et à la découverte des besoins du client face à un dirigeant, un DSI ou un département fonctionnel. Apprendre à créer de la valeur ajoutée grâce au contexte client. Maîtriser sa communication écrite de manière structurée dans un cadre professionnel. Être capable de poser un contexte business par écrit, en amont et en aval du rendez-vous.	Méthodes et techniques d'investigation professionnelles en "provocative selling". Méthode SPIN. Business game. Approche par la vision et le challenge. Le pré-conditionnement mail. Le mail "mutual plan agreement".	Quizz FOAD et mise en situation
<b>Vente services achats</b>	7	-	Maîtriser une approche client spécifique auprès des services achats des entreprises.	Achats 2.0 et vente aux services achats de prestations numériques et digitales.	
<b>Stratégie de réponse aux appels d'offres</b>	7	-	Anticiper, orienter et optimiser les chances lors d'une réponse à appels d'offre.	Identifier les acteurs clés et les leviers.	
<b>Digital smart selling : vendre efficacement en visio</b>	7	-	Vendre à distance.	Prendre conscience de l'impact du digital selling dans le cycle d'achat du Buyer 2.0. Comprendre les mécanismes de communication à distance et percevoir les signaux faibles. Utiliser les outils digitaux pour créer un impact. Co-créer la vision d'achat / solution avec le client via les applications Manager l'entretien de vente à distance. Créer un cycle de vente complet digitalisé.	
<b>Vente indirecte</b>	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.	
<b>Strategic Business Review</b>	35	-	Appréhender un cycle de vente complexe dans sa globalité. Être capable de comprendre le processus de vente et d'achat avec toutes les parties prenantes du projet. Savoir présenter une opportunité de signature à sa direction lors d'une business review.	Piloter son cycle de vente par la méthode MEDDIC. La business review stratégique.	Mise en situation préparatoire à l'évaluation
<b>Business English : Business Development</b>	14	2	Réussir ses entretiens clients en anglais pour développer son activité.	Les rendez-vous clients, la découverte des besoins, et le vocabulaire associé.	Quizz FOAD
<b>ÉVALUATION BLOC 4</b>	-	-	Strategic Business Review.	Évaluation de groupe sur un cas de Strategic Business Review.	30% de la note
	-	-	Business English : Business Development	Évaluer ses connaissances en anglais dans la découverte des besoins client.	10% de la note
	7	-	Évaluer la capacité à démarrer un entretien, interagir avec son client, investiguer et synthétiser son besoin.	Évaluation individuelle orale sur un business case de rendez-vous client.	60% de la note
<b>TOTAL BLOC :</b>	<b>196</b>	<b>14</b>			<b>COEFFICIENT BLOC :</b> <b>19</b>

## BLOC 5 - ÉLABORER ET NÉGOCIER UNE SOLUTION À HAUTE VALEUR AJOUTÉE DANS LE SECTEUR DES HAUTES TECHNOLOGIES

<b>Structuration et soutenance de l'offre commerciale</b>	21	4	Maîtriser la structuration d'une offre commerciale, sa soutenance et la négociation finale.	L'argumentation et le traitement des objections. La proposition commerciale et la soutenance d'une offre ROI/TCNO. Les techniques d'introduction - le grab attention, closing et négociation finale.	Quizz FOAD et mise en situation
<b>Visual selling</b>	7	-	Savoir convaincre visuellement.	Élaborer des présentations efficaces et percutantes visuellement via des outils tels que Canva, etc.	
<b>Communication professionnelle orale</b>	7	-	Maîtriser sa communication orale de manière structurée dans le cadre professionnel.	Entraînement à la communication verbale et non verbale.	
<b>Négociation et closing de deals</b>	21	3	Maîtriser le "closing" d'une affaire. Connaître et appliquer les règles de négociation.	Les règles de préparation d'une négociation. Les cinq règles d'or. Études de cas / mises en situation.	Quizz FOAD et mise en situation
<b>Vente de solutions numériques</b>	28	-	Comprendre les attentes client. Identifier et comprendre les métiers et les enjeux.	- Vente de prestations de services informatiques. - Vente de produits industriels (biens d'équipement, pièces et matériaux) et services d'ingénierie.	Mise en situation
<b>Crazy Business Day</b>	7	-	Appréhender l'ensemble du cycle de vente, de la prospection à la soutenance de l'offre en passant par l'entretien de découverte, à travers un business game.	Business game qui réunit les étapes du cycle de vente durant une "folle journée commerciale".	Business Game noté
<b>Tech Sales Business Game</b>	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 noté
<b>Business English : Negotiation &amp; Soutenance</b>	21	5	Soutenir son offre en anglais : savoir négocier et mettre en avant la haute valeur ajoutée de sa solution.	Les techniques de négociation, la préparation et la soutenance de son offre.	Quizz FOAD 10% de la note
<b>ÉVALUATION BLOC 5</b>	-	-	Business English : Negotiation & Soutenance	Évaluer ses connaissances en anglais dans la soutenance et la négociation d'une offre.	10% de la note
	14	-	Évaluer une soutenance de vente sur un cas en hautes technologies.	Évaluation individuelle orale : - jour 1 : soutenance proale, schéma fonctionnel et communication, - jour 2 : négociation et intégration IT	90% de la note
<b>TOTAL BLOC :</b>	<b>140</b>	<b>12</b>			<b>COEFFICIENT BLOC : 19</b>

## BLOC 6 - MANAGER LES PROJETS EN INTÉGRANT LES ASPECTS TECHNIQUES, FINANCIERS ET HUMAINS DANS UN CONTEXTE NATIONAL OU INTERNATIONAL

<b>Management de projet innovant</b>	7	-	Savoir gérer, piloter, manager un projet innovant dans un environnement industriel.	Mettre en oeuvre des méthodes de gestion de projet innovant. Développer des outils de conduite du changement favorisant la créativité et l'initiative (design thinking, etc.). Structurer l'innovation au sein de l'entreprise.	
<b>Management de projet</b>	21	7	Savoir gérer, piloter, manager un projet informatique.	Manager, coordonner, suivre, gérer un projet IT. Cahier des charges, Gantit avec les spécificités informatiques, le chiffrage, planifier les étapes, les jalons, construire les tableaux de pilotage, les indicateurs, les outils et les procédures d'évaluation. Méthode projet : Cycle en V, agile. Définir les compétences humaines nécessaires et constituer une équipe projet, sélectionner des prestataires. Coordonner les différents membres de l'équipe et résoudre la situation en cas de tension. Suivre la rentabilité, établir une grille d'évaluation pondérée (qualité, coûts, délais). Gérer les aléas. Gestion contractuelle et litige client.	Quizz FOAD et mise en situation
<b>Lean management</b>	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.	
<b>Droit commercial du digital</b>	14	-	Connaître les principales règles en droit des affaires.	Apprivoiser tout l'environnement contractuel du digital. Comment lire et négocier un contrat commercial. Identifier les clauses négociables. Négocier les clauses d'un contrat.	
<b>Supply chain Management</b>	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.	
<b>Management des ressources humaines</b>	7	-	Sourcer, recruter, présenter et évaluer un collaborateur.	Fiche de poste, techniques de sourcing, de qualification et de recrutement.	
<b>Management d'équipe commerciale</b>	21	-	Apprendre les bons réflexes en termes de management d'équipe.	Les fondamentaux du management : rôle et missions du manager, diagnostic de situation, l'accompagnement commercial, le plan de redressement.	Mise en situation
<b>Intercultural management</b>	14	2	Comprendre les enjeux des pratiques culturelles des collaborateurs ou des clients en situation de vente.	Constituer une équipe projet pluridisciplinaire et multiculturelle en interne et en externe. L'interculturel dans l'entreprise (à tous les étages : nationalités, fonctions, âge, social...). L'interculturel en situation de vente. Manager les différences.	
<b>ÉVALUATION BLOC 6</b>	14	-	Évaluation dont l'objectif est de comprendre les étapes stratégiques d'un projet.	Évaluation de groupe orale sur le pilotage d'un projet, le management des équipes et la gestion des aléas.	100% de la note
<b>TOTAL BLOC :</b>	<b>126</b>	<b>9</b>			<b>COEFFICIENT BLOC : 15</b>

## MÉMOIRE PROFESSIONNEL

<b>Accompagnement au Grand Oral</b>	7	-	Évaluer et mesurer les connaissances acquises tout au long de l'année.	Présentation du cahier des charges du Grand Oral, présentation des attentes du jury Accompagnement et préparation au Grand Oral	
<b>Grand Oral</b>	7	-	Soutenir à l'oral devant un jury	Soutenance orale de 20 minutes devant un jury de professionnels. Le candidat formalisera un support pour animer sa soutenance.	Soutenance orale (individuelle) Coef. 6
<b>Accompagnement mémoire écrit : problématique commerciale</b>	7	-	Produire un document structuré analysant une problématique commerciale	Présentation du cahier des charges mémoire (présentation de l'entreprise, de son contexte et de ses enjeux, problématique commerciale, analyse de la problématique).	Mémoire écrit de 50 pages (individuel) Coef. 4
<b>Soutenance mémoire problématique commerciale</b>	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 (individuelle) Coef. 7
<b>TOTAL BLOC :</b>	<b>28</b>	<b>0</b>			<b>COEFFICIENT BLOC : 17</b>

**TOTAL HEURES : 947**

**TOTAL COEFFICIENTS : 120**