Année universitaire 2024/2025

Business Development - 276 - 2ème année de Master

Crédits ECTS : 60

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Ce parcours Business development forme des managers opérationnels qui auront pour mission le développement d'affaires au sein des entreprises. La formation offre une forte composante stratégique, marketing et commerciale qui permet aux étudiants de mener à bien l'expansion de leur entreprise vers de nouveaux marchés et le développement des produits répondant aux besoins spécifiques des clients.

Les objectifs de la formation :

- Identifier et analyser des attentes et besoins des prospects et des clients ;
- Initier et gérer des projets d'innovation marché
- Prendre en charge de la relation client et du marketing opérationnel ;
- Négocier et gérer des grands comptes ;
- Développer des ventes vers de nouveaux marchés ;
- Contribuer aux processus transverses de l'entreprise dans une approche « global marketing ».

PRÉ-REQUIS OBLIGATOIRES

- Titulaires d'un diplôme BAC+4 (240 crédits ECTS) de Dauphine uniquement
- Sélection des étudiants de la 1ère année de master Marketing et Stratégie pendant l'année de césure

POURSUITE D'ÉTUDES

Ce parcours peut être prolongé par une thèse de doctorat, notamment pour les étudiants issus de la voie recherche.

PROGRAMME DE LA FORMATION

- Semestre 3
  - Obligatoire - Cursus International en formation initiale
    - Management information system
    - Méthodologie mémoire
    - Challenge Inter-Parcours
- Semestre 4
  - Obligatoire - Cursus International en formation initiale
    - Stage
    - Mémoire
    - Semestre à l'étranger

DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

Challenge Inter-Parcours

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Plan Marketing

1. Définir des objectifs marketing, compte tenu des conditions environnementales et des contraintes organisationnelles
2. Formuler une stratégie marketing pour atteindre ces objectifs
3. Définir des initiatives (actions) associées à cette stratégie
4. Allouer des ressources et élaborer un budget
5. Élaborer un plan de mise en œuvre de la stratégie (par exemple le planning des actions à mener et l'organisation à mettre en place)
6. Proposer un protocole d'évaluation en identifiant les principaux indicateurs de mesure de la performance.

Compétence à acquérir :

Capacité à élaborer un plan marketing

Mode de contrôle des connaissances :

Les étudiants sont évalués par leur enseignant référent. Cette évaluation tient compte du retour de la start-up sur la qualité des recommandations.

Management information system

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Harmonizing and Standardizing Business Processes and IT; Information Systems and digital transformations: IS, Business Transformations and Value Creation; Social and behavioral Issues of Information Systems in Change Contexts; Information Systems and the Work Design: Work Transformations and Collaboration; Governance of the Information Systems Organization…
Understand the evolution of the IS-related competitive and strategic context of organizations; Understand the opportunities of IS and information management for organizations; Form critical thinking about digital transformation opportunities and its relevance for corporate strategy; Understand how IS can be leveraged in order to contribute to an organization's competitive advantage

Compétence à acquérir :

Abilty to understand IS related questions. Critical thinking about IS and digital tranformation.

Mémoire

ECTS : 4

Méthodologie mémoire

ECTS : 0

Description du contenu de l'enseignement :

Définir les points forts et les compétences des élèves afin de les mettre en avant dans leurs CV (construction de CV solide, conseils pour les entretiens, informations sur les processus de recrutement,...). Soutien et accompagnement : les intervenants apportent leur aide aux élèves en vue d'appréhender au mieux la transition complète entre les études et le monde du travail. Travailler le discours et la présentation de soi, préparer les entretiens de recrutement (liste des questions types, conseils sur ce qu'il faut dire / ne pas dire, etc). Elargir le réseau : l'objectif est aussi de garder un contact avec les experts du recrutement qui interviennent, afin d'élargir son réseau professionnel.
Les sessions d'Insertion Professionnelle sont une opportunité pour les étudiants du Master 2 Business Development d'être accompagnés par des alumni de leur master et des experts du recrutement au cours de leur dernier semestre d'études. L'objectif de ce cours est d'apporter un soutien aux étudiants afin de les préparer au mieux à leur recherche d'emploi.

Compétence à acquérir :

Optimiser sa recherche d'emploi.

Semestre à l'étranger

ECTS : 18

Stage

ECTS : 2