



Institut International du Management

## MBA « Manager d'Entreprise »

*Associer des qualités de manager à une formation d'ingénieur ou de scientifique est un atout appréciable pour l'exercice des responsabilités managériales au sein de l'entreprise.*

*Tel est l'objectif du MBA «Manager d'Entreprise» offert par l'Institut International du Management - IIM - au sein du Conservatoire National des Arts et Métiers en relation étroite avec l'industrie.*

**Notre programme MBA est accrédité par l'Association of MBAs (AMBA)**

*(Accréditation internationale décernée aux programmes d'excellences MBA à destination des managers d'entreprise - 130 établissements dans le monde, dont 15 français)*

### Objectif

Ce programme, homologué en 1991 : 3<sup>e</sup> cycle, niveau I, répond aux objectifs suivants :

- Délivrer un ensemble solide de connaissances fondamentales de l'entreprise à un public d'ingénieurs, techniciens et scientifiques pour assurer une double compétence,
- Accroître les facultés de communication et les qualités relationnelles qui favorisent le travail en équipe et le déploiement du leadership.
- Mettre en œuvre des démarches et des techniques de travail personnel, pour développer son efficacité au quotidien.

### Public

Ce MBA s'adresse plus particulièrement aux professionnels ayant un Bac + 4 (validation des acquis professionnels possible) et engagés dans la vie professionnelle - 3 à 5 ans d'expérience requise, qui souhaitent aussi devenir des managers compétents.

### Programme

Le programme est structuré en plusieurs modules constituant les Fondamentaux du Management et de modules d'Approfondissements propres au MBA « Manager d'entreprise » Généraliste à Temps Partiel, le tout sur deux années universitaires.

#### > Fondamentaux

- Marketing (IIM546)
- Gestion Comptable (IIM571)
- Organisation : Principes & Mise en OEuvre (IIM 521)
- Statistiques Appliquées à la Gestion (IIM 530)
- Gestion Financière (IIM 573)
- Economie & Entreprise (IIM 560)
- Ethique & Pratique des Affaires (IIM 550)
- Management des Systèmes d'Information (IIM 534)
- Management Stratégique (IIM 510)
- Management des Opérations (IIM 536)

#### > Approfondissements

- Investissements financiers (IIM 652)
- International Marketing Management (IIM 581)
- Gestion de projet - Introduction (IIM 705)
- Techniques Opérationnelles (IIM 583)
- Création d'entreprise (IIM 584)
- Mémoire & Soutenance

## Description des cours

## Sélection de thèmes abordés

|   | Description des cours   | Sélection de thèmes abordés  |
|---|---|--|
| <b>IIM 500</b><br><b>Fondations du Management</b>                       | <p>Ce module est destiné à favoriser une découverte rapide et sympathique de l'environnement des études.</p> <p>Il permettra de comprendre les buts, méthodes, attentes du MBA ainsi que les ressources à disposition.</p> <p>Il permettra aussi d'appréhender l'environnement social direct du MBA par un travail de découverte et de construction d'équipe, en promouvant aussi le rôle de l'individu dans le groupe. C'est enfin une première introduction pour se familiariser avec le monde du management et de l'entreprise et ses tendances actuelles.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction</li> <li>• Présentation du programme : méthodes, évaluation, éthique, droits et devoirs</li> <li>• Exercices de construction d'équipe</li> <li>• Panorama des tendances actuelles du management</li> </ul>   |
| <b>IIM 560</b><br><b>Economie et Entreprise</b>                         | <p>Ce cours d'économie introduit les notions économiques essentielles à la compréhension du contexte macro-économique dans lequel les entreprises se trouvent plongées et à l'analyse du fonctionnement des marchés sur lesquels elles opèrent en amont et en aval. Il prend deux orientations majeures, l'une avec l'étude des principes fondamentaux du fonctionnement d'une économie de marché et l'autre plus centrée sur l'étude du contexte macro-économique</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Système monétaire international</li> <li>• Politique macro-économique, objectifs et instruments</li> <li>• Coordination avec les taux de change variables</li> <li>• Politique monétaire, stratégies et buts</li> <li>• Rôles des grands organismes FED et BCE</li> <li>• Zones monétaires et expérience de l'Euro</li> <li>• Théorie de la firme, valorisation et théorie de l'option réelle</li> </ul>  |
| <b>IIM 571</b><br><b>Gestion Comptable</b>                              | <p>L'objectif de ce cours est d'accoutumer des managers de formation essentiellement scientifique et technique au vocabulaire et aux modes de pensée de la logique comptable.</p> <p>Tout manager doit analyser les principaux documents comptables et les processus de leur élaboration afin d'intégrer cette compréhension dans le management de sa propre unité.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation et concepts fondamentaux</li> <li>• Enregistrements et systèmes comptables,</li> <li>• Ecriture d'inventaires</li> <li>• Logique des documents comptables</li> <li>• Etats comptables et financiers</li> <li>• Introduction à la gestion comptable et suivi des coûts</li> <li>• La comptabilité générale comme source de la comptabilité analytique</li> <li>• Spécificités de la comptabilité anglo-saxonne</li> <li>• Harmonisation européenne</li> </ul>   |
| <b>IIM 521</b><br><b>Organisation: principes et mise en oeuvre</b>      | <p>Dans le management de l'entreprise, il est évident aujourd'hui que la performance technique et financière est dépendante aussi des facteurs psychosociologiques ou « <i>facteur humain</i> ». Le propos de ce module est de comprendre et expliquer ce qui se passe quand des êtres humains agissent au sein d'une organisation, à la recherche de résultats économiques et d'accomplissement personnel. Ce cours va étudier les interactions entre les différents niveaux de l'organisation : l'individu, le groupe et l'organisation elle-même</p>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Panorama de la théorie des organisations et tout particulièrement des schémas mentaux qui vont guider l'action dans les organisations</li> <li>• Organisation du travail</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dynamiques de l'individu, du groupe, de l'organisation et les interactions</li> <li>• Qualités de leadership et prise de décision</li> <li>• Pouvoir, influence, conflit, négociation</li> <li>• Aptitudes de communication et de motivation</li> <li>• Aptitude au changement</li> </ul>                                    |
| <b>IIM 530</b><br><b>Statistiques appliquées à la Gestion</b>           | <p>Ce module introduit les outils qui permettent aux managers d'analyser les données et d'en extraire des informations en vue d'aider à la prise de décision.</p> <p>Il propose un niveau introductif puis une approche managériale des analyses statistiques.</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corrélation et régression</li> <li>• Probabilités</li> <li>• Mesure des tendances lourdes et dispersion</li> <li>• Distributions discrètes et continues, échantillonnages</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'apport des statistiques en management,</li> <li>• La détection au travers d'une masse de données des éléments essentiels à la prise de décision</li> <li>• Les progiciels d'analyse statistiques et leur mode d'utilisation</li> </ul>  |
| <b>IIM 573</b><br><b>Analyse Financière</b>                             | <p>Après une introduction aux différentes dimensions de l'analyse financière, le module décrit une large gamme de situations auxquels les managers peuvent avoir à faire face. L'objectif principal est de fournir une compréhension à la fois des concepts théoriques et de la façon dont les entreprises les appliquent dans la réalité.</p> <p>Il analyse les décisions d'investissement et de financement et aborde la gestion de la trésorerie court terme.</p> <p>Une brève explication des opérations de fusion et d'acquisition est aussi prévue.</p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluation financière (Cash flow, EVA, Valeurs d'entreprise, etc.) et stratégie</li> <li>• Modèles financiers d'évaluation des entreprises</li> <li>• Budget d'investissement et plan de financement, choix entre endettement et fonds propres</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion financière et trésorerie</li> <li>• Prévisions et analyse de ratios</li> <li>• Règles de décision d'investissement</li> <li>• Coût du capital, VAN, ROI et pay back</li> <li>• Acquisition et fusion (facteurs financiers associés)</li> </ul> |
| <b>IIM 536</b><br><b>Management des Opérations, Logistique, Qualité</b> | <p>Depuis plusieurs décades, la production et la distribution sont devenues des atouts dans la stratégie compétitive d'une entreprise. Le cours de management des opérations et de la logistique étudie les enjeux associés à la partie opérationnelle d'une organisation et ses interfaces avec les autres fonctions de l'entreprise. Il s'agit de fournir une introduction aux décisions fondamentales et aux arbitrages concernant la gestion des opérations. Le cours abordera aussi la planification dans une perspective</p>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Différents types d'environnements industriels et leurs liens avec la stratégie</li> <li>• Stratégie, planning, contrôle des opérations</li> <li>• Conception de processus</li> <li>• Planification dans une perspective de productivité compétitive</li> <li>• Management de la qualité</li> </ul>  |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   | <p>de compétition et le thème de la qualité ainsi que les flux logistiques et industriels.</p> <p>Ces thématiques prennent en compte l'émergence de l'économie en réseau.</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chaîne logistique et de la distribution</li> <li>• Outils, techniques de conception des processus</li> <li>• Benchmarking</li> </ul>   |
| <p>IIM 546</p> <p>Marketing</p>                             | <p>Aujourd'hui l'intelligence marketing est un facteur important du succès de l'entreprise. Différents aspects de la fonction sont étudiés : analyse de marché, politique, conception, planification selon l'éventail de ses cibles : clients, produit, marque, publicité, prix, recherche, réseaux de distribution etc... Il s'agira aussi d'analyser l'environnement interne et externe, social et la politique publique</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perspectives et objet du marketing</li> <li>• Environnement du marketing</li> <li>• Marketing compétitif</li> <li>• Client et comportement de l'acheteur</li> <li>• Décisions et aptitudes à la décision en matière de produits et de prix et innovation</li> <li>• Politique des prix</li> <li>• Segmentation marketing</li> </ul>  |
| <p>IIM 550</p> <p>Ethique et Pratique des Affaires</p>      | <p>Les nouvelles réglementations, les nouveaux marchés de l'environnement et les attentes des parties prenantes sur la responsabilité d'une entreprise au sein de la société civile ... autant de nouveaux facteurs qui régissent la vie de l'entreprise.</p> <p>Le cours prend deux directions complémentaires: la responsabilité sociétale et le droit des affaires dans sa perspective pratique à savoir l'acquisition des clauses principales et spécifiques des contrats et la psychologie des acteurs.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principes d'éthique</li> <li>• Responsabilité sociétale de l'entreprise</li> <li>• Ethique et prise de décision</li> <li>• Panorama du droit commercial</li> <li>• Fondamentaux du droit des affaires</li> <li>• Droit des affaires dans la tradition française et anglo-saxonne</li> </ul>  |
| <p>IIM 510</p> <p>Management Stratégique</p>                | <p>Ce cours est organisé afin d'amener le futur manager à comprendre les énoncés stratégiques de son entreprise et par là même à communiquer cette stratégie à ses collaborateurs. Il permettra d'acquérir les concepts, les outils et les approches du management stratégique et de savoir formuler et décliner en direction des collaborateurs les directives stratégiques définies par la Direction Générale</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Processus et démarche d'analyse stratégique</li> <li>• Segmentation stratégique et facteurs clés de succès</li> <li>• Diagnostic stratégique</li> <li>• Avantage concurrentiel et chaîne de la valeur</li> <li>• Les outils d'analyse stratégique</li> <li>• Différents types d'orientations stratégiques</li> <li>• Mise en œuvre de la stratégie</li> <li>• Les indicateurs financiers types de la stratégie</li> <li>• La problématique de l'innovation technologique</li> <li>• Intelligence économique</li> </ul> |
| <p>IIM 511</p> <p>Techniques d'aide à la décision</p>       | <p>Au centre de l'activité du management, la prise de décision est un processus que l'on peut rendre performant grâce à des outils et à une démarche qui permet d'élaborer collectivement des solutions aux problèmes posés à l'entreprise, d'obtenir un consensus et de poser les bases d'un développement maîtrisé des projets.</p> <p>Ce module aborde la conduite d'opportunité, la présentation des dossiers de choix de solutions et l'utilisation d'outils de l'analyse décisionnelle.</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Décision d'investir</li> <li>• Outils de l'analyse décisionnelle</li> <li>• Apports des sciences humaines</li> </ul>   |
| <p>IIM 534</p> <p>Management des Systèmes d'Information</p> | <p>Les systèmes et les technologies des systèmes d'information sont devenus des facteurs clés de succès dans la stratégie et dans le management des entreprises. Ce cours a pour objectif de (1) en introduction donner les définitions de base des principaux outils en technologies de l'information et de la communication (2) en développement, faire acquérir les modes de pensée en la matière et en particulier, montrer l'importance de « coller » à la stratégie et aux besoins réels de l'entreprise (3) accroître les compétences à évaluer les opportunités d'affaires, les risques techniques et les engagements financiers entraînés par les projets en systèmes d'information</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolution des architectures de systèmes d'information et des réseaux</li> <li>• L'Internet et les problèmes inhérents de sécurité (PKI)</li> <li>• Organisation des données</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepts managériaux spécifiques</li> <li>• Distinction des systèmes transactionnels (OLTP) et décisionnels (OLAP)</li> <li>• Systèmes d'information stratégiques (Outils internet, CRM &amp; SCM)</li> <li>• Enjeux financiers et stratégiques</li> </ul>                       |
| <p>IIM 580</p> <p>Gestion des Ressources Humaines</p>       | <p>La fonction de Gestion des Ressources Humaines au sens plein du terme est récente dans la culture managériale française et en particulier chez les managers issus de formation scientifique et technique. De ce fait, accoutumer ces derniers aux modes de raisonnement et aux méthodes de GRH devient indispensable.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction à la GRH</li> <li>• Environnement organisationnel</li> <li>• Classification et évaluation des postes</li> <li>• Rémunérations et leur structure</li> <li>• Communication d'entreprise</li> </ul> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recrutement et sélection</li> <li>• Evaluation et planification des RH</li> <li>• Gestion des carrières, formation et développement</li> <li>• Motivation, leadership, créativité et cercles de qualité</li> </ul>  |
| <p>IIM 581</p> <p>Contrôle de Gestion</p>                   | <p>La comptabilité de gestion intéresse directement les managers en tant que responsables d'enveloppe budgétaire et que responsables de la maîtrise des coûts des produits. Elle est l'outil indispensable de l'éclairage économique des initiatives proposées (projets et activités récurrentes).</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principes de la Comptabilité analytique et schémas de profit des entreprises</li> <li>• Modes d'affectation des coûts</li> <li>• Budgets d'exploitation et d'investissement</li> <li>• Différents niveaux d'analyse des marges</li> </ul>  |
|   |  | ...   |



Plus de **1000** formations  
dans **350** métiers

|                                       |   |   |
|---------------------------------------|---|---|
|                                       | Le manager participe aussi à l'élaboration du business plan   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les dimensions d'analyse (produits, projets, marchés, clients, activités, processus etc.)</li> <li>• La méthode ABC et la démarche ABM</li> <li>• Les coûts cibles dans l'analyse de la valeur</li> </ul> <p>Le schéma d'élaboration des business plans</p>  |
| IIM 582<br>Marketing Opérationnel     | Ce module approche le marketing dans ses aspects opérationnels, de la technique de vente à la force de vente et les nouvelles pratiques subséquentes aux nouvelles technologies avec des outils comme le SFA (Self force administration) et la gestion des centres d'appel.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniques des ventes</li> <li>• Gestion de la force de vente</li> <li>• Marketing des affaires (B to B)</li> <li>• Marketing relationnel (B to C)</li> <li>• Analyse de la valeur (vision marketing)</li> </ul>   |
| IIM 583<br>Techniques Opérationnelles | Ce module est fédérateur sur différentes techniques déjà connues. Les objectifs sont divers, ils vont des techniques d'achat à la gestion des projets, avec les méthodes organisationnelles d'accompagnement aux changements (TQM & BPR) mais aussi au développement durable. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les techniques de la fonction Achats</li> <li>• Les phases de gestion de petits projets et d'un projet d'envergure</li> <li>• L'accompagnement aux changements (TQM &amp; BPR)</li> <li>• Le développement durable et son rôle dans les performances multidimensionnelles de l'entreprise</li> </ul> |

## Pédagogie

Le programme comprend **600 heures de cours en présentiel, délivrées en temps partiel sur 50 semaines environ**. Il est structuré en modules comportant :

- des exposés magistraux
- des études de cas permettant d'approfondir et de mettre en pratique les connaissances tout en favorisant la création d'un esprit de groupe
- des conférences faisant appel à des experts.
- Des jeux de rôles donnent matière à un entraînement personnel aux tâches d'animation, de communication et de direction.

La langue anglaise est utilisée dans certaines interventions et comme support de cours. Un mémoire de fin d'études est rédigé et soutenu en fin de scolarité. Stage de 5 semaines au California State University de San Bernardino.

## Renseignements pratiques

**Calendrier :** La prochaine promotion se déroulera **du 26 Novembre 2010 jusqu'en Décembre 2011** – le vendredi toute la journée et le samedi matin, au CNAM de Lille\*. (Possibilité de cours le samedi après midi). Le stage aux USA est programmé en juillet 2011.

\* Le programme MBA existe également à Paris.

**Conditions d'admission :** Cinq ans d'expérience professionnelle minimum. Admission prononcée par une commission pédagogique après examen du dossier et entretien.

**Coûts de la formation :** 16 000 euros pour les deux années (séjour aux Etats Unis inclus)

## Contacts IIM LILLE

**Xavier BECUWE**  
Tél. 03 20 29 86 68  
[xbecuwe@cnam-npdc.org](mailto:xbecuwe@cnam-npdc.org)

**Christine DUFAY**  
Tél. 03 20 29 86 68  
[cdufay@cnam-npdc.org](mailto:cdufay@cnam-npdc.org)

**Cnam Nord – Pas de Calais**  
Centre d'enseignement de Lille  
8 Bd. Louis XIV – 59044 Lille Cedex



**International Institute  
of Management**

2 rue Conte  
75003 Paris, France  
tel +33 1 58 80 87 39  
fax +33 1 58 80 87 50  
[mba@cnam.fr](mailto:mba@cnam.fr)

BETHUNE ☎ 03 21 63 23 00  
DUNKERQUE ☎ 03 28 23 70 40  
LILLE ☎ 03 20 29 86 68  
MAUBEUGE ☎ 03 27 53 16 63  
VALENCIENNES ☎ 03 27 51 15 72