



Métiers
du **Management**

stjo
lycée
campus
st-jo.com

MASTÈRE / MBA MANAGER EN STRATÉGIE D'ENTREPRISE

BAC+5 en alternance

Titre délivré par ECORIS (niveau 7)

Code RNCP 37069 / Date d'enregistrement 23/11/2022

Métiers visés

Le titulaire de la certification peut exercer les emplois suivants : Domaine commercial, Directeur commercial, Directeur de magasin, Responsable développement commercial, Responsable commercial national ou international, Chef de projet marketing national ou international, Chef d'entreprise Domaine digital, Responsable de la communication digitale, Responsable marketing de contenu, Chef de projet digital, Brand manager

Objectifs de la formation / Compétences visées

Le manager en stratégie d'entreprise élabore une stratégie adaptée puis la déploie auprès des équipes avant d'évaluer les résultats. Il conduit notamment les activités suivantes :

- **Analyse de l'environnement de l'entreprise et définition, avec le dirigeant, des objectifs dans ce contexte ;**
- **Elaboration d'une stratégie d'entreprise dans son domaine**
- **Pilotage de la stratégie et des projets à mettre en œuvre**
- **Management et accompagnement des équipes**

Le Manager en Stratégie d'Entreprise est un stratège généraliste, capable de résoudre des problématiques complexes et d'assumer des fonctions d'encadrement, d'orientation, de conseil, d'organisation, de pilotage et de management de projet dans différents champs économiques de l'entreprise grâce à ses compétences pluridisciplinaires. Le manager en stratégie d'entreprise est une personne polyvalente pouvant intervenir dans différents secteurs d'activité (industrie, transports, services...) ayant des compétences à la fois analytiques pour définir une politique d'entreprise et fixer des objectifs, une capacité à élaborer une stratégie répondant aux objectifs fixés, et opérationnelles pour la mettre en œuvre au sein d'une fonction de l'organisation (commercial, finance, supply chain...).

Prérequis

Titulaire d'un Bac+3 (équivalent 180 crédits ECTS) obtenu quel que soit le domaine. Ou faisant état d'un parcours de niveau Bac+2 validé et de 3 années d'expérience professionnelle post BAC+2 dans le secteur tertiaire (sous conditions).

L'accès direct à la 2ème année est ouverte sous conditions.

Public visé

- Pour le contrat d'apprentissage : Personne âgée de 16 à 29 ans révolus.

Sans restriction d'âge dans le cas où le candidat est officiellement reconnu travailleur handicapé ou sportif de haut niveau, ou s'il envisage de créer ou reprendre une entreprise supposant l'obtention du diplôme.

- Pour le contrat de professionnalisation : Personne âgée de plus de 30 ans comme salarié en reconversion, demandeur d'emploi...
- Pour le contrat stage : Personne titulaire des prérequis.
- Le centre est habilité à la préparation à la VAE du dispositif.

Modalités et délais d'accès pour l'entrée en formation

- Dossier d'inscription complet / Entretien de positionnement
- Validation de la candidature sous un délai de 60 jours
- Tests d'entrée validés
- Pour le contrat d'apprentissage : L'admission définitive sera soumise à la signature d'un contrat d'apprentissage avec une entreprise.

Article L.6222-12 du code du travail : « La date de début de la formation pratique chez l'employeur ne peut être postérieure de plus de trois mois au début d'exécution du contrat ».

- Pour le contrat de professionnalisation : L'admission définitive sera soumise à la signature d'un contrat de professionnalisation avec une entreprise.
- Pour le contrat stage : L'admission définitive sera soumise à la signature d'une convention de stage avec une entreprise.

Modalité d'évaluation en cours de formation

Contrôle en cours de formation (épreuves écrites et orales) et partiels en fin de semestres, avec remise de bulletins de notes et appréciation de l'équipe pédagogique.

Vous accompagner dans votre choix... ?

M. Kévin BAUDE

alternance.tertiaire@st-jo.com

Déclaration d'activité : 31620136562

Conception L.MALFOY 12/11/2025 V.6



Pour déposer sa candidature : www.st-jo.com

(rubrique CAMPUS) ou QR CODE ci-contre

Plus d'informations, contacter :

M. Aurélien LEFRANC

Attaché de Direction - Admission

03 21 99 06 99 - inscriptions@st-jo.com

Validation

Le titre est obtenu lorsque le candidat répond aux conditions suivantes : Les moyennes pondérées : • 1ère année - Bloc 1 \geq 10/20 (soit 310 points) • 1ère année - Bloc 2 \geq 10/20 (soit 290 points) • 2ème année - Bloc 3 \geq 10/20 (soit 130 points) • 2ème année - Bloc 4 \geq 10/20 (soit 250 points) • 2ème année - Bloc projet professionnel \geq 10/20 (soit 220 points) • Moyenne générale par année \geq 10 (soit 600 points) D'autre part, le candidat devra attester de : \ 60 jours (ou 420h) de présence en entreprise (cf paragraphe II) D/) \ D'un volume d'absences, justifiées ou non, inférieur à 10% du volume horaire annuel total de la formation (en M1 et en M2). Tout candidat dont le nombre d'absences, justifiées ou non, dépasse 10% du temps de formation est susceptible de ne pas être autorisé à se présenter aux partiels de fin de semestre. Il peut rattraper ces heures par le biais des modules en e-learning, sous réserve d'une demande spéciale et écrite justifiant la nécessité du recours au e-learning. Dans le cas contraire, le jury de certification se réserve la possibilité d'invalider la note obtenue en mémoire (soutenance orale du semestre 2 de 2ème année). Les matières d'un même bloc de compétences se compensent entre le semestre 1 et le semestre 2. Toutefois les blocs de compétences ne se compensent pas entre eux. 2) Les ECTS Le système des ECTS (European Credit Transfer System ou Système Européen de Crédits Transférables) est fondé sur une normalisation de la comptabilisation de la progression des études supérieures de façon homogène. L'objectif est de favoriser la mobilité en Europe en facilitant la reconnaissance des études et de donner une meilleure transparence au cursus. Le système, employé en Europe et pour les formations d'ECORIS, repose sur la règle suivante : 1 an = 60 crédits ECTS. Dans le cas où le candidat valide le titre, qui se tient sur deux années, il obtient donc 120 crédits ECTS (non applicable pour la VAE). Validation du double-diplôme : MBA Ecoris Dans le cadre d'une logique de double diplôme, il convient de distinguer les conditions de validation : \ Du titre niveau 7 inscrit au RNCP, à vocation nationale, d'une part, \ Et du diplôme à vocation internationale, intitulé MBA (Master of Business Administration), selon la spécialité choisie en 2ème année, d'autre part. Ainsi, le MBA Ecoris est validé lorsque le candidat répond aux critères d'évaluation du titre RNCP énoncés ci-dessus et justifie d'un niveau d'anglais équivalent au niveau B2 au CECRL. Ce niveau peut être attesté par le biais de l'une des certifications suivantes : \ Linguaskill business : niveau B2 \ TOEIC : entre 785 et 944 points \ Bright Language : score entre 3.5 et 3.9 Les candidats en parcours académique seront évalués à l'aide d'un test de niveau conforme au niveau CECRL. Les candidats ayant obtenu le titre RNCP disposent de 5 années pour présenter une attestation officielle de réussite de niveau B2 à l'une des certifications citées ci-dessus et ainsi valider le MBA Ecoris.

Nombres de participants

Minimum : 20
Maximum : 50

Dates prévisionnelles

M1 : Début : 09/2026
Fin : 07/2027

M2 : Début : 10/2027
Fin : 09/2028

Durée

780 H de formation

Lieu de la formation

26-30 route de Calais
62280 SAINT MARTIN BOULOGNE

Tarif

Confère fiche annexe

Moyens et méthodes pédagogiques

- Travail en groupe / TD / Etude de cas
- Centre de ressources
- Accès à la plateforme de ressources numériques
- Méthodes pédagogiques déductives et inductives

Accessibilité

Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite

Enseignement de Spécialité

Communication Digitale
Performance Commerciale et Entrepreneuriale
(Ouverture seuil minimal de 10 inscrits)

Adaptation pédagogique

- Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Avant entrée en formation et signature de contrat (moyens de compensation à étudier avec le responsable pédagogique et le référent handicap du centre en référence aux règles de certification).
- Besoins éducatifs particuliers : Les besoins éducatifs particuliers concernent des apprenants en situation de handicap, malades, à haut potentiel, nouvellement arrivés en France... La pédagogie de l'établissement s'adapte à la diversité des personnes accueillies afin d'individualiser leur parcours de formation. Les apprenants à besoins éducatifs particuliers ou spécifiques regroupent une grande variété de personnes qui ont, de manière significative, plus de mal à apprendre que la majorité des apprenants du même âge quand ils sont dans une situation particulière ou qu'ils souffrent d'un handicap qui les empêche ou les gêne dans leurs apprentissages

Suite de parcours et/ou insertion professionnelle

Insertion professionnelle: insertion à l'emploi dans les métiers visés (item 1 de la fiche)

ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

Site Ecoris : www.ecoris.com/certificateur
RNCP37069 <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/37069/>
Lycée + Campus privés Saint Joseph
26 - 30 route de Calais
62280 St-Martin-Boulogne
Tél. 03 21 99 06 99 - contact@st-jo.com

stjo
lycée
campus
st-jo.com



Métiers du Management

FICHE ANNEXE

Mastère/MBA Manager en Stratégie d'Entreprise

BAC+5 en alternance

Suivant Référentiel 2025-2027

2 ans – 777 h (volume horaire minimum)

Programme 1ère année

• SÉMINAIRE D'INTÉGRATION

Team building
Outils linguistiques
Créativité digitale

• BLOC 1 : Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement

Stratégie d'entreprise

- Le processus de gestion : la planification, l'organisation, la direction et le contrôle, la prise de décisions
- Mise en place d'une démarche RSE
- Les concepts de base liés à l'analyse stratégique
- Les principaux outils (matrices) du diagnostic stratégique
- Les choix stratégiques possibles dans le cadre d'une démarche structurée

Veille stratégique et juridique

- Connaissance des sources juridiques fiables
- Culture générale sur les règles juridiques qui régissent la vie en société et son environnement

Stratégie marketing

- Les outils de diagnostic stratégique et marketing
- La démarche pour réaliser une stratégie marketing
- Les choix fondamentaux d'une stratégie marketing (ciblage, positionnement)
- La déclinaison du mix marketing

Management de la qualité

- Les "signes de la qualité", les différences entre la qualité finale d'un produit ou d'un service et la notion de SMQ.
- Le déroulement de la démarche de mise en place d'un SMQ jusqu'à l'audit de certification. Gérer, au-delà de l'audit, la notion d'amélioration continue (cycle PDCA).

Stratégie commerciale

- Les tendances en stratégie commerciale. La création de ses propres outils de diagnostic commercial (grilles détaillées d'évaluation)
- Les informations stratégiques stabilisées indispensables à l'action commerciale
- Le Plan d'Action Commerciale, feuille de route de l'entreprise

Droit des affaires

- Les démarches à effectuer pour créer une société
- La réglementation législative concernant les entreprises en difficulté.
- La définition d'une augmentation de capital et les procédures adaptées.
- Les différentes étapes d'une procédure en règlement judiciaire et d'une procédure en liquidation judiciaire.

Business model durable et collaboratif

- Les concepts fondamentaux d'une économie circulaire et d'une économie régénérative.
- Les différents modèles d'affaires durables, les écosystèmes et écosystèmes d'affaires.
- Les principes et mesures des impacts environnementaux, sociaux et économiques de l'économie circulaire ; les critères de l'économie régénérative.
- La méthodologie d'élaboration de modèle d'affaires d'une entreprise circulaire ou régénérative.
- Les résistances et les freins psychologiques à la transition écologique et énergétique.

• BLOC 2 : Élaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle

Pilotage stratégique et opérationnel

- Le contrôle de gestion comme outil de pilotage de l'organisation
- Le contrôle de gestion comme acteur du diagnostic stratégique et opérationnel
- L'établissement des budgets et le contrôle et l'analyse des écarts
- Le contrôle de gestion comme acteur du pilotage stratégique et opérationnel

Stratégie e-business et omnicanale

- Les typologies d'entreprise et leurs enjeux digitaux
- La méthodologie d'une stratégie digitale dont les modèles économiques et les étapes clés
- Les outils / leviers digitaux et les retours attendus KPI.
- Les étapes pour réaliser un parcours client.
- La méthodologie d'une stratégie omnicanale, les différents modèles d'organisation et le déploiement

Etudes de marché et comportements du consommateur

- Le problème marketing et le problème étude
- Les sources secondaires internes et externes
- Le guide d'entretien, le questionnaire et le choix de l'échantillon
- Les techniques d'analyse des données quantitatives (tris à plat, tris croisés et exploitation)
- Les variables explicatives psychologiques, sociologiques et culturelles et les facteurs qui influencent le processus de décision

Stratégie de marque

- Les phases clés de l'élaboration d'un audit de communication et d'une stratégie de marque
- Les concepts clés du capital marque, la gestion de portefeuille de marque et la stratégie créative.
- Les composantes d'un plan de communication.
- Les KPI de la communication.

Marketing opérationnel

- Les méthodes permettant d'analyser l'efficacité d'un plan marketing existant / un parcours client / un portefeuille client
- La méthodologie de réalisation d'un plan marketing client, y compris budget, planning et indicateurs
- Le choix des KPI et la réalisation d'un tableau de bord marketing.
- Les composantes d'un plan de prospection et de fidélisation et d'un parcours client

Distribution et Logistique

- Les techniques de merchandising de la grande distribution et les 19 règles de B TRUJILLO.
- Les bâtiments logistiques, les règles de sécurité, gestes et postures en manutention
- Les différentes formes de business models
- Analyser les performances de distribution du Cross-docking au Co-Packing.
- Impact du digital et de l'IA sur les organisations logistiques des années à venir

Programme 2ème année

• BLOC 3 : Développer son leadership et fidéliser les équipes

Management de projet

- Outils d'évaluation de besoins : QQQQCP, diagramme d'Ishikawa
- Outils de planification et d'affectation de tâches : matrice RACI
- Outils de planification et d'affectation de tâches PERT
- Outils de planification et d'affectation de tâches : diagramme de Gantt
- Gestion d'équipe : matrice des compétences, objectifs, indicateurs de performance et suivi

Leadership

- Définir le leadership et appréhender les styles de leadership
- La différence entre Manager et Leader
- Techniques de prise de parole en public
- Mieux se connaître et développer sa confiance en soi
- Les outils et méthodes pour fédérer, valoriser et faire performer une équipe

Politique de communication interne

- L'identité de marque et la marque employeur
- Les enjeux de la communication interne. Les différents interlocuteurs et leur rôle dans la communication
- Les phases clés de son plan de communication interne
- Les outils de la communication interne

Conduite du changement

- Le processus de changement : types de changement, facteurs déclenchants
- Les outils de diagnostic et de pilotage
- Construction d'un projet, les outils organisationnels de co-construction et de veille
- Élaboration d'un plan d'accompagnement et formation des équipes. Outils et leviers de motivation. Gestion des enjeux, risques et impacts
- Les outils et l'application des méthodes agiles

• BLOC 4 : Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale

➤ PERFORMANCE COMMERCIALE ET ENTREPRENEURIAT

Expertise Commerciale

- De la notion de devis à la notion de proposition commerciale complète
- Le métier d'acheteur, les solutions pour résister à la pression et les techniques de négociation
- La complémentarité entre réseaux virtuels et réseaux physiques, les associations professionnelles
- Les spécificités des marchés potentiels, la culture commerciale, la réglementation

Stratégie d'achats

- Les enjeux de la fonction Achats, son impact sur les résultats
- Connaître les méthodes de marketing amont et les 5 parangonnages (5 types de benchmark Achats Mode Projet)
- Connaître les points clés d'une négociation et les points essentiels d'un contrat et savoir les mettre en œuvre.
- Connaître les bases de la RSE
- Savoir mesurer et améliorer le business model en termes de Valeur Ajouté et de compétitivité

Culture entrepreneuriale

- Le phénomène "création d'entreprises", les qualités entrepreneuriales. La recherche d'idées, l'approche du marché et le plan d'actions commerciales (axes stratégiques + plan opérationnel)
- Les bases d'un concept de création d'une entreprise à fort potentiel de développement (L'équipe, les locaux, le statut, le matériel, les prévisions chiffrées, les financements).
- Les liens entre culture entrepreneuriale et innovation, les enjeux RSE.
- Les tendances de management, les profils de responsables d'équipes, la communication, l'exercice de l'autorité, la reconnaissance, la capacité à déléguer, les aptitudes à construire un "moral gagnant".
- Les modèles économiques numériques, les outils et technologies pour l'entrepreneur, les opportunités offertes par le numérique pour les entrepreneurs.

Culture et négociation

- Analyses des modèles culturels
- S'appuyer sur les différences culturelles en vue d'établir une collaboration positive
- Principales caractéristiques culturelles
- Processus de négociation interculturelle

Management de la force de vente

- Les nouveaux enjeux du management des équipes de vente.
- Les attitudes et outils adaptés pour manager, motiver et fidéliser au quotidien l'équipe de vente.
- Les approches efficaces du management à distance, du pilotage de projets.

OU AUTRE SPECIALITE AU CHOIX :

➤ INTERNATIONAL BUSINESS

International Law

- Knowing international contracts law
- Knowing the industrial standards, export controls and import licences - Antiboycott compliance - Immigration and customs compliance - ATA carnet - Incoterms)
- Choosing the best sales development contracts in consideration of the company and market situation (Distribution - Agent - Branch or subsidiary - Joint Venture) / Private and Public Tenders
- Understanding issues of competition laws and intellectual property

Marketing

- Knowing how to use marketing research tools and decision matrices taking into account the specificities related to the international context
- Knowing the different segmentation methods and understanding international brand strategies
- Understanding cultural factors to develop an effective communication strategy
- Knowing how to define international packaging taking into account all the related constraints
- Knowing how to define a price based on company and targeted country strategy

International Finance

- Knowing how to build an Operation Balance sheet
- Knowing the Working Capital - Working Capital Requirements - Treasury - Ratios / Identifying client solvency / Risks
- Knowing the entry strategies - VAT Principles - Tax System and declarations
- Knowing the means of financing - Understanding and analyzing forecasted net cash flows and studying the economic profitability of a project
- Choosing the best financing method. Evaluation of the costs factors in the determination of the financing method / Defending the Financial Plan

Culture et négociation

- Analyses des modèles culturels
- S'appuyer sur les différences culturelles en vue d'établir une collaboration positive
- Principales caractéristiques culturelles
- Processus de négociation interculturelle

Management de la force de vente

- Les nouveaux enjeux du management des équipes de vente.
- Les attitudes et outils adaptés pour manager, motiver et fidéliser au quotidien l'équipe de vente.
- Les approches efficaces du management à distance, du pilotage de projets.

Programme 2ème année

• BLOC 3 : Développer son leadership et fidéliser les équipes

Management de projet

- Outils d'évaluation de besoins : QQOQCP, diagramme d'Ishikawa
- Outils de planification et d'affectation de tâches : matrice RACI
- Outils de planification et d'affectation de tâches PERT
- Outils de planification et d'affectation de tâches : diagramme de Gantt
- Gestion d'équipe : matrices des compétences, objectifs, indicateurs de performance et suivi

Leadership

- Définir le leadership et appréhender les styles de leadership
- La différence entre Manager et Leader
- Techniques de prise de parole en public
- Mieux se connaître et développer sa confiance en soi
- Les outils et méthodes pour fédérer, valoriser et faire performer une équipe

Politique de communication interne

- L'identité de marque et la marque employeur
- Les enjeux de la communication interne. Les différents interlocuteurs et leur rôle dans la communication
- Les phases clés de son plan de communication interne
- Les outils de la communication interne

Conduite du changement

- Le processus de changement : types de changement, facteurs déclenchants
- Les outils de diagnostic et de pilotage
- Construction d'un projet, les outils organisationnels de co-construction et de veille
- Élaboration d'un plan d'accompagnement et formation des équipes. Outils et leviers de motivation. Gestion des enjeux, risques et impacts
- Les outils et l'application des méthodes agiles

• BLOC 4 : Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale

➤ PERFORMANCE COMMERCIALE ET ENTREPRENEURIAT

Expertise Commerciale

- De la notion de devis à la notion de proposition commerciale complète
- Le métier d'acheteur, les solutions pour résister à la pression et les techniques de négociation
- La complémentarité entre réseaux virtuels et réseaux physiques, les associations professionnelles
- Les spécificités des marchés potentiels, la culture commerciale, la réglementation

Stratégie d'achats

- Les enjeux de la fonction Achats, son impact sur les résultats
- Connaître les méthodes de marketing amont et les 5 parangonnages (5 types de benchmark Achats Mode Projet)
- Connaître les points clés d'une négociation et les points essentiels d'un contrat et savoir les mettre en œuvre.
- Connaître les bases de la RSE
- Savoir mesurer et améliorer le business model en termes de Valeur Ajouté et de compétitivité

Culture entrepreneuriale

- Le phénomène "création d'entreprises", les qualités entrepreneuriales. La recherche d'idées, l'approche du marché et le plan d'actions commerciales (axes stratégiques + plan opérationnel)
- Les bases d'un concept de création d'une entreprise à fort potentiel de développement (L'équipe, les locaux, le statut, le matériel, les prévisions chiffrées, les financements).
- Les liens entre culture entrepreneuriale et innovation, les enjeux RSE.
- Les tendances de management, les profils de responsables d'équipes, la communication, l'exercice de l'autorité, la reconnaissance, la capacité à déléguer, les aptitudes à construire un "moral gagnant".
- Les modèles économiques numériques, les outils et technologies pour l'entrepreneur, les opportunités offertes par le numérique pour les entrepreneurs.

Culture et négociation

- Analyses des modèles culturels
- S'appuyer sur les différences culturelles en vue d'établir une collaboration positive
- Principales caractéristiques culturelles
- Processus de négociation interculturelle

Management de la force de vente

- Les nouveaux enjeux du management des équipes de vente.
- Les attitudes et outils adaptés pour manager, motiver et fidéliser au quotidien l'équipe de vente.
- Les approches efficaces du management à distance, du pilotage de projets.

OU AUTRE SPECIALITE AU CHOIX :

➤ INTERNATIONAL BUSINESS

International Law

- Knowing international contracts laws
- Knowing the industrial standards, export controls and import licences – Antiboycott compliance – Immigration and customs compliance – ATA carnet – Incoterms)
- Choosing the best sales development contracts in consideration of the company and market situation (Distribution – Agent – Branch or subsidiary – Joint Venture) / Private and Public Tenders
- Understanding issues of competition laws and intellectual property

Marketing

- Knowing how to use marketing research tools and decision matrices taking into account the specificities related to the international context
- Knowing the different segmentation methods and understanding international brand strategies
- Understanding cultural factors to develop an effective communication strategy
- Knowing how to define international packaging taking into account all the related constraints
- Knowing how to define a price based on company and targeted country strategy

International Finance

- Knowing how to build an Operation Balance sheet
- Knowing the Working Capital – Working Capital Requirements – Treasury – Ratios / Identifying client solvency / Risks
- Knowing the entry strategies – VAT Principles – Tax System and declarations
- Knowing the means of financing – Understanding and analyzing forecasted net cash flows and studying the economic profitability of a project
- Choosing the best financing method. Evaluation of the costs factors in the determination of the financing method / Defending the Financial Plan

Culture et négociation

- Analyses des modèles culturels
- S'appuyer sur les différences culturelles en vue d'établir une collaboration positive
- Principales caractéristiques culturelles
- Processus de négociation interculturelle

Management de la force de vente

- Les nouveaux enjeux du management des équipes de vente.
- Les attitudes et outils adaptés pour manager, motiver et fidéliser au quotidien l'équipe de vente.
- Les approches efficaces du management à distance, du pilotage de projets.

Tarif de la formation

Pour l'alternant relevant d'un contrat d'apprentissage :

Conditions tarifaires sur demande Selon le décret n°2019-956 du 13 septembre 2019 « fixant les niveaux de prise en charge des contrats d'apprentissage ». Le tarif de la formation est aligné sur le montant de la prise en charge de l'opérateur de compétences concerné. Tarif de la formation : coût parcours OPCO par année de formation : 7 070,31€. Il peut varier selon la convention collective dont dépend l'employeur de l'apprenti, et selon les besoins particuliers de celui-ci (complément de prise en charge pour les apprentis en situation de handicap). Zéro reste à charge pour l'entreprise du secteur privé. Article L.6211-1 : « La formation est gratuite pour l'apprenti et pour son représentant légal. » Les employeurs du secteur public répondent à l'article L.6227-6 du code du travail : « Les personnes morales mentionnées à l'article L.6227-1 prennent en charge les coûts de la formation de leurs apprentis dans les centres de formation d'apprentis qui les accueillent (...) », à l'exception du secteur public territorial qui bénéficie du décret n° 2020- 786 du 26 juin 2020 relatif aux modalités de mise en œuvre de la contribution du Centre national de la fonction publique territoriale au financement des frais de formation des apprentis employés par les collectivités territoriales et les établissements publics en relevant.

Il est possible de financer la formation par : Le Compte Personnel de Formation (CPF) de transition ou le projet de transition professionnelle, le plan de développement des compétences, le CSP et PSE (licenciement économique), autres financements possibles (CMA, AGEFICE, FIFPL, ...)

Pour l'alternant relevant d'un contrat de professionnalisation :

Application des articles L 6111-1 et suivants, L6313-1 et suivants. La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise. Aucun coût financier est à la charge de l'alternant.

Pour les stagiaires relevant d'un contrat stage : 3 000€, suivant échéancier transmis avant contractualisation.

Pour les entreprises accueillant un alternant en contrat de professionnalisation :

La formation est prise en charge par l'OPCO de l'entreprise d'accueil. Il peut être établi un devis.

Rémunération pendant la formation

L'alternant(e) sera rémunéré(e), au minimum, suivant la grille légale applicable suivant la nature de son contrat (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation).

Pour les stagiaires relevant d'un contrat stage, la gratification suivant de la grille légale ou selon la convention collective de l'entreprise d'accueil.

Equipe pédagogique / Formateurs (liste disponible sur demande)

- Formateurs / formatrices diplômés dans les domaines professionnels concernés
- Intervenants ponctuels sur des domaines d'expertises ou conférences
- Responsable formation
- Equipe administrative
- Equipe commerciale

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations

Non

Modularisation de parcours

Positionnement défini selon le certificateur.

Notre valeur ajoutée

- Le centre vous accompagne dans la recherche d'un employeur avec une équipe dédiée de conseillers entreprise.
- Le centre peut vous présenter des offres d'emploi en adéquation avec le diplôme ou la certification préparé.
- Un point écoute (accompagnement à la gestion de problèmes tel que le logement, le transport, la santé...) est accessible. Les informations pratiques seront transmises par le responsable pédagogique de la formation lors de l'entrée en formation.
- Un référent handicap est associé aux formations.
- Le centre est accessible par les lignes de transports en commun Marinéo (arrêt St Joseph). Emplacements gratuits de stationnement dans les rues adjacentes.
- Le centre propose une restauration sur site par restaurant self-service ou par cafétéria. La réservation en ligne est possible via une application. Les prix, formules et menus sont disponibles sur le site internet.
- Le centre est équipé de réseau WIFI gratuit dans les espaces communs, restaurant scolaire et cafétéria.
- Le centre possède un centre de culture « nouvelle génération » avec accès gratuit aux ressources numérique.
- Le centre organise des manifestations culturelles dans l'amphithéâtre de l'établissement.

- L'établissement est charté ERASMUS ainsi que labélisé LYCEE DES METIERS.

Indicateur

Taux de satisfaction du centre : 90 % (*établi suivant le dernier BPF déposé*)

1^{ère} session : Printemps 2026