

En partenariat académique avec **ESG**

Formez-vous en alternance et devenez un leader stratégique dans un environnement international !

Ce MBA vous prépare à piloter la croissance d'une organisation, définir ses orientations stratégiques, manager des équipes multiculturelles et conduire des projets à fort impact. En alternance, vous combinez théorie et expérience pratique pour développer votre posture de décideur et apprendre à impulser des stratégies gagnantes dans un contexte global.

Vous apprendrez à concevoir la stratégie globale d'une business unit, gérer le budget et les aspects financiers, promouvoir un produit ou service en France et à l'international, accompagner le développement des talents et manager des projets de transformation et d'innovation orientés client.

Grâce à cette alternance, vous êtes directement immergé dans les réalités du terrain, ce qui vous prépare à occuper rapidement des fonctions de leadership stratégique dans des organisations internationales.

Vous serez capable de :

- Concevoir la stratégie globale d'une business unit à partir d'un diagnostic stratégique et opérationnel
- Planifier, optimiser, gérer du budget et coordonner les aspects financiers d'un service et/ou d'une direction
- Promouvoir un produit et/ou service à destination de client interne et/ou externe en France et à l'international
- Accompagner le développement des individus, des équipes et de l'organisation dans une logique de management de proximité
- Manager des projets de transformation et/ou d'innovation orienté client

Bac+5

100% en ligne

Alternance

Durée estimée*:
805h 24 mois

Lieu :
100% en ligne

Démarrage :
À tout moment de l'année

Certification :
Titre RNCP
Niveau 7
(Bac+5)

Crédits ECTS :
120

Vous obtiendrez à l'issue de la formation :

Titre RNCP **ESG**

Titre RNCP "Manager de Business Unit" de ESGCV, niveau 7 enregistré au RNCP sous le numéro 35961 par décision de France compétences du 15/10/2021

Diplôme **studi & **ESG****

Diplôme Expert Business Management délivré par Studi en partenariat avec ESG Ecoles de commerce

120 crédits ECTS

Les ECTS (Système européen de transfert et d'accumulation de crédits) permettent de reconnaître les diplômes dans tous les pays de l'Union européenne.

(?) : Sous réserve de réussite aux épreuves finales.

Le Diplôme Studi est un Diplôme d'école, il ne s'agit pas d'un Diplôme d'Etat, d'un Titre RNCP ou d'un Titre Professionnel reconnu par l'Etat.

Inclus dans votre formation :

- **Accompagnement méthodologique personnalisé par votre référent**
- **Accompagnement individuel de vos missions en entreprise**
- **Suivi pédagogique par nos formateurs experts**

*La durée en heures et en mois est une durée moyenne estimée pour la réalisation de la formation. La durée de réalisation effective peut être, selon chaque apprenant, inférieure ou supérieure à la durée estimée, sans incidence sur le tarif de la formation. La durée indiquée est donnée à titre indicatif et n'est pas contractuelle. Elle sera précisée lors de votre entretien avec votre conseiller en formation.

** Voir les CGV Studi

- **Coaching carrière**
- **Cours écrits et vidéos à la demande et évaluations personnalisées**
- **Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles⁽¹⁾ en direct et replay**
- **Préparation spécifiques aux examens**
- **Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)**

⁽¹⁾ Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

L'accès à la plateforme se fait en moyenne sous 14 jours après l'accord du financeur. Ce délai peut varier selon la typologie de financement.

Programme détaillé

Elaboration et pilotage de la stratégie commerciale

Comprendre la réflexion stratégique

- La compréhension de la stratégie d'une entreprise
- L'analyse stratégique : Enjeux et démarche
- La prise en compte des marchés
- Les forces d'une business unit

Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement commercial

- L'analyse de l'environnement global de l'entreprise
- La mise en oeuvre d'études qualitatives
- La création d'un échantillon pour étude qualitative
- Les types d'études quantitatives
- La réalisation d'une enquête
- Le comportement individuel et social du consommateur
- Les insights consommateurs

Analyser les ressources de la direction commerciale

- Les facteurs clés de succès
- L'analyse de la chaîne de valeur
- Le processus de création de valeur
- L'analyse stratégique et l'analyse du portefeuille clients

Déterminer les choix et les décisions stratégiques de la direction commerciale

- L'analyse et le diagnostic stratégique
- La segmentation stratégique
- De la stratégie globale à la stratégie marketing
- La méthodologie du processus stratégique

Analyser et exploiter les informations

- La veille et l'innovation
- La veille concurrentielle et sectorielle
- Les études complémentaires à la veille
- Les outils digitaux de la veille
- L'identification des informations à recueillir

Evaluer la concurrence de la Business Unit

- L'analyse de l'entreprise face à la concurrence
- La notion de concurrence et diversité concurrentielle
- Les stratégies concurrentielles
- L'analyse concurrentielle

Concevoir une stratégie à l'international

- Le business modèle canevas
- Les nouveaux business modèles émergents
- Etude de nouveaux business modèles ayant fait leurs preuves
- Le développement à l'international

Fixer les objectifs pertinents de la direction commerciale

- Le choix des objectifs stratégiques
- La fixation d'objectifs
- La relativité des objectifs

Adapter la stratégie globale à la direction commerciale

- BU : les différentes stratégies
- Les modes de croissance
- Le rôle des dirigeants et du comité exécutif
- Les stratégies au cours du cycle de vie de la BU
- L'exploitation des outils de business intelligence

Déterminer les conséquences des décisions sur la direction commerciale

- Freins et obstacles à la prise de décision
- L'acceptation de la décision
- Les impacts dans une démarche internationale
- L'évaluation des conséquences d'une décision

Piloter les outils de mesure

- Les outils de mesure de l'efficacité
- Le reporting
- La construction d'un tableau de bord opérationnel

Auditer les résultats de la direction commerciale

- L'analyse des données statistiques
- Les représentations graphiques
- La mesure de la performance commerciale
- La méthode Six Sigma

Concevoir le business plan de la BU

- La préparation et la structuration du business plan
- La faisabilité économique et financière du business plan

Planifier la stratégie de la direction commerciale

- L'évaluation des besoins en personnel
- L'ajustement des besoins
- Le planning des actions

Convaincre son auditoire

- Les fondamentaux de la prise de parole en public
- La préparation des conditions matérielles
- L'optimisation de son intervention pour atteindre ses objectifs
- Négocier avec sa direction

Gestion du budget et pilotage de la performance commerciale

Comprendre et estimer les ressources financières de la BU

- Introduction : les enjeux de la conception d'une enveloppe budgétaire
- Finance d'entreprise
- Gestion d'un P&L
- Le prix de vente
- Le principe d'élaboration des comptes financiers
- L'analyse des principes financiers fondamentaux

Évaluer les résultats financiers de la direction commerciale

- Les grands principes de l'analyse financière
- L'interprétation des indicateurs
- La gestion des risques

Formuler des axes de développement

- Le diagnostic de la performance économique : les soldes intermédiaires de gestion
- La valeur ajoutée
- L'excédent brut d'exploitation
- Le résultat d'exploitation
- Le résultat financier

Comprendre les composantes du budget d'exploitation de la BU

- Identification de la structure de coûts
- Recensement des coûts associés à une activité, un produit ou un service de la BU
- Démarche de calcul de coût de revient d'un produit ou service
- Le suivi budgétaire
- Les insuffisances budgétaires

Participer à l'élaboration du budget d'exploitation de la BU

- La démarche budgétaire
- L'évaluation des moyens
- Les clés de répartition
- La marge

Comprendre les budgets et compte de résultat de la BU

- Calculer et analyser le seuil de rentabilité
- Le principe et les limites du modèle
- La difficulté de la ventilation CV/CS (coût variable/coût standard)
- La variable et la proportionnalité des charges
- Les réajustements indispensables
- Détermination des coûts prévisionnels

Piloter les indicateurs de performance de la direction

commerciale

- Identification des critères de performance
- Proposition de critères de performance adaptés au contexte

Comprendre les fondamentaux du droit commercial

- Les principaux concepts juridiques applicables en matière commerciale
- Le RGPD
- L'organisation du commerce : chambres de commerce, tribunaux de commerce
- Les sociétés commerciales
- L'entreprise individuelle
- Les obligations communes à toutes les entreprises
- Le fonctionnement des règles de responsabilité civile

Pilotage du business développement

Définir la stratégie de négociation

- L'analyse de la stratégie commerciale
- Définition et utilité d'un PAC
- Les facteurs clés de succès d'un PAC
- La segmentation
- Le ciblage

Réaliser le diagnostic de positionnement de ses marchés

- Le mix marketing et le positionnement de l'offre
- Les outils du positionnement
- Les étapes et enjeux d'un diagnostic de positionnement de l'entreprise
- Le positionnement du produit vs stratégique
- La création des personae
- La culture des Data
- La vision client unique

Elaborer les recommandations marketing et commerciales

- L'analyse des potentiels de l'entreprise
- La place de la stratégie digitale dans la stratégie globale de l'entreprise
- Les généralités sur le plan d'actions commerciales
- L'omnicanal
- Le cross canal
- Les déclinaisons du plan marketing
- Du plan stratégique de l'entreprise au PAC
- Les spécificités sectorielles du développement commercial en BtoB
- Les appels d'offre publics
- L'élaboration de la réponse à appel d'offres
- La stratégie d'anticipation des appels d'offres
- La relation client B2C dans l'industrie du luxe et de la mode
- Les stratégies de développement commercial en retail
- Les spécificités sectorielles du développement commercial en retail
- La gestion des grands comptes en retail

Piloter les canaux de vente

- L'approche de la marque
- Les nouvelles formes de publicité et de communication digitale
- Réussir sa stratégie de création de contenu
- L'évaluation du potentiel de la marque en fonction

des cibles

Concevoir une proposition de valeur pertinente

- Les fondamentaux d'une proposition de valeur
 - Les objectifs d'une proposition de valeur
 - Les étapes du processus d'achat
 - La prise de conscience d'un besoin
 - Création d'un argumentaire adapté
-

Construire une stratégie marketing et commerciale à l'international

- Se connaître pour gagner en efficacité lors d'une négociation
 - Les stratégies d'influence lors d'une négociation
 - Design de nouveaux produits
 - Business Model Design and Implementation
 - Protection des actifs immatériels en contexte international
-

Utiliser les outils digitaux comme levier de développement

- Le m-commerce
 - Les marchés de niche
 - L'innovation
 - L'hyper-personnalisation
 - Le développement de la visio conférence pour les commerciaux
-

Le social selling comme moteur de prospection

- Principes et intérêts du social selling
 - Elaborer une stratégie de social selling : les étapes clés
 - Mesurer les résultats d'une stratégie de social selling
-

Concevoir un plan de communication adapté à la cible

- Les objectifs du plan de communication
 - Déclinaison des objectifs marketing en plan d'action de communication
 - Panorama des différents médias
 - Rédiger le brief communication
 - Mettre en œuvre le plan de communication
 - Les KPI en communication
-

Mesurer l'efficacité du plan d'action marketing et commercial

- Le pilotage de l'action commerciale
 - L'optimisation et le suivi d'un PAC
-

Mesurer la performance des ventes et créer des rapports

- L'analyse des écarts des actions du mix marketing
 - La mesure du progrès
 - Les différentes stimulations pour atteindre les objectifs
 - Définition des actions correctives
-

Stratégies innovantes de management de l'équipe commerciale

Comprendre et piloter une direction commerciale

- Qu'est-ce qu'une organisation ?
 - La définition de la gouvernance
 - Analyse des parties prenantes et structures de gouvernance
 - Mettre en place un business plan et viabiliser un modèle économique
-

Accompagner la montée en compétence des ressources humaines

- La GEPP au service de la stratégie de l'entreprise
 - Les outils d'accompagnement et d'évaluation de la prospective
 - La cartographie des compétences de l'entreprise
 - L'organisation et la planification de la gestion des compétences
 - Le processus de recrutement
 - La découverte des talents
 - La guerre des talents : l'inbound recruiting
 - Les enjeux du parcours d'intégration
 - La préparation et l'accueil du nouveau salarié
 - Définir les besoins : le diagnostic des besoins en compétences
 - Identifier les actions et budgéter : les modalités de réalisation des actions de formation
 - Évaluer l'impact du plan de développement des compétences : les indicateurs
-

Piloter le développement des ressources humaines

- Les campagnes de recrutement à l'ère du digital
 - Le recours à des prestataires externes de recrutement
 - La cooptation et la prise de références dans le recrutement
 - L'éthique et le recrutement
 - Pilotage des compétences (acquisition et maintien)
-

Accompagner une équipe et la faire grandir

- Les enjeux de la diversité en entreprise
 - Le management en équipe projet
 - Déléguer avec justesse
 - La fidélisation des collaborateurs
 - Résorber les conflits et gérer les situations conflictuelles
 - Capitaliser sur l'expérience, tracer une roadmap
 - L'analyse de problématiques managériales
 - Les solutions adaptées à une problématique manageriale
 - Le management interculturel
-

Piloter la performance d'une organisation

- Actualiser les définitions de fonctions
 - Animer des réunions structurées
 - L'art de mieux savoir gérer son temps
 - La méthode OKR - Objectives and Key Results
 - Développer l'intelligence collective dans ses équipes
 - Suivre et accompagner la performance de ses collaborateurs
-

Engager les collaborateurs et piloter la performance

- La mise en place d'actions incentive et de formations
 - Recadrer un comportement déviant
 - Accompagner et motiver ses équipes commerciales
 - Le management à distance
 - Réglementation anti corruption dans la relation client
-

Diriger une équipe de vente : management commercial

- Le management commercial
- Accompagner et motiver ses équipes commerciales
- Tableaux de bord et objectifs: les définir, les vendre et les réaliser

Management de projet de transformation et/ou d'innovation

Concevoir un projet de transformation

- L'accompagnement au changement
- La place de la conduite du changement
- Le diagnostic de la transformation
- Les enjeux de la transformation digitale
- L'organisation d'un workshop créatif
- Process et organisation d'un projet à l'international
- La gouvernance d'un projet de transformation à l'international
- Méthode de créativité : Creative Problem Solving (CPS)
- Atelier de créativité : les cartes heuristiques
- Stimuler l'innovation : la méthode KCP
- Atelier de créativité : SCAMPER

Organiser un projet de transformation

- Piloter un projet de transformation digitale
- Piloter un projet de transformation digitale - Déploiement opérationnel
- Piloter un projet de transformation digitale - Les nouvelles méthodologies autour de l'agilité
- Les documents contractuels d'un projet
- Les outils de la gestion de projet
- Créer un plan d'onboarding pour votre projet de transformation digitale
- Le cahier des charges technique : du besoin à la solution technique
- Le cahier des charges fonctionnel : le contexte du projet et ses enjeux
- Le cahier des charges fonctionnel : l'organisation du projet
- Le cahier des charges techniques : budget, délais et suivi

Recruter et piloter les parties prenantes du projet de transformation

- Rôles et responsabilités dans un projet digital
- Cartographier les compétences nécessaires au projet
- Recruter les compétences opérationnelles nécessaires à l'équipe projet digital
- Le chef de projet digital au centre du projet
- Terminer de recruter pour mieux intégrer et développer l'employabilité de ses ressources
- Structurer une équipe projet pour mieux collaborer
- Les règles juridiques de la sous-traitance et l'achat de prestation
- Comprendre et gérer le changement dans ses projets
- Communiquer sur son projet pour développer l'adhésion

Mesurer l'efficacité de son projet

- Quels indicateurs de performances pour mesurer le succès d'une transformation digitale
- Les enquêtes au service de l'amélioration continue
- Les tests et recettes
- La validation du contenu et la clôture du projet
- La clôture d'un projet

Accompagner le changement en interne

- Les spécificités du management en mode projet
- L'analyse du changement
- Les interactions et les humains
- Les évaluations des impacts
- L'identification des processus de résistance

Business Administration (facultatif)

Audit et contrôle de gestion / Performance financière

- Les documents de synthèse
- Les SIG et la CAF du PCG
- Les ratios issus du compte de résultat
- Le bilan fonctionnel
- Les ratios d'exploitation issus du bilan fonctionnel
- Le choix des investissements
- Les différents modes de financement
- Le choix des taux d'actualisation
- La structure financière - Effet de levier
- Le plan de financement
- La démarche générale de l'audit

Droit des affaires

- Le droit pénal spécial des affaires et des sociétés
- Les infractions relatives au contrôle de la société
- La fraude et le blanchiment
- L'entreprise et ses responsabilités

RH : Piloter le développement du capital humain d'une organisation

- Le talent management
- Les compétences et talents
- Les codes de la guerre des talents
- Les outils d'évaluation des compétences
- La mobilité interne
- Favoriser la mobilité
- La promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes
- Le recrutement : process et pratique
- Les questions à se poser avant de recruter
- L'optimisation de sa politique salariale
- Les outils de benchmark pour s'assurer de la meilleure compétitivité en matière de rémunération

Digital : Concevoir un projet de transformation et/ou d'innovation

- La problématique d'innovation ou de transformation
- Orienter le projet d'innovation sur le client final
- La planification d'un projet web
- Le rôle de la note de cadrage
- La rédaction d'un cahier des charges
- Les acteurs et les ressources du projet
- Identifier et sélectionner les prestataires et les fournisseurs adaptés aux besoins du projet
- Le budget digital et les décisions d'investissement
- Calculer la rentabilité d'un projet digital
- L'Executive Summary d'un projet d'innovation

Modalités spécifiques Alternance - Niveau 7 (Bac+5) - Modalité : Alternance

Module Réussir mon alternance (durée estimée : 50h)

- Connaissance de l'alternance, des contrats, engagements réciproques, aides et modalités de suivi
 - Citoyenneté, diversité et santé au travail.
-

Module Réussir ma vie professionnelle (durée estimée : 20h)

- Comprendre les enjeux de l'entreprise pour favoriser mon intégration
 - Démarquez-vous en entreprise
-

Accompagnement et renforcement pédagogique, suivi du Career Center (durée estimée : 54h en moyenne)

- Un live interactif par semaine permettant de répondre aux questions des alternants et informations liées aux aides sociales, à la mobilité

- internationale, au handicap
 - Suivi du CFA : entretiens tripartites pluriannuels
-

Compétences digitales (Accès Studi+)

- Accès à 1 à 2 programme(s) courts(s) dédié(s) aux "digital skills" au choix parmi le catalogue, permettant de se former et s'exercer aux logiciels les plus adaptés à son entreprise
-

Préparation aux examens

- Révisions, méthodologie de préparation aux examens et temps de travail personnel en autonomie (recherche, réflexion, analyse, point entre les acquis en entreprise et ceux acquis en formation, etc.) en lien avec les différents livrables liés aux examens

Métiers visés

- ▼ Responsable de PME
- ▼ Business Coordinateur
- ▼ Manager de transition
- ▼ Directeur de centre de profit
- ▼ Créateur / Créatrice d'entreprise
- ▼ Manager de proximité
- ▼ Business Unit Manager
- ▼ Directeur / Directrice d'agence
- ▼ Gérant(e) d'entreprise
- ▼ Customer Success Manager

Modalités

Formation financée et rémunérée

Les frais de formation sont pris en charge par l'OPCO de votre entreprise et vous recevez un salaire mensuel qui augmente au fur et à mesure de votre formation.

Conditions d'admission :

Pour entrer en formation préparant au Titre visé, le candidat doit :

- Avoir validé un Diplôme ou un Titre de niveau 6 (Bac+3)

OU

- Avoir validé 180 crédits ECTS et justifier d'une expérience professionnelle de 2 ans minimum dans le domaine visé par le Titre

OU

- Via un dossier VAPP retraçant l'expérience professionnelle (validation des acquis professionnels et personnels, sur étude par la direction pédagogique) :

> Avoir validé un Diplôme ou un Titre de niveau 5 (Bac+2) et justifier d'une expérience professionnelle de 36 mois minimum dans le domaine visé par le Titre

> Avoir validé le Baccalauréat ou un Diplôme ou un Titre de niveau 4 et justifier d'une expérience professionnelle de 48 mois minimum dans le domaine visé par le Titre

> Avoir validé un Diplôme ou un Titre de niveau 3 (CAP/BEP) et justifier d'une expérience professionnelle de 72 mois minimum dans le domaine visé par le Titre

Pour toute autre situation, contactez un conseiller en formation qui étudiera votre admissibilité.

Examen :

Mois d'examen : Juin, Décembre

Lieu : En ligne

Le titre s'acquiert par capitalisation des blocs, c'est à dire que pour obtenir le titre, il est nécessaire de valider l'ensemble des blocs le composant et par la réalisation d'un examen final : un oral professionnel.

Les examens certifiants des blocs de compétences se composent d'études de cas et de mises en situation professionnelle liées aux compétences de chaque bloc.

Le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

Bloc Conception de la stratégie globale de sa business unit à partir d'un diagnostic stratégique et opérationnel

- Projet professionnel de 10-15 pages
- Mise en situation, en 4 parties, portant sur une entreprise réelle ou fictive

Bloc Planification, optimisation, gestion du budget et coordination des aspects financiers d'un service et/ou d'une direction

- Mises en situation basées sur une problématique portant sur une entreprise réelle ou fictive

Bloc Promotion d'un produit et/ou service à destination de client interne et/ou externe en France et à l'international

- Mises en situation basées sur une problématique portant sur une entreprise réelle ou fictive

Bloc Accompagnement du développement des individus, des équipes et de l'organisation dans une logique de management de proximité

- Dossier de consulting (audit sur entreprise réelle ou fictive)

Bloc Management de projet de transformation et/ou d'innovation orienté client

- Dossier de consulting (projet de transformation sur entreprise réelle ou fictive)

Certification :

Certification : Titre RNCP "Manager de Business Unit" de ESGCV, niveau 7 enregistré au RNCP sous le numéro 35961 par décision de France compétences du 15/10/2021

Certificateur : ESG CV

Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences

Validation par bloc de compétences :

La certification professionnelle est composée de plusieurs blocs de compétences à acquérir pour l'obtention de la certification professionnelle.

Il est possible de valider un ou plusieurs des blocs de compétences. Chaque bloc peut être acquis individuellement.

La fiche RNCP accessible depuis chaque fiche formation en précise les modalités d'obtention.

Pour toute question concernant les blocs de compétence, contactez votre conseiller en formation.

Un bloc de compétence n'a pas de durée de validité, il est acquis à vie.

Equivalences et passerelles :

Le certificateur n'a identifié aucune équivalence.

Poursuite d'études :

Après avoir obtenu le Titre Manager de Business Unit, il est possible d'intégrer directement le marché du travail.

Accompagnement spécifique alternance :

Un accompagnement renforcé, pensé pour les alternants

Le parcours d'un alternant ne ressemble à aucun autre, c'est pourquoi nous avons mis en place un suivi spécifique, dédié et renforcé pour répondre à ses enjeux particuliers. Dès son entrée chez Studi, chaque alternant réalise un test de positionnement pour évaluer ses acquis et lui proposer, si besoin, un parcours de remise à niveau individualisé. Un onboarding personnalisé, animé par son chargé de suivi, lui permet de découvrir l'ensemble des services et des ressources utiles pour bien démarrer.

Tout au long de sa formation, il bénéficie d'un chargé de suivi alternance dédié, expert de l'alternance, à la fois sur les volets administratifs et pédagogiques. Ce référent s'adapte aux contraintes propres au rythme alterné et reste accessible à tout moment via son agenda en ligne.

Le suivi de l'alternant inclut également :

- des entretiens tripartites réguliers, menés avec le tuteur en entreprise, pour faire le point sur l'acquisition des compétences à l'aide d'une grille d'évaluation partagée ;
- un suivi continu de l'assiduité et de la progression pédagogique, permettant d'intervenir rapidement en cas de besoin, de proposer un coaching personnalisé ou de rebooster la motivation dans les phases de creux ;
- des contenus employabilité dédiés, pour préparer l'insertion professionnelle au-delà de la formation.

Ce dispositif global assure à chaque alternant un cadre solide et bienveillant, propice à sa réussite dans ce double défi que représente la formation en alternance.

Comment se déroule votre parcours en alternance avec Studi ?

Jusqu'à 11 semaines

2

DÉFINITION DU PROJET

Vous constituez votre dossier d'admission

- Vous êtes contacté(e) par un conseiller en formation avec qui vous réalisez un bilan d'orientation.
- Vous finalisez votre dossier d'admission avec son soutien.

4

SAS VERS L'ALTERNANCE*

Vous démarrez gratuitement votre formation

- Vous commencez à vous former de manière intensive jusqu'à ce que vous commenciez vos missions entreprise.
- Vous n'êtes pas rémunéré(e) pendant cette période de formation.
- Vous continuez à bénéficier de notre programme coaching alternance pour trouver votre entreprise d'accueil.

1

DÉFINITION DU PROJET

Vous candidatez

Vous candidatez à l'alternance et faites votre choix parmi une de nos formations en alternance du CAP à Bac+5.

3

PROGRAMME COACHING ALTERNANCE

Vous êtes admis(e)

- Vous profitez de notre programme coaching pour trouver votre entreprise d'accueil (accès à des milliers d'offres d'emploi en d'alternance, suivi de vos candidatures, coaching sur les techniques de recherche d'entreprise...).
- Vous prenez en main la plateforme d'apprentissage en ligne.
- Vous commencez à chercher votre entreprise d'accueil.

5

IMMERSION EN ENTREPRISE ET FORMATION EN ALTERNANCE

Vous démarrez dans votre entreprise d'accueil

- Dès que vous avez trouvé votre entreprise d'accueil, vous débutez votre immersion en entreprise et vous commencez à être rémunéré(e). Vous poursuivez votre formation en alternance selon le planning prévu.
- Votre rythme d'alternance, 4 jours en entreprise / 1 jour en formation est flexible et modulable pour s'adapter parfaitement aux besoins de votre entreprise.
- Dans l'éventualité où vous n'auriez pas trouvé d'entreprise d'accueil, Studi vous apportera un soutien financier pour continuer votre projet (sous conditions d'éligibilité et étude de votre dossier).

*Places limitées. Vérifiez votre éligibilité au "sas vers l'alternance" avec votre conseiller en formation.

La méthode **Studi**

- ✓ **Un suivi tripartite tout au long du parcours**
Vous n'êtes jamais seul : un accompagnement régulier est assuré entre Studi, votre entreprise et vous, grâce à des entretiens tripartites structurés pour suivre l'acquisition de vos compétences. Ce suivi est enrichi d'un accompagnement pédagogique de proximité, avec une réponse sous 48h ouvrées de nos formateurs experts.
- ✓ **Un accompagnement carrière sur-mesure**
Trouver votre entreprise, découvrir les bonnes pratiques en alternance, affiner votre projet professionnel : notre programme coaching vous aide à chaque étape, pour booster votre employabilité dès aujourd'hui et pour demain.
- ✓ **Une pédagogie concrète et immersive**
Parce que l'alternance, c'est du concret, nos formations s'appuient sur une pédagogie active : cas pratiques, mises en situation et contenus immersifs pour développer des compétences directement actionnables en entreprise.
- ✓ **Des ressources accessibles à tout moment**
Votre plateforme de formation est disponible 24h/24, sur web et mobile. Elle vous donne accès à une grande diversité de supports (cours écrits, vidéos à la demande, classes virtuelles, exercices corrigés) et aux licences elles dont vous avez besoin.
- ✓ **Une vraie communauté d'apprentissage**
Vous rejoignez une plateforme collaborative pour échanger, partager, poser vos questions et tisser des liens avec d'autres alternants et formateurs. Parce qu'apprendre, c'est aussi une aventure collective.
- ✓ **Des compétences à 360° avec Studi+**
En parallèle de votre formation principale, vous avez accès à des modules complémentaires pour aller plus loin : IA, outils bureautiques, langues, soft skills... autant d'atouts pour élargir votre profil et faire la différence sur le marché du travail.

Accessibilité handicap : Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à votre disposition via handicap@studi.fr