

Mention Marketing, Vente Parcours Marketing et Ingénierie de la Franchise et des Entreprises en Réseau | MIFER
Droit, Economie, Gestion

Semestre 3

Code UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	Objectifs de l'UE	Responsable
UE MIFER 3.1	F	6	UE Marketing des réseaux de franchise et du commerce organisé			Être capable de définir et mettre en œuvre une stratégie de marque d'enseigne.	S. Bennaghmouch-Maire
			Mutations technologiques, nouveaux comportements des consommateurs entreprises en réseau	12		Maîtriser les grandes composantes de la communication au sein d'un réseau et des points de vente associés	
			Le plan stratégique de développement et les stratégies d'implantation et marketing du point de vente	12		Élaborer un plan marketing stratégique et des actions marketing pour développer et fidéliser le réseau	
			Marketing territorial et marketing du point de vente	12		Mettre en place des actions de communication et de marketing opérationnel afin de se faire connaître auprès de la cible Comprendre les enjeux de l'implantation commerciale Comprendre les nouveaux comportements des consommateurs	
UE MIFER 3.2	F	6	UE Ingénierie et développement des réseaux			Élaborer et évaluer un concept franchisable et pérenne au niveau national et international.	S. Bennaghmouch-Maire
			Création, lancement et stratégie de développement d'un réseau	15		Maîtriser les outils et les méthodes nécessaires pour analyser l'identité d'un concept. Définir le contenu du savoir-faire, les prestations d'assistance et d'accompagnement des franchisés	
			Expérimentation et formulation du savoir faire	15		Identifier le système de développement le plus stratégique Construire le cadre juridique d'exercice de la relation du système contractuel	
			Ingénierie du modèle économique des réseaux	15		Maîtriser les spécificités juridiques des différentes formes de commerce en réseau Appréhender les nouvelles obligations et responsabilités en matière de traitement des données sur le plan juridique	
			Contexte juridique des réseaux et nouvelles obligations et responsabilités des réseaux en matière de traitement des données	8		Concevoir un Business Model de la franchise ; Maîtriser et mettre en œuvre des outils opérationnels relatifs à l'étude de marché en vue du développement d'une activité commerciale ;	
			Internationalisation des réseaux (dimension managériale et juridique)	15		Piloter et organiser les flux logistiques dans les réseaux Appréhender le développement international des réseaux (master franchise et business international dans toutes ses dimensions (juridiques, managériales et organisationnelles)	

Mention Marketing, Vente Parcours Marketing et Ingénierie de la Franchise et des Entreprises en Réseau | MIFER
Droit, Economie, Gestion

UE MIFER 3.3	F	6	UE Management et animation des réseaux			<p>Maitriser les procédures de sélection des franchisés Savoir organiser le développement d'un réseau Manager un réseau d'entrepreneurs indépendants dans ses différentes phases Concevoir les outils de transmission et de contrôle du savoir-faire Développer l'esprit réseau et la cohérence au sein du réseau Réaliser une simulation économique et financière des éléments financiers de la relation (Redevance Initiale Forfaitaires, Redevances d'exploitation, Marge sur produits, Redevance de communication...) Maitriser l'organisation et suivi du budget et du reporting</p>	S. Bennaghmouch-Maire
			Management et animation des réseaux	20			
			RSE et management des réseaux	8			
			Management territorial et réseau	8			
			Création d'entreprise et gestion financière	20			
			Le système contractuel dans le management des réseaux	8			
Contrôle de la performance des systèmes de réseaux	15						
UE MIFER 3.4	M/P	9	UE Etudes et recherche sur les réseaux			<p>Démontrer ses capacités d'analyse, de résolution de problèmes, d'adaptation et de restitution à travers des mises en situation sur une problématique d'entreprise spécifique Produire un travail universitaire alliant richesse documentaire et rigueur scientifique. Traiter et analyser des données qualitatives et quantitatives et en déduire des implications managériales pour des entreprises en réseau</p>	S. Bennaghmouch-Maire
			Etude de cas pluridisciplinaire transversale	25	20		
			Méthodologie de la recherche appliquée aux réseaux	20	20		
			Mémoire				
UE MIFER 3.5	LANSAD	3	UE Langues			Communiquer en anglais dans un environnement professionnel	M. Martin
			Anglais des affaires		21		
TOTAL		30		228	61		

Mention Marketing, Vente Parcours Marketing et Ingénierie de la Franchise et des Entreprises en Réseau | MIFER
Droit, Economie, Gestion

Semestre 4

Code UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	Objectifs de l'UE	Responsable
UE MIFER 4.1	P	30	UE Mission professionnelle Rapport écrit Soutenance orale			Mettre en pratique les différentes connaissances et compétences acquises en relation avec des problématiques de développement et/ou animation d'une entreprise en réseau Développer son employabilité Acquérir et développer ou consolider des compétences professionnelles et en particulier : esprit d'équipe, adaptabilité, sens de l'organisation, créativité, positivité, autonomie, polyvalence)	S. Bennaghmouch-Maire
TOTAL		30					