Titre RNCP Niveau 7 Directeur d'unité opérationnelle

Be ready for a transformative process

Présentation

Publics / conditions d'accès

Start your Executive MBA and Expand your horizons in a world of opportunities!

The Cnam Executive MBA Paris is designed for those aspiring to develop a career or business in an international environment, to widen their professional horizons, and to increase their leadership capacity.

Our study mode provides students with the values of:

- **Consistent and Quality**: 100% courses in English, International Recognition with AMBA's 1 curriculum of 13 core modules, a study track to personalize a professional domain, coaching and networking, study trips and a final project. A balance between Professional and Academic Faculty. Classes of small size, facilitating intensive interactions, as well as the transfer of knowledge and skills.
- **Compatible** with your Full-time Professional Responsibilities: Possibility to complete the curriculum while working full time. 24 months with Blended learning (Face to Face for 1 weekend per month + Online + Autonomous Study)
- **Mentorship**: Different promotions have classes together, allowing for greater interaction and networking opportunities. Diversity and a balanced mix of educational and professional backgrounds, ages and cultures.
- **Accessible**: 2 intakes per year: October or January. Payment in 3 installments per year.
- **Adaptable**: A large selection of elective courses with modular electives & minors on different practical subjects. Possibility to take modular electives for certification.

At Cnam Executive MBA Paris, we expect you to be the designer of your future and therefore we provide you with the freedom to create and customize your own program while working full time, under the following structure:

• The **Core Curriculum** involves 13 core courses providing a solid foundation in essential business skills and competencies;

• Four **Elective Tracks** dedicated to different fields, to enable students to complete the core courses with a specialised component and management approach, include

- Business Unit Management
- Innovation Management
- Luxury & Creative Industry Management (in partnership with ESMOD)

• **"Expand your Horizons"** Seminars and **Coaching and Career Development** Program with personal assessment, professional and personal coaching to facilitate students in the transitional and transformational process of their professional life.

• **Study trips** are a special part of the MBA curriculum with company visits, international exposure and business network, with different destinations from the USA, Romania, France or other countries, depending on the study tracks.

• The **Final Capstone Project** is an individual work that turns theory and reflection into real world action.

Admission procedures:

- Application form in English
- Interview with the MBA program Director and professors
- 2 intakes: October and January

Application Requirements :

- Rolling admission (until places fill up).
- Bachelor's Degree (in any discipline);
- 2 recommendation letters (from professional or academic endorsers);
- 3 years of professional experience;
- Proficiency in English; (TOEFL IBT: 90 | TOEIC: 800 | IELTS: 6.5)

Courses rhythm over the 2 academic years

October to June:

Mis à jour le 16-03-2026

Enregistré au Niveau 7 pour 5 ans. le 27-10-2025

Fin d'accréditation au 27-10-2030

Code : CRN1100A

Titre RNCP Niveau 7

Responsabilité nationale : EPN15 - Stratégies / Jean-Michel RAICOVITCH

Niveau CEC d'entrée requis : Niveau 6 (ex Niveau II)

Niveau CEC de sortie : Niveau 7 (ex Niveau I)

Mention officielle : Enregistré au Niveau 7 pour 5 ans.

Mode d'accès à la certification :

- Validation des Acquis de l'Expérience
- Formation continue
- Contrat de professionnalisation
- Apprentissage

NSF : Domaines du developpement personnel (4) , Sciences économiques et sociales appliquées à l'aménagement et au développement, à l'administration territoriale, au commerce, aux relations sociales et aux ressources humaines, aux finances (120g) , Développement des capacités individuelles d'organisation (414z)

Métiers (ROME) :

Code répertoire : RNCP41462

Code CertifInfo : 78878

Contact national :

EPN15 Stratégie IIM - MBA
2 rue Conté
75003 Paris
01 40 27 26 36
Emmanuelle Rochefort
emmanuelle.rochefort@lecnam.net

- 2 to 3 online sessions from 7:00 to 8:30 pm every week
- 2,5 days of onsite sessions per month (Thursday night, Friday and Saturday all day)

July to August:

- 1 week at Bucharest Business School, Bucharest, Romania
- 1 week at UC Berkeley, San Francisco, USA

Titulaires d'un diplôme Bachelor ou équivalent (Bac+4) ayant une expérience professionnelle de 3 ans minimum. Les candidats détenteurs d'une licence (Bac+3) peuvent postuler s'ils justifient d'une expérience professionnelle significative à un niveau cadre via la Validation des Acquis Professionnels (VAPP).

Condition d'accès supplémentaire :
- Maîtrise de la langue anglaise attestée par la certification TOEFL iBT 90, TOEIC 800 ou IELTS 6.5.
- 2 lettres de recommandation (employeurs, supérieurs hiérarchiques, relations professionnelles...)

Procédure d'admission :
Commission de sélection après examen du dossier de candidature et entretien.

Objectifs

The objectives of the MBA are to:

Acquire or consolidate fundamental and practical knowledge in all the management fields as well as in the underlying scientific domains;

Understand and anticipate the major stakes of the business environment including the management of complex issues related to ethics and corporate social responsibility;

Improve curiosity, critical thinking, intellectual autonomy and leadership;

Increase critical spirit and autonomy;

Increase readiness to face permanent changes;

Develop entrepreneurial spirit.

The MBA Manager provides experienced professionals with the opportunity to:

- Develop a 360° perspective of the company in a global context;
- Strengthen the skills and expertise required for managerial responsibilities;
- Develop cross-functional and strategic competencies;
- Foster an entrepreneurial mindset.

Modalités de validation

Students must obtain at least 63 credits required in the curriculum, including
- 13 core courses,
- one study track of 5 elective courses,
- Career Management and Coaching
- Expand Your Horizons seminars
- 2 study trips (UC Berkeley, Bucharest Business School etc.)
- Final Capstone Project.

Toutes les US et UA doivent être validées.

Compétences

The Cnam Executive MBA offers a transformative and unforgettable journey, combining rigorous and engaging coursework with study trips across France, Europe, and the USA. The experience is further enriched by conferences, guest speakers, and interactive business simulations.

The Cnam MBA is not just about attending classes; sterile lecturing is not our approach. It's about fulfilling your calling. Our primary objective at Cnam MBA is to help you define your project and reach your potential to the fullest, so that you can pursue your career aspirations with confidence. The Cnam MBA is to help you acquiring or consolidating fundamental and practical knowledge in all the management fields as well as understanding and anticipating the major stakes of the complex and changing business environment.

We provide coaching, constant challenges and numerous opportunities for both personal and professional growth. This is what inspires us. This is our **CREDO**.

- **CREATE** your personal development plan
- **REACH** new professional horizons
- **ENGAGE** in enriching interactions

- **DEVELOP** valuable best practices
- **OWN** your learning

- Analyze the political, economic, social, technological, environmental, and legal context
- Identify opportunities for business creation or entrepreneurial development
- Define the company's identity, values, vision, and strategic ambition
- Develop a strategic analysis of the company
- Define the means to be implemented to achieve strategic objectives
- Propose changes and lead transformation
- Define and organize a project
- Organize and plan operations
- Develop a quality policy
- Ensure the adequacy and performance of information systems (IS)
- Supervise implementation
- Diagnose the company's financial situation and its environment
- Ensure development resources and allocate them efficiently
- Analyze the market
- Foster innovation
- Choose marketing positioning
- Establish, implement, and monitor a marketing plan
- Contribute to defining the human resources policy
- Manage individuals and teams
- Handle conflicts
- Manage cultural and ethical challenges in people and organizational management

Enseignements

Corporate Strategy	US171S
Organization Behavior	US171T
Business Statistics	US171U
Management Information Systems	US171V
Operations Management	US171W
Business Law and Ethics	US171X
Economics	US171Y
Financial Accounting	US171Z
Management Accounting	US1720
Corporate Finance	US1721
Marketing Management and International Perspectives	US1722
Negotiation	US1723
Human Resource Management	US1724

Parcours Mode ↓		Parcours Business unit Management ↓		Parcours Innovation Management ↓	
The Fashion Luxury Market	USII14	Team Dynamics & Communication	USII2B	How to Turn Ideas into Successful Start-ups	USII1D
The Creative Process Management	USII15	Cost and Time Management	USII29	Corporate Entrepreneurship	USII1E
The Essence of a Luxury Product	USII16	Leadership and Change	USII1E	Marketing of Innovations	USII1F
Marketing Luxury Customer Experience	USII17	Project Management for Managers	USII1G	Strategic Innovation Management	USII1F
Experiencing Fashion	USII18	Risk Management	USII1Y	Digital Transformation	USII1Z

Guest lecture - Expand Your Horizons	US172B
Career Development and Coaching	USII26
Study trips	UAII02
Capstone Final Project	UAII03

Blocs de compétences

Code, N° et intitulé du bloc	Liste de compétences
CRN11B10 RNCP41462BC01 Piloter les orientations stratégiques de développement de l'unité opérationnelle (une entreprise ou une entité de l'entreprise)	Superviser l'analyse stratégique des marchés et des parties prenantes en mobilisant des techniques avancées d'études documentaires, qualitatives et quantitatives et en mobilisant les ressources humaines internes et externes, afin d'identifier les opportunités et les menaces. Réaliser un diagnostic stratégique de l'unité ou de l'entreprise en utilisant des matrices d'analyse et des outils décisionnels, afin d'extraire les leviers stratégiques internes et externes à l'unité mobilisables. Définir les orientations stratégiques et les axes de développement de l'unité opérationnelle en tenant compte de la vision globale de l'entreprise et des enjeux en matière de RSE afin de répondre efficacement et durablement aux besoins du marché et des parties prenantes. Allouer les moyens nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie en élaborant des plans d'action détaillés en termes de ressources humaines, financières, matérielles et technologiques, afin d'atteindre les objectifs économiques, organisationnels et sociaux de l'unité ou de l'entreprise concernée. Ajuster la stratégie en fonction des évolutions du contexte en mobilisant des outils de suivi et de conduite du changement, afin d'assurer une adaptation continue et efficace des orientations stratégiques.
CRN11B20 RNCP41462BC02 Conduire des projets au sein de l'unité opérationnelle	Élaborer un projet d'envergure en intégrant les objectifs de coût, de délai et de qualité, afin de répondre aux attentes des parties prenantes et d'aligner les résultats sur les priorités stratégiques. Structurer la planification des opérations du projet en mobilisant des outils reconnus dans les standards internationaux de gestion de projet, afin de garantir l'efficience, la coordination et la faisabilité des activités au sein de l'unité opérationnelle ou de l'entreprise concernée. Structurer des relations avec les partenaires et parties prenantes clés en définissant des cadres de collaboration adaptés, en formalisant des accords et en mettant en place des mécanismes de suivi, afin d'assurer une coopération efficace tout au long du projet. Organiser l'intégration des systèmes d'information dans les processus opérationnels en concevant un schéma directeur aligné sur les objectifs stratégiques, afin d'améliorer la performance globale et de soutenir l'innovation dans les opérations. Piloter un programme global de management de la qualité en s'appuyant sur des démarches d'audit, des analyses de risques et des recommandations opérationnelles, afin de garantir une satisfaction optimale des clients tout en respectant les normes de qualité. Renforcer l'efficacité des opérations en suivant des indicateurs stratégiques et en proposant des actions correctives adaptées aux éventuels dysfonctionnements, afin de garantir leur alignement avec les objectifs et d'optimiser les résultats.
CRN11B30 RNCP41462BC03 Gérer et développer des ressources humaines au sein de l'organisation (Gérer les ressources humaines au sein de l'unité opérationnelle)	• Définir la structure organisationnelle de l'entreprise en vue d'établir des fonctions clairement établies à l'aide des outils de modélisation des organigrammes et fonctions • Évaluer le développement quantitatif et qualitatif des ressources humaines en vue de pourvoir aux besoins présents et futurs de l'organisation à l'aide des outils de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences • Déterminer la politique de rémunération de l'entreprise en vue de faciliter la motivation des employés, de permettre les évolutions de poste et de carrière et de rester compétitif par rapport au marché de l'emploi à l'aide des enquêtes externes et grilles salariales • Manager les personnes et les équipes en vue de garantir le climat social dans l'organisation et favoriser la motivation des équipes à l'aide du processus d'entretiens individuels • Résoudre les conflits sociaux de l'entreprise en s'appuyant sur une connaissance des mécanismes et biais entrant dans l'émergence d'un conflit dans le cadre du travail, et à l'aide de techniques de négociation • Intégrer dans sa démarche managériale les enjeux culturels et éthiques du management des individus et des organisations en vue d'établir une politique de responsabilité sociale au sein de son organisation à l'aide d'une politique d'inclusion et de diversité

Code, N° et intitulé du bloc	Liste de compétences
CRN11B40 RNCP41462BC04 Piloter les finances de l'unité opérationnelle	Réaliser un diagnostic financier global et argumenté en analysant les principaux états financiers issus de la liasse fiscale et en mobilisant des ratios pertinents, afin de fournir une synthèse claire et exploitable de la situation financière de l'unité opérationnelle ou de l'entreprise concernée. Évaluer la faisabilité et la rentabilité des projets stratégiques (internes ou externes à l'unité) en utilisant des données financières, des analyses de sensibilité et en intégrant les contraintes opérationnelles, afin d'orienter les choix d'allocation des budgets vers les objectifs stratégiques de l'organisation. Concevoir des prévisions financières stratégiques et opérationnelles en élaborant des tableaux de gestion prévisionnelle (activité, bilan, trésorerie), afin d'anticiper les besoins financiers futurs et de soutenir les orientations stratégiques. Mettre en place un processus de reporting financier performant en tenant compte des besoins des parties prenantes internes et externes, afin de garantir la fiabilité et la pertinence des informations pour une prise de décision éclairée. Assurer une communication financière transparente avec les parties prenantes clés (banques, actionnaires, communauté financière) en structurant des données financières complètes et conformes aux réglementations en vigueur, afin de renforcer la confiance des parties prenantes envers l'unité opérationnelle.
CRN11B50 RNCP41462BC05 Développer la performance commerciale et la relation client	Élaborer une stratégie commerciale et marketing en structurant une offre de produits et services adaptée aux besoins des clients et en intégrant des outils d'analyse de marché, afin d'optimiser le positionnement de l'unité opérationnelle et d'accroître son chiffre d'affaires. Piloter des initiatives d'innovation produit ou service en intégrant les tendances du marché et les attentes clients, afin de renforcer la différenciation concurrentielle et de développer de nouveaux segments de marché. Conduire une stratégie de satisfaction et fidélisation client en intégrant des indicateurs de performance et des outils de gestion de la relation client (CRM), afin d'optimiser l'expérience client et de maximiser la rétention. Concevoir une stratégie de communication et marketing digital en mobilisant les canaux numériques et les outils d'analyse de performance, afin d'accroître la notoriété et l'engagement des clients. Anticiper une crise médiatique en structurant un plan de communication de crise et en mobilisant les outils de gestion de l'e-réputation, afin de protéger l'image de l'unité opérationnelle et d'en minimiser l'impact.