

Partager



Email destinataire :

Vous devez renseigner un email valide

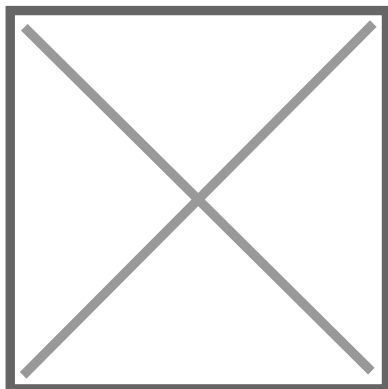
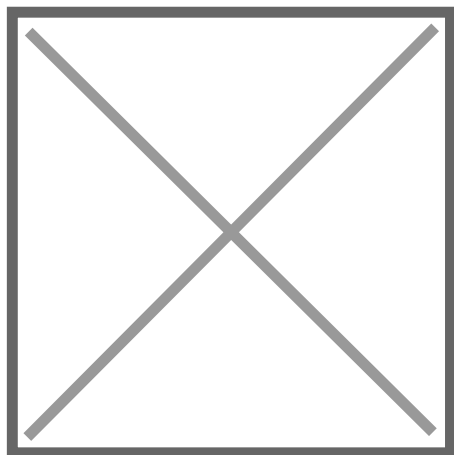
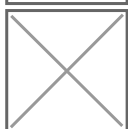
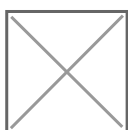
Envoyer

Une erreur est survenue. Merci de réessayer ultérieurement

Le mail de partage a bien été envoyé.

Ajouter au comparateur

M2 Management Stratégique des Achats et Relations Fournisseurs (MSA)



Master

Mention Gestion de production, logistique, achats

Régime(s) d'inscription

Contrat de professionnalisation Formation en apprentissage Formation continue

Langue(s) d'enseignement

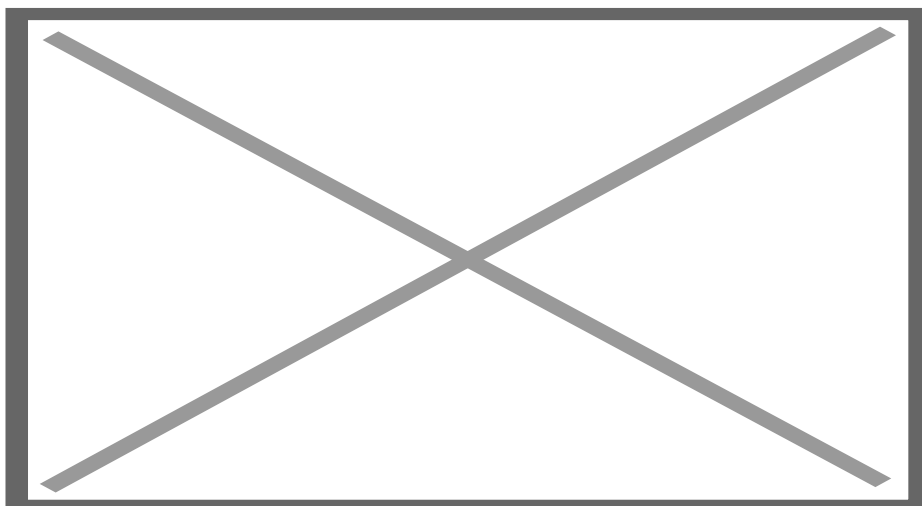
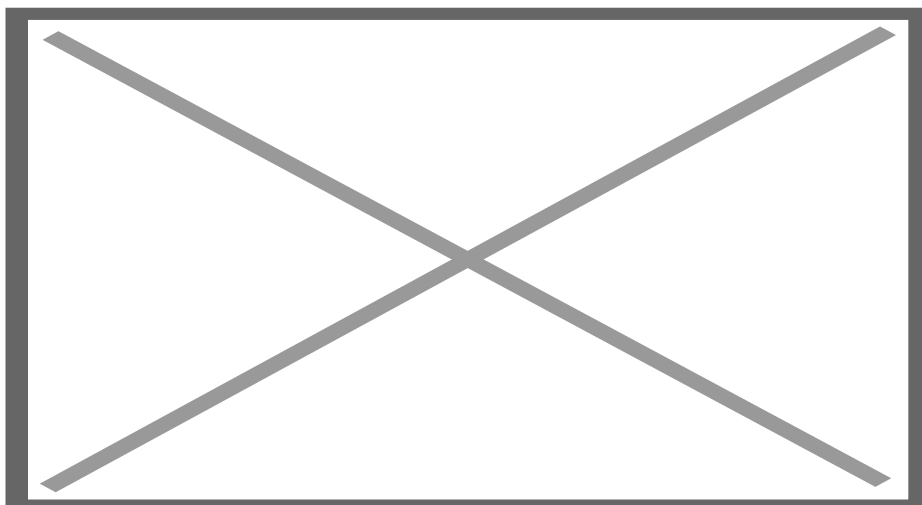
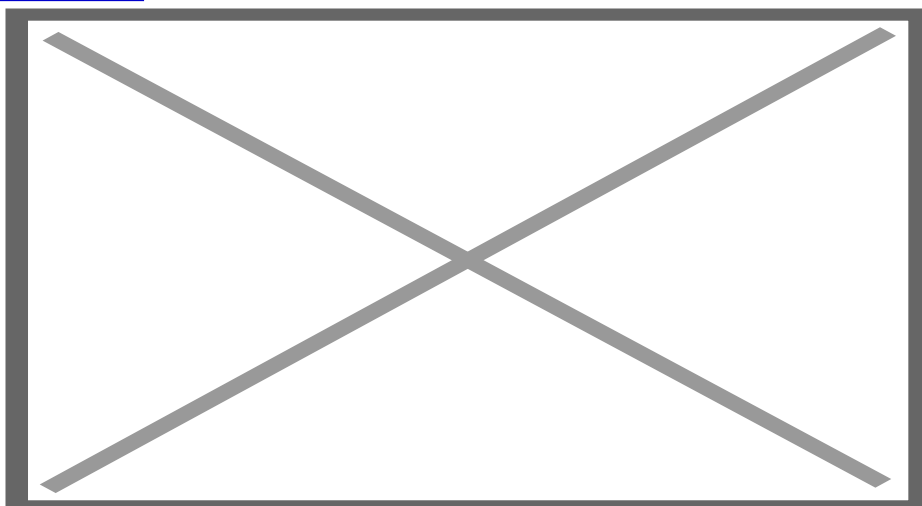
Français

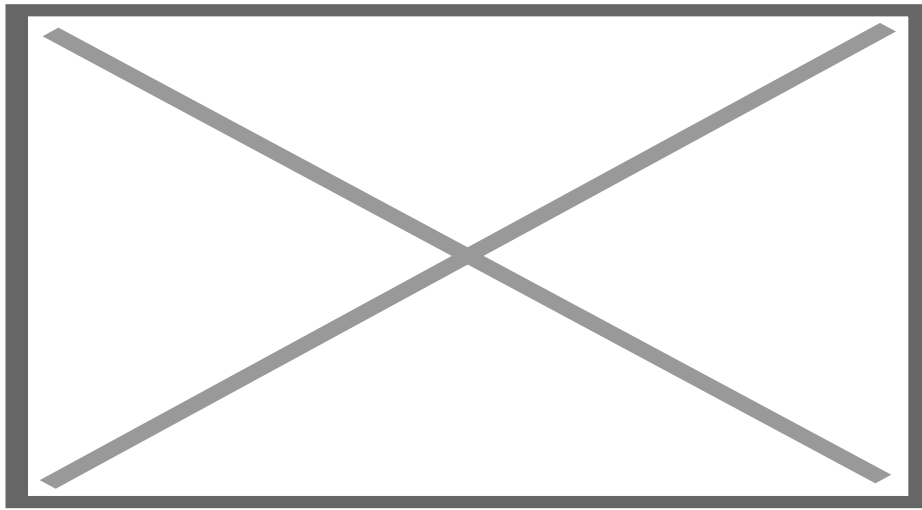
<https://www.universite-paris-saclay.fr/formation/master/gestion-de-production-logistique-achats/m2-management-des-achats-et-de-la-qualite-fournisseurs>

La formation est organisée en alternance ce qui permet aux étudiants de mener une mission opérationnelle dans le champ de la gestion des achats, de la relation avec les fournisseurs, la gestion de la qualité ou la logistique, tout en faisant l'acquisition de connaissances académiques et méthodologiques.

[Télécharger la fiche détaillée](#)

[Je candidate](#)





■ ■

Informations

- [Présentation](#)
- [Admission](#)
- [Programme](#)

Présentation

Compétences

- Formuler une stratégie de développement et savoir se situer dans une stratégie globale d'entreprise : fixer des objectifs, définir les moyens, coordonner ou participer à la mise en œuvre, etc.
- Formuler une stratégie Achat et en élaborer les différentes dimensions : assurer la veille concurrentielle et réglementaire, définir la politique de sourcing, gérer le portefeuille fournisseurs, gérer les relations fournisseurs, définir des indicateurs de performance, etc.
- Choisir et déployer les démarches et outils de la gestion de la qualité en rapport avec les fournisseurs et les partenaires externes de l'entreprise (définir les indicateurs qualité, respecter les normes, élaborer une démarche d'audit, conduire des démarches de certification, etc.).
- Piloter un centre de profit en lien avec la fonction Achat : gérer un budget, contrôler et mesurer la performance, estimer les impacts financiers ; auditer, analyser et évaluer les risques inhérents aux achats.
- Définir et conduire un projet de changement au sein d'une organisation : élaborer les plans de management de projet, coordonner la mise en œuvre des axes du projet, gérer les transformations, élaborer des plans de communication, animer et fédérer les équipes, gérer les relations avec les donneurs d'ordre, etc.
- Animer une équipe (dimensions organisationnelles et humaines) notamment dans un contexte international et être capable de s'intégrer et/ou d'impulser une démarche collective : développer le relationnel et leadership, fixer des objectifs, motiver les collaborateurs, gérer les conflits, évaluer les collaborateurs, etc.

Objectifs pédagogiques de la formation

Cette formation vise à former des managers capables de résoudre les problématiques managériales liées à la chaîne d'approvisionnement des organisations publiques ou privées. La formation prépare les étudiants aux métiers désormais fortement internationalisés de la fonction Achats et Supply Chain apte à prendre à très court terme des responsabilités managériales opérationnelles et plus tard stratégiques au sein d'un service Achats et/ou d'un service d'approvisionnement. Cette formation, proposée par la voie de l'apprentissage, est donc destinée à des étudiants souhaitant exercer des responsabilités de haut niveau dans des organisations privées et publiques soucieuses de se développer à l'international en profitant des opportunités offertes par la globalisation des marchés

Agenda

Début de la formation (date indicative)

21/09/2026

Fin de la formation (date indicative)

28/09/2027

Admission

Capacité d'accueil

Places

30

Public visé et prérequis

Avoir validé un m& dans le domaine de la gestion, du management, des achats ou du commerce international

Avoir acquis l'expertise pratique et théorique des disciplines cœur du M2 au sein du master pré-requis

Avoir un projet personnel et professionnel cohérent avec la formation

Avoir fait un ou plusieurs stages / alternance pour des missions en lien avec la formation

Avoir des compétences méthodologiques, argumentatives et rédactionnelles

Faire preuve de dynamisme, de curiosité intellectuelle et d'autonomie

Avoir un goût pour la recherche et la démarche scientifique

Faire preuve d'ouverture d'esprit avec des centres d'intérêt variés

Période(s) de candidature

Plateforme Inception

Du 30/01/2026 au 30/05/2026

Pièces justificatives

Obligatoires

Copie pièce d'identité.

Justificatifs (TOEFL, TOIC, attestation d'un enseignant...) d'un niveau d'une langue étrangère.

Niveau B1 (ou équivalent) en anglais, idéalement sous la forme d'un score à un test (TOEIC, Cambridge, TOEFL, IELTS, BULATS, London Test of English, Cambridge, etc.), ou d'une attestation de votre enseignant d'anglais ou de résultats d'un test de niveau.

Lettre de motivation.

La lettre de motivation doit présenter clairement le projet professionnel du candidat

Tous les relevés de notes des années/semestres validés depuis le BAC à la date de la candidature.

Incluant le relevé de notes du premier semestre de l'année en cours (Master 1 ou équivalent), éventuellement Master 2 ou équivalent)

Curriculum Vitae.

Facultatifs

Score IAE-Message.

Le parcours étant opéré par l'ISM-IAE de Versailles St-Quentin-en-Yvelines, le test Score IAE-Message est recommandé. Informations disponibles sur : <https://www.iae-message.fr/>

Dossier VAPP (obligatoire pour toutes les personnes demandant une validation des acquis pour accéder à la formation) <https://www.universite-paris-saclay.fr/formation/formation-continue/validation-des-acquis-de-lexperience>.

Fiche de choix de M2 (obligatoire pour les candidats inscrits en M1 à l'Université Paris-Saclay) à télécharger sur <https://urlz.fr/i3Lo>.

Document justificatif des candidats exilés ayant un statut de réfugié, protection subsidiaire ou protection temporaire en France ou à l'étranger (facultatif mais recommandé, un seul document à fournir) :

- Carte de séjour mention réfugié du pays du premier asile
- OU récépissé mention réfugié du pays du premier asile
- OU document du Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés reconnaissant le statut de réfugié
- OU récépissé mention réfugié délivré en France
- OU carte de séjour avec mention réfugié délivré en France
- OU document faisant état du statut de bénéficiaire de la protection subsidiaire en France ou à l'étranger.

Programme

Bloc 1 - S'approprier les fondamentaux du management

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 3 - Management du changement	2	Annualisé	20								

UE 3 - Management du changement

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissance en théories des organisations
- Connaissances en management des organisations et en management des équipes

Programme / plan / contenus

Ce module traite des dynamiques humaines, organisationnelles et culturelles associées au changement. Les étudiants apprennent à comprendre les résistances, à mobiliser les équipes et à piloter des transformations cohérentes avec les objectifs stratégiques.

Contenu pédagogique :

- Théories et modèles du changement ;
- Diagnostic du changement et analyse des résistances ;
- Communication et leadership transformationnel ;
- Gestion des talents et engagement dans le changement ;

Objectifs d'apprentissage

- Analyser les dynamiques du changement organisationnel ;
- Mettre en œuvre une stratégie de conduite du changement adaptée ;
- Développer des capacités de leadership et de communication managériale.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'étude de cas et de travaux collectifs (cas pratiques de conduite du changement dans les achats et la supply chain).

Compétences

l'issue de ce module, les étudiants doivent être capables de :

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 2 - Management de l'innovation et achats	2	Annualisé	20								

UE 2 - Management de l'innovation et achats

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissance en management des achats

Programme / plan / contenus

Ce module explore les processus d'innovation dans la chaîne de valeur, notamment à travers les partenariats fournisseurs. Il met l'accent sur la co-innovation, la veille technologique et les nouveaux modèles de collaboration pour stimuler la compétitivité.

Contenu pédagogique :

- Théories et processus de l'innovation ;
- Innovation ouverte et collaborative ;
- Rôle des achats dans la stratégie d'innovation ;
- Gestion des partenariats et écosystèmes d'innovation ;
- Mesure et pilotage de la performance innovation.

Objectifs d'apprentissage

- Identifier et mobiliser les leviers d'innovation dans la fonction achats ;
- Développer une approche partenariale et collaborative de la création de valeur ;
- Intégrer l'innovation comme vecteur de performance globale.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'étude de cas et de travaux collectifs.

Les étudiants doivent préparer un dossier sur une stratégie d'innovation en lien avec une collaboration fournisseur.

Compétences

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 1 - Management stratégique et RSE	2	Annualisé	20								

UE 1 - Management stratégique et RSE

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissances en diagnostic stratégique et en management des organisations
- Capacité d'analyse, capacité de synthèse et de prise de recul critique.

Programme / plan / contenus

Ce module aborde les fondements de la stratégie d'entreprise appliquée au management des achats et à la relation fournisseurs, en intégrant les dimensions éthiques, sociétales et environnementales (RSE).

Les étudiants apprennent à concevoir et piloter des stratégies cohérentes avec les enjeux de durabilité et de compétitivité.

Contenu pédagogique :

- Fondements et niveaux de la stratégie et analyse stratégique ;
- Stratégie d'achats et création de valeur partagée ;
- Gouvernance, éthique et responsabilité sociale ;
- Évaluation et reporting RSE.

Objectifs d'apprentissage

- Développer une analyse stratégique intégrée des activités achats ;
- Identifier les leviers de performance durable ;
- Formuler des stratégies prenant en compte les enjeux éthiques et sociétaux.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le cours est basé sur de nombreux exemples et des études de cas. Les étudiants réalisent une analyse de la stratégie d'une entreprise en lien avec une controverse sociétale tirée de l'actualité.

Compétences

Bloc 2 - Maîtriser les démarches et les techniques d'achat

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 7 - Achats sectoriels (IT, services, MP...)	4	Annualisé	35								

UE 7 - Achats sectoriels (IT, services, MP...)

ECTS : 4

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 35

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissance en management des achats

Programme / plan / contenus

Ce module propose une approche différenciée des pratiques achats selon les secteurs d'activité. Il vise à développer la capacité d'adaptation des étudiants face à la diversité des produits, des marchés et des fournisseurs.

Contenu du module :

- Spécificités sectorielles : IT, services, énergie, matières premières, sous-traitance ;
- Achats de prestations intellectuelles et de conseil ;
- Gestion de la dépendance fournisseurs et stratégies de sourcing ;
- Évaluation des performances et risques spécifiques par secteur ;
- Innovations et digitalisation dans les filières achats.

Objectifs d'apprentissage

- Identifier les caractéristiques et contraintes des différents types d'achats ;
- Maîtriser les méthodes et outils d'achats selon les spécificités sectorielles ;

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'études de cas et de travaux collectifs.

Compétences

- Analyser les besoins et les marchés selon les secteurs ;
- Déployer des stratégies d'achats adaptées à chaque domaine ;
- Intégrer la dimension innovation et durabilité dans

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
<u>UE 6 - Achats projets</u>	2	Annualisé	20								

UE 6 - Achats projets

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissance en management des achats

Programme / plan / contenus

Ce module s'intéresse aux achats dans le cadre de projets complexes, qu'ils soient industriels, technologiques ou de services.

Il met l'accent sur la coordination entre la fonction achats et la gestion de projet, la maîtrise des coûts et des délais, ainsi que la collaboration interdisciplinaire.

Contenu du module :

- Planification et intégration des achats dans le projet ;
- Contractualisation et suivi des fournisseurs dans un contexte projet ;
- Gestion des risques et performance fournisseurs ;
- Méthodes agiles et pilotage collaboratif.

Objectifs d'apprentissage

- Comprendre la spécificité des achats en mode projet ;
- Savoir planifier, piloter et suivre les achats dans le cadre d'un projet complexe ;
- Développer une approche collaborative et intégrée.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'études de cas et de travaux collectifs qui donnent lieu à une soutenance orale.

Compétences

- Intégrer la fonction achats dans une démarche projet ;
- Assurer la coordination entre équipes internes et partenaires externes ;

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 5 - Achats publics	2	Annualisé	20								

UE 5 - Achats publics

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissances en management des achats

Programme / plan / contenus

Ce module vise à familiariser les étudiants avec les spécificités juridiques, économiques et éthiques des achats publics. Il aborde les cadres réglementaires, les procédures de passation des marchés et les obligations de transparence et de responsabilité.

Contenu du module :

- Cadre réglementaire : Code de la commande publique ;
- Principes fondamentaux (égalité de traitement, liberté d'accès, transparence) ;
- Procédures de consultation (MAPA, appel d'offres, dialogue compétitif, etc.) ;
- Rédaction des pièces contractuelles
- Exécution, contrôle et évaluation des marchés publics.

Objectifs d'apprentissage

- Comprendre les logiques et contraintes du droit de la commande publique ;
- Maîtriser les étapes d'un processus d'achat public ;
- Identifier les leviers d'efficacité et de sécurisation des achats publics.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'études de cas et de travaux collectifs.

Compétences

- Appliquer les règles juridiques de la commande publique ;
- Construire et piloter un marché public conforme et

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 4 - Elaboration des stratégies achats	2	Annualisé	20								

UE 4 - Elaboration des stratégies achats

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissances en management stratégique

Programme / plan / contenus

Ce module pose les bases de la réflexion stratégique en achats. Il s'agit d'apprendre à concevoir une stratégie achats intégrée, cohérente avec les objectifs économiques, techniques et RSE de l'entreprise, tout en prenant en compte les risques et opportunités du marché fournisseurs.

Contenu du module :

- Processus et niveaux de la stratégie achats ;
- Analyse des besoins et segmentation des portefeuilles achats ;
- Analyse du marché fournisseurs et veille stratégique ;
- Construction d'un plan stratégique achats ;
- Indicateurs de performance et pilotage de la valeur achats.

Objectifs d'apprentissage

- Comprendre les enjeux et logiques stratégiques de la fonction achats ;
- Savoir structurer un diagnostic et formuler une stratégie adaptée ;
- Appliquer une démarche d'analyse et de segmentation performante.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'études de cas et de travaux collectifs. Un dossier collectif sur une stratégie d'achat est préparé et donne lieu à soutenance orale.

Compétences

Bloc 3 - Organiser la fonction Achat

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 11 - Ethique, achats durables et développement soutenable	2	Annualisé	20								

UE 11 - Ethique, achats durables et développement soutenable

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissances en management des achats

Programme / plan / contenus

Ce module place la fonction achats au cœur des enjeux de développement durable, de responsabilité sociétale et d'éthique professionnelle.

Il vise à former des acheteurs capables de concevoir et mettre en œuvre des politiques d'achats responsables intégrant des critères sociaux, environnementaux et économiques.

Contenu :

- Principes et normes de la RSE (ISO 26000, Pacte mondial, Agenda 2030) ;
- Achats responsables : définitions, pratiques et indicateurs ;
- Éthique et conformité dans les relations fournisseurs ;
- Évaluation et audit RSE des fournisseurs ;
- Intégration des objectifs de développement durable (ODD) dans la politique achats ;
- Dilemmes éthiques et gestion des risques réputationnels.

Objectifs d'apprentissage

- Comprendre les enjeux et référentiels des achats responsables ;
- Savoir élaborer une politique achats durable ;
- Identifier et gérer les risques éthiques et environnementaux dans les relations fournisseurs.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'études de cas et de travaux collectifs. Une présentation orale des

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 10 - Digitalisation de la fonction Achats et IA	2	Annualisé	20								

UE 10 - Digitalisation de la fonction Achats et IA

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissances en management des achats

Programme / plan / contenus

Ce module explore la transformation digitale de la fonction achats, ses enjeux et ses impacts sur les processus, les compétences et les modèles organisationnels. Il présente les solutions technologiques (ERP, SRM, e-procurement, IA, data analytics) qui modifient plus ou moins radicalement la gestion des achats et la relation fournisseurs.

Contenu du module :

- Panorama des outils digitaux pour les achats (ERP, SRM, P2P, e-sourcing, e-invoicing) ;
- Automatisation des processus et dématérialisation des transactions ;
- Big data et analyse prédictive appliquée aux achats ;
- L'intelligence artificielle et l'aide à la décision achats ;
- Cybersécurité, RGPD et gouvernance des données achats ;
- Impacts sur les métiers, les compétences et l'organisation achats.

Objectifs d'apprentissage

- Comprendre les enjeux de la digitalisation et de l'IA dans la fonction achats
- Identifier les solutions technologiques adaptées aux besoins de l'entreprise
- Savoir piloter un projet de digitalisation achats

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'études de cas et de travaux collectifs

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
<u>UE 9 - Pilotage de la performance Achat</u>	2	Annualisé	20								

UE 9 - Pilotage de la performance Achat

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissance en management des achats

Programme / plan / contenus

Ce module forme les étudiants aux outils et méthodes permettant de mesurer, analyser et piloter la performance de la fonction achats.

Il met l'accent sur la construction d'indicateurs pertinents (KPI), le pilotage de la valeur et la contribution stratégique de la fonction à la performance globale de l'entreprise.

Contenu :

- Définition et typologie des performances achats : économique, qualitative, RSE, relationnelle ;
- Tableaux de bord et indicateurs clés de performance (KPI) ;
- Méthodes d'évaluation de la performance fournisseurs ;
- Mesure du coût total de possession (TCO) et de la création de valeur ;
- Benchmarks, audits et reporting achats ;
- Pilotage de la performance collective (équipes et projets).

Objectifs d'apprentissage

- Savoir définir et mettre en œuvre une démarche de pilotage de la performance achats ;
- Identifier les indicateurs pertinents selon les enjeux de l'entreprise ;
- Utiliser les outils de mesure et d'analyse pour orienter la stratégie achats.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'études de cas

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 8 - Organisation de la fonction Achat	2	Annualisé	20								

UE 8 - Organisation de la fonction Achat

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissances en management des achats

Programme / plan / contenus

Ce module aborde la structuration de la fonction achats dans l'entreprise, ses rôles, ses missions et ses interactions avec les autres directions (finance, production, R&D, supply chain, etc.).

Il permet aux étudiants de comprendre les différents modèles organisationnels (centralisé, décentralisé, matriciel) et d'en maîtriser les enjeux en termes de performance, de coordination et de gouvernance.

Contenu :

- Rôle et périmètre de la fonction achats dans l'entreprise ;
- Typologies d'organisation (centralisation, décentralisation, modèles hybrides) ;
- Gouvernance et positionnement hiérarchique ;
- Processus et procédures achats : cartographie, formalisation, contrôle interne ;
- Gestion des compétences et management des équipes achats ;
- Relations interservices et coordination transversale.

Objectifs d'apprentissage

- Comprendre la place stratégique et opérationnelle de la fonction achats ;
- Identifier les modèles organisationnels adaptés aux différents contextes ;
- Savoir formaliser un processus achats efficace et conforme aux bonnes pratiques.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports théoriques et conceptuels, et de séquences d'études de cas

Bloc 4 - Gérer les relations avec les fournisseurs

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 13 - Démarches et outils de l'audit fournisseurs	2	Annualisé	20								

UE 13 - Démarches et outils de l'audit fournisseurs

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Programme / plan / contenus

Ce module aborde les méthodes, outils et pratiques d'audit des fournisseurs, dans une perspective de maîtrise des risques, d'amélioration continue et de conformité.

L'audit fournisseur représente un outil stratégique de sécurisation et de développement durable des partenariats.

Contenu du module

- Introduction à l'audit fournisseurs : définitions, enjeux, typologies ;
- Cadre réglementaire et normatif ;
- Processus d'audit : préparation, déroulement, rapport et suivi ;
- Construction des grilles d'évaluation et d'indicateurs ;
- Audits qualité, logistique, financiers, environnementaux et sociaux ;
- Audit RSE et évaluation de la conformité éthique ;
- Gestion des non-conformités et plan d'action correctif.
- Digitalisation et automatisation du processus d'audit.

Objectifs d'apprentissage

- Comprendre les finalités et les méthodes de l'audit fournisseurs ;
- Savoir planifier, conduire et formaliser un audit complet ;
- Identifier les risques et proposer des plans d'action d'amélioration continue ;
- Utiliser les référentiels et normes d'évaluation adaptés au contexte achats.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module est organisé autour de séquences d'apports

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 12 - Supplier Relationship Management	2	Annualisé	20								

UE 12 - Supplier Relationship Management

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissances en management des achats

Programme / plan / contenus

Ce module a pour objectif de former les étudiants à la gestion stratégique et opérationnelle des relations fournisseurs.

Le Supplier Relationship Management (SRM) est un levier clé de performance et d'innovation, permettant de renforcer la collaboration avec les partenaires stratégiques et de réduire les risques dans la chaîne d'approvisionnement.

Les étudiants apprendront à identifier les typologies de fournisseurs, à élaborer des stratégies relationnelles différenciées et à déployer des outils numériques facilitant la gestion et le suivi des relations à long terme.

Contenu du module :

- Fondements du SRM : concepts, enjeux et positionnement dans la stratégie achats ;
- Segmentation et classification du portefeuille fournisseurs ;
- Gouvernance de la relation fournisseur : rôles, responsabilités, processus ;
- Pilotage de la performance fournisseur ;
- Collaboration et co-innovation : développement conjoint, transfert de savoir-faire ;
- Gestion des risques fournisseurs ;
- Bonnes pratiques de partenariat et gestion des conflits.

Objectifs d'apprentissage

- Comprendre la place du SRM dans la stratégie achats et supply chain ;
- Savoir segmenter et prioriser les fournisseurs selon leur valeur stratégique ;
- Développer une gestion relationnelle équilibrée et

Bloc 5 - Maitriser les compétences linguistiques

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 14 - Anglais des achats -1	2	Annualisé		20							

UE 14 - Anglais des achats -1

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Travaux dirigés : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Niveau B1 en anglais

Programme / plan / contenus

Dans le contexte mondial actuel, où l'information passe de plus en plus par Internet, où les échanges s'accroissent sans s'arrêter aux frontières, où le commerce international s'intensifie, l'anglais est devenue une condition de recrutement pour beaucoup d'entreprises, voire, chez certaines, la langue de travail.

Il s'agit donc de former les futurs cadres commerciaux à maîtriser la communication écrite et orale dans un contexte international professionnel.

Le cours aborde 3 thèmes principaux :

1. L'éthique en entreprise (RSE) ;
2. Sales Pitch ;
3. Diagnostic stratégique de l'entreprise et présentation de structure, activités et résultats.

Objectifs d'apprentissage

Le cours vise à faire acquérir les compétences suivantes :

- Written and oral Business Communication ;
- Meeting Skills ;
- Presenting skills ;
- Negotiation skills ;
- International Business and corporate culture ;
- Cross cultural Management ;
- Effective communication (CV, cover letter, job interviews).

Organisation générale et modalités pédagogiques

Chaque thème fait l'objet d'un développement des concepts et de la présentation de multiples exemples ou mini-études de cas (support vidéo & audio).

Compétences

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
<u>UE 15 - Anglais des achats -2</u>	2	Annualisé		20							

UE 15 - Anglais des achats -2

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Travaux dirigés : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Niveau B1 en anglais

Programme / plan / contenus

Il s'agit de la suite du cours du semestre 1 (English for Purchasing 1).

Le cours aborde 3 thèmes principaux :

1. L'éthiques en entreprise (RSE) ;
2. Sales Pitch ;
3. Diagnostic stratégique de l'entreprise et présentation de structure, activités et résultats.

Objectifs d'apprentissage

Le cours vise à faire acquérir les compétences suivantes :

- Written and oral Business Communication ;
- Meeting Skills ;
- Presenting skills ;
- Negotiation skills ,
- International Business and corporate culture ;
- Cross cultural Management ;
- Effective communication (CV, cover letter, job interviews).

Organisation générale et modalités pédagogiques

Chaque thème fait l'objet d'un développement des concepts et de la présentation de multiples exemples ou mini-études de cas (support vidéo & audio).

Compétences

- Written and oral Business Communication ;
- Meeting Skills ;
- Presenting skills ;
- Negotiation skills ,
- International Business and corporate culture ;
- Cross cultural Management ;
- Effective communication (CV, cover letter, job interviews).

Bloc 6 - Evoluer dans un contexte international

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 18 - Séminaire international (mobilité courte)	2	Annualisé	6								

UE 18 - Séminaire international (mobilité courte)

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 6

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Connaissances en management des organisations

Programme / plan / contenus

Ce module complète le module "Management interculturelle et international".

Ce module comprend une expérience immersive dans un pays étrangers (Asie du Sud-Est notamment) qui favorise la découverte concrète de pratiques économiques, commerciales et culturelles distinctes, à travers des visites d'entreprises, des conférences, et rencontres interculturelles.

Programme du séjour d'immersion (8 jours) :

- Découverte d'un pays d'Asie du Sud-Est (Vietnam, Thaïlande, Malaisie, ou Indonésie selon les années) ;ou d'une autre région ;
- Visites d'entreprises, chambres de commerce, institutions locales, ONG ;
- Échanges avec des managers, entrepreneurs et étudiants locaux ;
- Activités de découverte culturelle et débriefing réflexif post-séjour.

Objectifs d'apprentissage

À l'issue du module, les étudiants seront capables de :

- Comprendre les différences culturelles et leurs impacts sur les pratiques managériales ;
- Adapter leurs comportements et stratégies de communication à un environnement interculturel ;
- Identifier les facteurs de réussite et d'échec dans les collaborations internationales ;
- Développer une sensibilité culturelle et une ouverture d'esprit globale.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 17 - Management international et interculturel	2	Annualisé	14								

UE 17 - Management international et interculturel

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 14

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Connaissances en management des organisations

Programme / plan / contenus

Ce module permet aux étudiants de comprendre les enjeux du management dans un contexte interculturel et de développer une posture de manager global, capable d'évoluer dans des environnements multiculturels complexes.

Le cours aborde les thèmes suivants :

- Enjeux et défis de la mondialisation pour les entreprises et les managers ;
- Théories et modèles de management interculturel ;
- Différences culturelles dans le management, la communication, la négociation et la prise de décision ;
- Gestion de la diversité culturelle et inclusion dans les organisations ;
- Adaptation des stratégies marketing aux cultures locales (glocalisation, cultural branding).

Objectifs d'apprentissage

À l'issue du module, les étudiants seront capables de :

- Comprendre les différences culturelles et leurs impacts sur les pratiques managériales ;
- Adapter leurs comportements et stratégies de communication à un environnement interculturel ;
- Identifier les facteurs de réussite et d'échec dans les collaborations internationales ;
- Développer une sensibilité culturelle et une ouverture d'esprit globale.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le cours est structuré autour de séquences d'apports conceptuels et de séquences de travaux sous forme

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 16 - Global sourcing	2	Annualisé	20								

UE 16 - Global sourcing

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissances en management des achats
- Connaissances en commerce international

Programme / plan / contenus

Ce module aborde les principes, méthodes et outils du sourcing international.

Les étudiants abordent la formulation, la mise en oeuvre et les modes de sécurisation des stratégies d'approvisionnement globales, dans des environnements à la fois compétitifs et risqués.

Le cours met en avant les dimensions géopolitiques, économiques, logistiques, financières et juridiques de l'achat à l'international, ainsi que les enjeux de durabilité et de responsabilité dans la chaîne mondiale.

Contenu du module :

- Définition et enjeux du global sourcing ;
- Analyse des marchés fournisseurs internationaux ;
- Étapes et méthodologie du sourcing international ;
- Gestion des risques pays, politiques, financiers et de change ;
- Aspects contractuels et juridiques (droit international, arbitrage, conformité) ;
- Évaluation et audit des fournisseurs internationaux ;
- Stratégies de relocalisation, nearshoring et approvisionnement durable ;
- Impacts géopolitiques et économiques sur les décisions d'achat.

Objectifs d'apprentissage

- Comprendre les mécanismes et enjeux du sourcing international ;
- Savoir identifier, évaluer et sélectionner des fournisseurs à l'échelle mondiale ;
- Analyser les risques et maîtriser les aspects logistiques et contractuels ;

Bloc 7 - Maitriser des compétences transversales et méthodologiques

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 21 - Mission et mémoire de fin d'études	14	Annualisé		10							

UE 21 - Mission et mémoire de fin d'études

ECTS : 14

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Travaux dirigés : 10

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissance en méthodologie de recherche en management

Programme / plan / contenus

Ce cours est la partie applicative du module "Méthodologie de recherche en Management".

Il se déroule sous forme d'un accompagnement des étudiants pour la réalisation de leur mémoire. Chaque étudiant est accompagné par un enseignant-suiveur et doit produire :

- un livrable intermédiaire de cadrage du mémoire (problématique, questions de recherche, revue de littérature) ;
- un mémoire complet (problématique, revue de littérature, étude empirique, discussion de la problématique et recommandations) ;
- une soutenance devant un jury.

Objectifs d'apprentissage

À la fin du module, les étudiants sauront :

- Formuler une problématique et mener une recherche appliquée en management ;
- Réaliser une revue de littérature scientifique rigoureuse ;
- Mettre en œuvre une démarche empirique cohérente avec la problématique ;
- Interpréter les résultats et formuler des recommandations managériales.
- Rédiger un mémoire de qualité et en assurer la soutenance devant un jury.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Ce cours se déroule sous forme d'un accompagnement des étudiants pour la réalisation de leur mémoire. Chaque

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 20 - Méthodes de recherche et méthodologie	2	Annualisé	20								

UE 20 - Méthodes de recherche et méthodologie

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 20

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Réalisation d'un rapport-mémoire en Master 1

Programme / plan / contenus

Ce module a pour objectif de préparer les étudiants à la réalisation de leur mémoire de Master 2, véritable travail de recherche appliquée.

Ils apprendront à formuler une problématique managériale pertinente, à mobiliser les cadres théoriques appropriés, à conduire une étude empirique rigoureuse, et à analyser les résultats pour formuler des recommandations.

Ce module vise à relier réflexion académique et application professionnelle. Il aborde les points suivants :

- Identification d'un thème de réflexion ; formulation d'une problématique et de questions de recherche ;
- Construction d'une revue de littérature adaptée ;
- Élaboration d'un cadre conceptuel et formulation de questions de recherche pertinentes ;
- Choix de la méthodologie : qualitative, quantitative ou mixte.
- Techniques de collecte et d'analyse des données (entretiens, questionnaires, observations) ;
- Rédaction et structuration du mémoire ;
- Présentation orale et soutenance devant un jury.

Objectifs d'apprentissage

À la fin du module, les étudiants sauront :

- Formuler une problématique et mener une recherche appliquée en management ;
- Réaliser une revue de littérature scientifique rigoureuse ;
- Mettre en œuvre une démarche empirique cohérente avec la problématique ;

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 19 - Management de projet et conduite de projet	6	Annualisé	35								

UE 19 - Management de projet et conduite de projet

ECTS : 6

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 35

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

- Connaissances de base en gestion de projet
- Connaissances en management d'équipes

Programme / plan / contenus

Ce module permet d'acquérir les fondamentaux du management de projet.

Il s'agit de comprendre comment structurer, planifier, piloter et évaluer un projet, en conciliant performance, qualité et travail en équipe.

L'accent est mis sur les méthodes agiles, la gestion des parties prenantes et la conduite du changement.

Le cours est organisé autour :

- D'apports conceptuels : principes du management de projet ; outils de planification et de suivi ; gestion des risques ; communication de projet ; gestion des compétences et dynamique d'équipe.
- La réalisation en groupe d'un projet en "grandeur nature" : le projet se déroule sur toute l'année et comprends des revues de projet, des revues de direction ; la livraison de différents livrables sont le Plan de Management de projet.

Objectifs d'apprentissage

À l'issue du module, les étudiants seront capables de :

- Concevoir, planifier et piloter un projet multi-acteurs ;
- Identifier les enjeux, risques et leviers de réussite d'un projet ;
- Mobiliser des méthodes agiles pour adapter les projets aux contraintes du terrain ;
- Collaborer efficacement dans une équipe projet.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Lieu(x) d'enseignement

GUYANCOURT

Contact(s)

- **Mourad ATTARÇA**

<http://www.universite-paris-saclay.fr/formation/master/gestion-de-production-logistique-achats/m2-management-strategique-des-achats-et-relations-fournisseurs-msa>