

MARKETING

14%

des diplômés en
management

- Comprendre les enjeux écologiques de plusieurs secteurs, et ce que cela dit du rôle du marketing
- Avoir une attention particulière à l'éthique dans les méthodes d'influence

- Développer un regard critique sur les dynamiques actuelles de consommation
- Mettre en récit des futurs désirables et cohérents avec les contraintes physiques

Adopter une approche systémique,
interdisciplinaire et éthiqueDévelopper un
esprit critique
pour envisager
des futurs
souhaitablesConcevoir la
transformation
des organisationsAgir à l'échelle
individuelle et
collective

- Questionner l'utilité sociale des produits et services
- Utiliser les résultats d'une évaluation environnementale pour repenser son portefeuille produits, ses canaux de distribution et de communication



- Faire exister de nouveaux imaginaires pour changer les modes de consommation
- Rendre la sobriété désirable et accessible
- Mener des démarches d'écoconception



ACHATS & LOGISTIQUE

6%

des diplômés en
management

Adopter une approche systémique,
interdisciplinaire et éthique

Développer un
esprit critique
pour envisager
des futurs
souhaitables

Concevoir la
transformation
des organisations

Agir à l'échelle
individuelle
et collective
de manière
responsable



► Développer une culture scientifique notamment pour identifier les limites des solutions techniques à la réduction des impacts environnementaux du transport (hydrogène, biocarburants...)

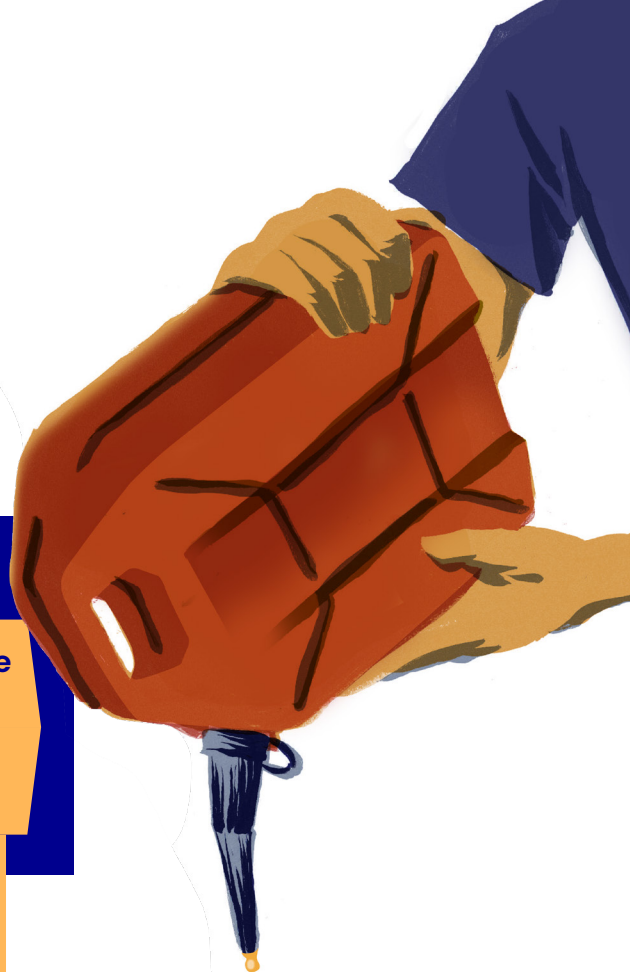


► Avoir une compréhension fine des outils d'évaluation environnementale

► Contribuer à la montée en compétence de ses équipes et clients sur les enjeux écologiques
► Co-construire des solutions avec ses clients et ses concurrents : mutualisation d'entrepôts, de transport...



► Comprendre les besoins d'évolution des secteurs économiques, dont les transports, en lien avec les enjeux écologiques
► Avoir une vision prospective des enjeux écologiques lors du développement d'infrastructures qui engagent son organisation sur le long terme



MÉTIER DE LA STRATÉGIE

16%

des diplômés en
managementAdopter une approche systémique,
interdisciplinaire et éthiqueDévelopper un
esprit critique
pour envisager
des futurs
souhaitablesConcevoir la
transformation
des organisationsAgir à l'échelle
individuelle et
collective

- ▶ Avoir une vision physique de l'activité des entreprises
- ▶ Comprendre les interdépendances entre les trajectoires de transition des différents secteurs

- ▶ Interroger l'utilité sociale de son organisation
- ▶ Savoir effectuer une analyse des risques par scénario
- ▶ Concevoir des plans d'actions pour contribuer à des objectifs d'atténuation des pressions environnementales

- ▶ Questionner les cultures dominantes en entreprise, par exemple la culture de la croissance
- ▶ Intégrer le long terme (20 à 30 ans) dans les prises de décision

- ▶ Mener la transformation écologique d'une organisation
- ▶ Mobiliser ses équipes dans un contexte d'incertitude
- ▶ Développer des solutions innovantes pour transformer les business models



CONTRÔLE DE GESTION

Adopter une approche systémique, interdisciplinaire et éthique

Développer un esprit critique pour envisager des futurs souhaitables

Concevoir la transformation des organisations

Agir à l'échelle individuelle et collective



► Développer une culture scientifique pour utiliser des indicateurs pertinents, fondés sur la science



► Savoir identifier et utiliser des indicateurs fondés sur la science
 ► Concevoir des outils pour piloter la transformation écologique d'une organisation
 ► Identifier les risques physiques et de transition qui pèsent sur son organisation



► Identifier la dimension politique du choix des indicateurs utilisés dans le contrôle de gestion
 ► Comprendre les limites du contrôle de gestion actuel pour rendre compte des capitaux humains et naturels



► Travailler en coordination avec tous les départements de son organisation
 ► S'inspirer d'initiatives innovantes pour piloter la transformation écologique

