



Management opérationnel



»»» Objectif du programme

Former des personnes capables :

- ▶ d'analyser une situation professionnelle pour en bâtir une stratégie de développement,
- ▶ de mettre en œuvre un plan d'action et son discours,
- ▶ de maîtriser au sein de ses équipes l'information et les changements,
- ▶ de gérer les finances du projet et le personnel qui le compose,

- ▶ de savoir gérer les priorités, les risques et les conflits de l'équipe.

Les cours sont dispensés par des professionnels. Ils transmettent leur expérience au travers de leur enseignement.

Ils sont ou ont été dirigeants ou consultants auprès d'entreprises.

Programme des cours

MANAGEMENT GÉNÉRAL

- **Fonctionnement de l'entreprise**
 - Notions juridiques, fiscales et sociales ;
 - Systèmes d'organisation ;
 - Environnement et positionnement.
- **Approche marketing**
 - Concepts marketing ;
 - Notion de marché ;
 - Connaissance du marché ;
 - Les actions ;
 - Le plan Marketing.
- **Management de projet**
 - Cahier des charges ;
 - Méthodes PERT et GANT ;
 - Analyse des comportements ;
 - Techniques de mise en œuvre.
- **Business Plan**
 - Evaluation d'une activité économique ;
 - Le compte de résultats, budget et trésorerie.
- **Management au quotidien**
 - Mission et rôle du manager ;
 - Leader et leadership ;
 - La décision ;
 - Motivation et évaluation.
- **Management de la qualité**
 - Impératifs de qualité ;
 - La qualité totale ;
 - La démarche qualité ;
 - Démarche de certification.
- **Gouvernance d'entreprise**
 - Les structures de firme ;
 - Responsabilité et pouvoir du dirigeant ;
 - La théorie de l'agence ;
 - La rémunération du dirigeant.

MANAGEMENT DE L'ENTREPRISE

- **Management de projet**
 - Les méthodes PERT et GANT ;
 - La certification / projet ;
 - Techniques de mise en œuvre.
- **Stratégie d'entreprise**
 - Diagnostic interne et externe ;
 - Analyse stratégique ;
 - Types de stratégie ;
 - Planification stratégique.
- **Logistique**
 - La chaîne logistique de l'entreprise ;
 - Les différentes applications opérationnelles.
- **Ethique**
 - Ethique et entreprise ;
 - L'implication du dirigeant ;
 - Développement durable et commerce équitable.
- **Achats**
 - La chaîne de valeur ;
 - L'établissement du plan de collection ;
 - Analyse interne et analyse externe.

MANAGEMENT INTERPERSONNEL

- **Management commercial**
 - L'art de la négociation ;
 - Motivation et contrôle.
- **Management des équipes**
 - Présentation individuelle ;
 - Gestion d'un conflit ;
 - Comment tirer tout le parti d'un groupe ?

INTERNATIONAL ET MANAGEMENT

- **Commerce international**
 - Les incoterms ;
 - Les techniques de commerce et de paiement à l'international.
- **Analyse économique stratégique**
 - Economie de marché et entreprise ;
 - Rentabilité, profitabilité au service de l'entreprise dans un contexte international.
- **Appel d'offres**
 - Comment conduire une procédure d'appel d'offres ;
 - Les pratiques internationales.
- **Géopolitique**
 - Les équilibres géostratégiques mondiaux ;
 - Entreprise et géopolitique.
- **Langues**
 - Pratique de l'anglais des affaires.

MARKETING ET MANAGEMENT

- **Marketing direct**
 - Les différents médias off-line et on-line ;
 - Techniques de ciblage ;
 - E-mailing et marketing mobile.
- **Etudes de marché**
 - Etudes quanti, études quali ;
 - Cas pratiques de conception d'enquêtes ;
 - Analyse des résultats.
- **Comportement du consommateur**
 - Les différents profils de consommateur : égonome, cocooner de guerre, ...
 - Achat et consommation.
- **CRM**
 - Informatisation des forces de vente ;
 - Les stratégies axées Bases de données Marketing ;
 - Les logiques de segmentation.

DROIT ET MANAGEMENT

- **Droit des sociétés**
 - Le choix d'une structure ;
 - La personnalité morale ;
 - Le pouvoir du dirigeant ;
 - Le contrôle du dirigeant.
- **Droit du contrat de travail**
 - La conclusion du contrat ;
 - Les différentes clauses ;
 - Le licenciement individuel ;
 - Le conseil des prud'hommes.
- **Droit des contrats spéciaux**
 - Le contrat de vente ;
 - Les contrats de location ;
 - La franchise et la concession.

MANAGEMENT DES HOMMES

- **Gestion des ressources humaines**
 - Le recrutement ;
 - Les différentes fonctions ;
 - Les missions RH.
- **Animation de forces de vente**
 - Le recrutement et la formation de commerciaux ;
 - Gestion et animation.

MANAGEMENT FINANCIER

- **Analyse financière**
 - L'analyse des principaux ratios et leur application en entreprise ;
 - Besoin en fonds d'équipements et capitaux propres.
- **Analyse des coûts et des marges**
 - Le calcul des coûts ;
 - Les coûts partiels et marginaux ;
 - Les coûts complets.
- **Stratégie de croissance externe**
 - Fusions et acquisitions ;
 - OPA et mécanismes boursiers.

SPORT

Initiation au golf.

Finalité professionnelle

Gérer et développer un centre de profits, un projet ou un service.

Étudiants concernés

Étudiants n'ayant pas ou peu de connaissances en marketing, en économie et en gestion et donc titulaires de maîtrise ou master (ou DEA, DESS) universitaire en matière littéraire, scientifique ou économique (AES, MSG, MST...) ou diplômés d'écoles d'ingénieurs ou d'autres écoles à l'exception des écoles de Management ou de commerce et des IUP de Management Commerce.

Métiers visés

- ➔ Chef de projet,
- ➔ Responsable de service marketing,
- ➔ Commercial,
- ➔ Dirigeant de centres de profits ou d'unités opérationnelles,
- ➔ Collaborateur de cabinet d'audit et de consultants.

Conseil d'orientation

Henri LEQUIEN

Responsable du 3^{ème} cycle
- HEC Consultant en Relation Client

Guillaume KRAFFT

- Président du GESCEP
- Membre de l'ACEM
(Association des Chefs d'Entreprise de Marne-la-Vallée)

Isabelle SORREL-GÜETZ

- DEA de Lettres
- Master de Communication/PNL
- Formateur/Consultant