



**CYCLE MANAGEMENT OPERATIONNEL
EN BLOCS DE COMPETENCES**



**Correspondant ESSEC
Executive Education
En MARTINIQUE**

**Chaque bloc est éligible au CPF (code 248307)
Code 22983 RNCP - NSF 310p paru au JO du 07/08/2018**





INCARNER son rôle de Manager et Développer la Performance de son équipe

Public : Managers désirant renforcer leurs capacités managériales pour, in fine, piloter des équipes capables de performances et d'initiatives.



11 jours
2 modules
8h par jour



ESSEC Executive Education
MC2
MARTINIQUE



5 940€ HT

Bloc de compétences 1
du RNCP 22983
Eligible au CPF (code 248307)

Extrait du cycle Management
Opérationnel ESSEC
Certification professionnelle
niveau II

En MARTINIQUE:
les 26-27-28 Mars 3-4 avril 2020
et du 23 au 29 avril 2020

Méthodes pédagogiques :

Exposés conceptuels
Grilles de diagnostic
Mises en situation, jeux de rôle
Exercices et études de cas
Rédaction plan personnel de progrès



MODULE « Communiquer avec efficacité et assertivité »

5 jours

L'objectif de ce module est de comprendre dans un premier temps comment fonctionne en général la communication interpersonnelle, ce qu'est la communication efficace, et en quoi les deux diffèrent bien souvent.

La deuxième partie du module vise à apprendre et à maîtriser un ensemble de techniques issues de la communication assertive qui permettront d'obtenir la communication efficace dans le cadre de l'activité professionnelle du manager.

Comprendre la communication interpersonnelle

- Une grille de compréhension de la personnalité : les Etats du Moi
- Les Etats du Moi et la communication : les Transactions
- Tensions dans les relations : jeux et rackets
- Qu'est-ce qu'une communication efficace ?
- Les quatre grands types de communication : agressivité, passivité, manipulation, assertivité.

Développer une communication assertive.

- L'assertivité : « ni paillason, ni hérissos »
- La communication verbale, écoute passive, écoute active, ...
- La communication non verbale : contact des yeux, voix, distance interpersonnelle ...
- Comment formuler des demandes ?
- Comment refuser ?
- Les critiques : comment en faire, comment y répondre ?
- Les compliments : comment en donner, comment les recevoir ?
- La communication dans la résolution des problèmes

MODULE « Management et Conduite du Changement »

6 jours

La finalité de ce module est de transmettre aux participants une compréhension des dynamiques humaines en jeu dans les situations de travail et des repères (principes, méthodes, outils) pour adopter une posture managériale responsable et pertinente.

- mieux se connaître en tant que manager et de mieux comprendre ses modes de fonctionnement dans la conduite de son équipe, dans ses relations avec sa hiérarchie et avec ses pairs,
- comprendre et s'appropriier les attitudes et les stratégies efficaces dans le management d'une équipe et dans la conduite du changement,
- identifier ses points d'amélioration et définir son plan de progrès personnel.

Les styles personnels de management :

- leurs incidences sur les comportements des collaborateurs,
- leurs influences sur les hiérarchiques,
- l'adéquation entre les styles et les situations.

Les actes essentiels du management :

- l'analyse et l'organisation du travail,
- la délégation et la formation,
- l'évaluation et l'accompagnement.

L'exercice du leadership :

- l'anticipation, la vision et le sens,
- la motivation et l'implication,
- la communication et la mobilisation.

La conduite du changement :

- l'analyse de la situation, actuelle et future, et l'identification des changements,
- les attitudes et les évolutions possibles des personnes face au changement,
- l'élaboration et la mise en œuvre d'une démarche de conduite et d'accompagnement des changements.

EQUIPE PEDAGOGIQUE**PETRA HEUSEL**

Maîtrise en Sciences de l'Éducation, Diplôme Universitaire de Formateur d'Adultes, Petra HEUSEL est Consultante Formatrice et Coach, spécialisée en relations interculturelles. Elle intervient en formation dans les domaines du management, de la communication, de la gestion du temps et d'organisation; Partenaire de MC2 depuis 20 ans, elle intervient sur **des CONTENUS EXCLUSIFS** en COMMUNICATION ASSERTIVE pour les cycles diplômants ESSEC Exécutive Education en MARTINIQUE et GUADELOUPE.

**Michel MONTAGU**

Dans la fonction RH depuis 28 ans, notamment en tant que DRH au sein du groupe Randstad France, il est un spécialiste de la fonction et du Management.

Depuis 2 ans, Michel a choisi d'ouvrir une période consacrée au partage et à la création de lien social en s'investissant dans des structures associatives. Il est cofondateur de « Hophopfood » qui lutte contre le gaspillage et la précarité alimentaire et de « Manager l'enchanteur », association qui promeut les managers inspirants.





Analyse de l'environnement, définition de la stratégie, Choix marketing et développement commercial

Public : Managers, Entrepreneurs ou Dirigeants désirant aiguïser leur compréhension du milieu concurrentiel de leur entreprise et définir la stratégie de leur organisation.



10 jours
2 modules
8h par jour



ESSEC Executive Education
MC2
MARTINIQUE



5 940€ HT

Bloc de compétences 4
du RNCP 22983
Eligible au CPF (code 248307)

Extrait du cycle Management Opérationnel ESSEC

En MARTINIQUE:
du 11 au 17 Mars 2020 (6 jours)
Et en GUADELOUPE:
Du 24 au 28 Avril 2020 (4 jours)

Méthodes pédagogiques:

- Pédagogie active et ludique
- Alternance d'apports de concepts et d'outils, de films, de jeux de rôle etc...
- Mises en application pratiques avec des cas métropole et un cas fil rouge adapté aux DOM
- Modules de "e-learning"
- Mise à disposition de dossiers de référence



MODULE « Stratégie »

4 jours

- Comprendre les évolutions de l'environnement (macro-économique, concurrentiel et sociétal) de l'entreprise et leur impact sur l'activité de celle-ci.
- Apprécier la capacité stratégique de l'Entreprise à faire face à ces évolutions.
- Maîtriser les outils de l'analyse stratégique.
- Générer et évaluer les options de développement qui s'offrent à elle et en envisager les modalités de déploiement
- Appréhender les conditions de définition et de déploiement de la stratégie
- la définition des finalités de l'entreprise, sa vocation, ses valeurs, ses objectifs stratégiques qui doivent bien sûr tenir compte d'une analyse du marché, de l'environnement concurrentiel et du potentiel de l'entreprise ;
- le choix et la mise en œuvre de la stratégie (au niveau global et au niveau des activités) ;
- le choix d'une structure organisationnelle adaptée aux stratégies déployées ;
- le choix d'un processus de décision ;
- l'étude du concept d'identité ou de culture organisationnelle de l'entreprise ;
- la mise en œuvre de la stratégie et la déclinaison au niveau de chaque domaine fonctionnel de l'entreprise ;
- l'évaluation et le contrôle de la stratégie

MODULE « Marketing et Développement Commercial »

6 jours

- Connaître la démarche marketing et son articulation avec la stratégie d'entreprise
- Acquérir le vocabulaire marketing
- Analyser le marché, son environnement, la concurrence et la demande
- Mieux comprendre le comportement du consommateur
- Déterminer une stratégie marketing orientée clients
- Elaborer le plan d'actions : produit, prix, promotion, communication
- Mobiliser les ressources en planifiant, budgétant et contrôlant ces actions
- 1, La démarche marketing
 - Définition(s), finalités et enjeux du marketing
 - Démarche marketing, étapes et facteurs clés de succès
- 2. L'entreprise orientée client
 - De l'orientation produit à l'orientation client
 - Comportement du consommateur : notion de besoin, rôles du client et processus d'achat
 - Satisfaction et fidélisation du client
- 3. L'analyse de la situation
 - Délimitation du marché étudié, analyse de l'environnement, de la concurrence et de la demande
 - Recherche documentaire, benchmark, veille marketing et commerciale, écoute client
 - Etudes de marché : approches qualitative et quantitative
 - Structure d'un système d'information marketing
 - Etablir le diagnostic
- 4. L'élaboration de la stratégie marketing
 - Place du plan marketing clients dans la stratégie de l'entreprise
 - Scénarios stratégiques, en fonction des objectifs
 - Elaboration du plan marketing stratégique : objectifs, segmentation, ciblage et positionnement
- 5. La déclinaison de la stratégie dans le plan marketing opérationnel
- 6. Le planning, le budget et le contrôle du plan d'actions
 - Ajustement des choix en adéquation avec les moyens et les objectifs
 - Planification, mesure et contrôle des résultats : indicateurs de mesure et tableaux de bord

INTERVENANTS**JEAN-MARC XUEREB**

Professeur au sein du département Marketing à l'ESSEC, directeur pédagogique de la Chaire Clients, Stratégie et Créativité et du MS Marketing Management et Digital, il s'intéresse tout particulièrement à la gestion de l'innovation, à la stratégie d'entreprise et à la stratégie marketing. Il a également travaillé pendant dix ans pour différents cabinets de conseil de direction générale. Ancien doyen du corps professoral permanent de l'ESSEC.

**CAROLE DONADA**

Professeur au sein du département Management de l'ESSEC Business School, elle est docteur en sciences de gestion et habilitée à diriger des recherches à l'Université Paris Dauphine. Ses travaux portent sur les stratégies compétitives et collaboratives, les relations clients-fournisseurs et les business models. Elle se spécialise dans le secteur de la mobilité.



MANAGEMENT DE PROJET et NEGOCIATION

Public : Manager, responsables d'unités opérationnelles ou fonctionnelles, dirigeants souhaitant approfondir ses compétences dans le déploiement de la stratégie de leur organisation.



10 jours
2 modules
8h par jour



ESSEC Executive Education
MC2
MARTINIQUE



5 940€ HT

Bloc de compétences 3
du RNCP 22983
Eligible au CPF (code 248307)

Extrait du cycle Management
Opérationnel ESSEC

En MARTINIQUE:
Du 9 au 13 juin 2020
et du 10 au 15 septembre 2020

Méthodes pédagogiques:

Progression reprenant des projets, contrats, conflits et crises de plus en plus complexes
Application par l'utilisation de grilles de préparation et d'analyse
Courts exercices, questionnaires, études de cas, jeux de rôles et simulations
Valorisation de l'expérience et des contextes personnels
Outils conceptuels dégagés par la discussion et explicités dans les lectures
Observation de négociations et médiations filmées

MODULE « Management de Projet et des Opérations »

Ce module doit permettre de maîtriser les outils de planification et de contrôle de suivi des projets, et d'intégrer le facteur humain dans la mise en œuvre des projets

5 jours

- Analyser et représenter le déroulement d'un projet,
- Planifier sa réalisation en fonction du nivellement des ressources et du caractère incertain de la durée des opérations,
- Arbitrer entre les délais et coûts de réalisation,
- Evaluer la rentabilité d'un projet,
- Mener un contrôle des coûts et délais en temps réel,
- Organiser et manager l'équipe en charge d'un projet, Communiquer autour d'un projet.

- Introduction à la gestion de projets et évaluation financière des projets
- Ordonnancement des projets
- Arbitrage optimal coût-délai et contrôle des coûts et des délais
- Projets et contraction des délais de développement
- Constitution et dissolution des équipes-projet
- Management des équipes-projet
- Négociation et gestion des conflits
- Communication de projet

MODULE « Négociation »

5 jours

- Identifier son style et ses forces et faiblesses comme négociateur
- Proposer des théories personnelles adaptées aux besoins de chacun
- Outiller pour la préparation, la conduite et l'analyse d'une négociation
- Mieux gérer les conflits : prévenir et résoudre et faciliter la résolution d'un conflit entre deux personnes par la médiation
- Construire une relation de confiance, y compris dans d'autres cultures.
- Approfondir sa compréhension de l'autre par une écoute active
- Exposer ses intérêts avec persuasion, par une parole active
- Contractualiser et accompagner le changement
- Mettre en œuvre la concertation, même en situation émotionnelle.

Concepts de base

- Stratégie de négociation : compétition/coopération Le prix du marché
- Préparation de la négociation Le contrat
- Processus de réunion La crise
- Ecoute active Le client mécontent
- Parole active Le conflit de chantier
- Gestion de l'information L'entretien d'évaluation

Les tensions dans la négociation

- Création de la répartition de valeur Le projet de construction
- Les conflits d'intérêts Procès ou transaction
- Concertation en situation de crise Les syndicats en colère
- Intérêts, passions et moralité L'étude de cas (I)
- De la négociation à la médiation Les projets d'infrastructure
- Gestion de la médiation Le conflit d'externalisation
- La médiation en situation de crise L'étude de cas (II)
- Gestion des crises Le système en entreprise
- Prévention et résolution des conflits Le système en entreprise
- Négociation demain : cas personnel

INTERVENANTS**JEAN-FRANÇOIS NANTEL**

Diplômé de l'école Polytechnique de Montréal, il a exercé comme gestionnaire de projet pendant près de 10 ans dans le secteur aéronautique. Il est aujourd'hui consultant et formateur dans les domaines de la gestion de projet, de la gestion des opérations et de l'innovation des modèles d'affaires.

**CHRISTIAN THUDEROZ**

PhD, HDR, est professeur émérite des universités, INSA de Lyon, membre associé de l'ESSEC-Irené. Enseignements : sociologie des organisations, de l'entreprise, du management et de la négociation sociale. Formateur en négociation collective d'entreprise en Martinique, Guadeloupe et Nouvelle-Calédonie. Fondateur et co-directeur de la revue francophone *Négociations*. Auteur de nombreux ouvrages sur la confiance, l'entreprise et la négociation. Ancien chargé de recherches au CNRS.





GERER ET PILOTER LE BUDGET DE SON UNITE

Public : Manager, entrepreneur ou dirigeant, chefs de projets, contrôleurs de gestion, souhaitant approfondir ses compétences dans le pilotage du budget



10 jours
2 modules
8h par jour



ESSEC Executive Education
MC2
MARTINIQUE



5 940€ HT

Bloc de compétences 2
du RNCP 22983
Eligible au CPF (code 248307)

Extrait du cycle Management
Opérationnel ESSEC

En MARTINIQUE:
Du 22 au 28 Octobre 2020
Et du 4 au 8 Décembre 2020

Méthodes pédagogiques:

Alternance d'apports conceptuels et de mises en situation par des travaux de sous groupes pour s'assurer de la bonne compréhension de concepts que la plupart des participants découvrent pour la première fois. **Au 2^e module :** Utilisation d'un cas fil rouge pour une réappropriation de concepts et d'apports méthodologiques



MODULE « Outils de Gestion »

6 jours

- Maîtriser les concepts nécessaires à la compréhension et à l'interprétation des informations produites par le système comptable (compte de résultat, bilan, balances intermédiaires...)
 - Être capable de dialoguer avec les spécialistes internes et externes de l'entreprise,
 - Intégrer les logiques financières et comptables dans ses choix opérationnels
- **Les principes et règles nécessaires à la compréhension de l'information comptable.**
 - Les finalités du système comptable
 - La mesure de la rentabilité à travers le Compte de résultat : définitions et modalités d'évaluation des comptes de charges et de produits
 - La mesure de la rentabilité à travers les variations de patrimoine : définitions et modalités d'évaluation des comptes d'actif et de passif
 - Les différentes phases du process comptable et les acteurs concernés
 - le tableau de flux
 - **Comprendre et maîtriser les enjeux financiers d'une entreprise**
 - Le financement de l'exploitation (le BFR), le FDR et la trésorerie
 - La capacité d'autofinancement et le tableau de financement
 - Les soldes intermédiaires de gestion
 - Le seuil de rentabilité
 - Les principaux ratios d'une analyse financière
 - **La mesure de la rentabilité d'un investissement**
 - Les principes méthodologiques : flux de trésorerie, coûts différentiels...
 - l'actualisation : définition et principe de calcul
 - Les critères de décision : VAN, TRI, PAY-BACK et taux de retour


MODULE « Business Plan »

4 jours

- Comprendre les enjeux d'un Business Plan
 - Etablir les principales étapes d'un business plan
 - Pouvoir discuter avec les financiers qui seraient sollicités pour le financement de ce plan
- Les aspects non financiers :**
- Etude du marché
 - Analyse de la concurrence
 - Nature de l'offre
 - Le potentiel humain
 - Les aspects juridiques et fiscaux
 - Stratégie de développement.
- Les aspects financiers :**
- Etablissement du bilan de départ
 - Etablissements des Comptes de Résultats prévisionnels
 - Prévisions des composants du BFR
 - Premières versions des Bilans prévisionnels
 - Détermination des besoins financiers
 - Retours éventuels sur les prévisions initiales si les besoins financiers sont trop ambitieux
 - Nouveaux Comptes de Résultats prévisionnels intégrant les incidences financières et l'impôt sur les bénéfices
 - Bilans prévisionnels définitifs
 - Tableaux de flux de trésorerie prévisionnels
 - Calculs des seuils de rentabilité prévisionnels
 - Marge de sécurité prévisionnelle
 - Levier d'exploitation
 - Choix des Investissements


INTERVENANTS

FRANCOIS BOUYER



Diplômé de l'ESCP et licencié en Sociologie, François BOUYER s'est spécialisé dans la formation et le conseil accompagnant la mise en œuvre d'outils de gestion, destinés principalement aux cadres des entreprises privées ou publiques, pour leur permettre de s'appropriier les outils et procédures de gestion nécessaires à l'exercice de leurs responsabilités, et faciliter leurs relations avec les services de gestion. Il collabore régulièrement avec l'ESSEC Executive Education

MICHEL GORDIN



Professeur au sein du département Comptabilité-Contrôle de gestion à l'ESSEC, diplômé de l'institut supérieur d'électronique de Paris (ISEP), il enseigne la comptabilité et le contrôle de gestion tant dans les programmes de formation initiale que continue. Il a exercé auparavant pendant près de 20 ans à des postes de contrôleur de gestion puis de direction générale dans des entreprises industrielles. Il est également Directeur Exécutif au CFA de l'ESSEC.