

DIRIGEANT MANAGER OPÉRATIONNEL D'ENTREPRISE



Le dirigeant manager opérationnel d'entreprise décide ce que produit l'entreprise, avec qui, comment, pour qui et dans quelles conditions elle travaille. La préoccupation majeure du dirigeant manager opérationnel, c'est que l'entreprise se porte bien et que le client soit satisfait. Le dirigeant manager opérationnel anime des hommes, résout des problèmes techniques et négocie avec son propre entourage ainsi qu'avec ses clients et fournisseurs, les banquiers et l'État, les syndicats ouvriers et patronaux.

OBJECTIFS

- Être en capacité de réaliser un audit et proposer des orientations stratégiques
- Être capable d'analyser les activités de l'entreprise
- Être en mesure de contrôler et piloter les résultats
- Savoir structurer et mettre en œuvre une politique commerciale et promotionnelle
- Être capable d'établir un plan de développement de partenariat
- Savoir analyser les problématiques de management d'une entreprise
- Développer une politique de gestion des RH

PRÉREQUIS

Être titulaire d'un Bac+3 ou ayant suivi un enseignement de niveau II ou pouvoir justifier de 3 années d'expérience dans le secteur.

MODALITÉS D'ADMISSION ET DE RECRUTEMENT

Admission sur dossier, tests de positionnement et entretien individuel

PUBLICS VISÉS

- Individuels, salariés, demandeurs d'emplois
- Formation éligible au CIF, CSP, AIF, Contrat de professionnalisation, période de professionnalisation, plan de formation, etc.

VALIDATION

L'attribution du titre est conditionnée à l'obtention :

- d'une moyenne générale sur les deux années du cycle, supérieure ou égale à 12/20
- d'une note supérieure ou égale à 12/20 à la note globale du projet de fin d'études
- de ne pas avoir obtenu une note inférieure à 6 à une des épreuves

MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- Formateurs habilités avec expérience professionnelle significative
- Plate-forme internet (TV, cas pratiques, accès études de cas, annales et corrigés)
- Mise en situation
- Salles équipées d'ordinateurs avec imprimante partagée

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examen écrit et oral

MODALITÉS DE FORMATION EN ALTERNANCE

- 2 jours de formation
- 3 jours en entreprise

EN INITIAL

- 2 jours de cours par semaine
- 4 mois de stage en entreprise



Programme de la formation

DMOE - 996h



DEVELOPPEMENT GENERAL DE L'ENTREPRISE - 130h

U1 - 1ère année

A. Connaître son environnement, son offre produit et ses concurrents

- Vision et Mission de l'entreprise
- Les outils d'analyse de son environnement
- Analyse stratégique
- Analyse des forces concurrentielles
- Droit des sociétés
- Réussir son diagnostic produit : savoir réaliser son SWOT
- Connaître le positionnement de son offre
- Savoir segmenter son marché
- Cibler des segments de clientèle

B. Etudier les résultats d'activité d'une entreprise pour orienter le développement de ses prestations

- Valeur et risque client
- Evolution du potentiel commercial
- L'innovation au service de l'avantage concurrentiel
- La performance de l'entreprise, une approche multidimensionnelle nécessaire : économique, environnementale, sociétale ou la triple bottom line
- Le Business Plan
- Création et reprise d'entreprise

POSITIONNEMENT STRATEGIQUE - 170h

U2 - 1ère année

A - Définir les axes de développement de l'activité

- Réaliser son audit de situation : quelques notions
- Fondamentaux de business strategy ou stratégie concurrentielle, 1er niveau de l'analyse stratégique
- Fondamentaux de corporate strategy ou stratégie de croissance
- Manager les ressources stratégiques de l'entreprise

PILOTAGE ECONOMIQUE ET FINANCIER - 200h

U3 - 1ère et 2ème année

A -

- Fondamentaux de gestion
- Analyse financière
- Fiscalité

B - Contrôle de gestion

- Méthode d'analyse des coûts fixes vs coûts variables
- Coûts complets
- Coûts partiels
- Autres coûts

DEVELOPPEMENT COMMERCIAL ET DU RESEAU

PARTENAIRES - 130h

U4 - 2ème année

A - Acquérir de nouveaux clients : Le dirigeant au cœur du processus commercial

- Le GO to MARKET
- Construire un Plan d'Actions Commerciales : de la stratégie à la mise place
- Pilotage d'un plan de communication
- La relation Clients
- Marketing digital numérique

B - Marketing relationnel et politique de fidélisation

C - Développer et piloter le réseau de partenaires

- Droit des contrats
- Le réseau de distributeurs
- La sous-traitance/La co-traitance de la production
- Les règles applicables dans les appels d'offre publics
- Les franchises
- L'animation du réseau
- Supply Chain Management

ENCADREMENT ET MANAGEMENT D'EQUIPE - 150h

U5 - 1ère et 2ème année

A - Droit du travail

B - Structurer des organisations

- Analyser sa structuration en fonction de sa division du travail et repenser son fonctionnement
- Créer des procédures pour optimiser son organisation : Dire ce que l'on fait, faire ce que l'on dit
- Cartographie des processus

C - Définir des modes de management

- Programmer des résultats pour construire des objectifs collectifs et individuels
- Structurer des modes de management en fonction d'une identité d'entreprise

D - La Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences

- L'évolution des emplois
- Orientation, mobilité, gestion de carrière
- Formation

E - Développer une politique de gestion de ressources humaines adaptées aux caractéristiques de l'entreprise

- Recrutement
- Rémunération
- Audit social

ANGLAIS - 35h

Préparation au TOEIC

STRATEGIE DIGITALE - 97h

Option

Médias informatisés

- D'Arpanet au web sémantique
- Grands enjeux de l'Internet contemporain
- Réputation des organisations et community management
- Conception et mise en place d'un dispositif de veille
- Tendances contemporaines de la communication
- Terrain de jeu du social media
- Planification et mise en place d'une campagne digitale
- Search engine advertising & optimization

Le digital dans la stratégie

- Stratégie Marketing Mobile et Géolocalisation
- Politiques de référencement;
- Marketing viral
- Communication de crise
- Internet Advertising
- E-merchandising
- Stratégie Cross Canal
- KPI du Digital.
- Stratégie Editorial Web
- Webdesign et contenus rédactionnels
- Ergonomie des interfaces Web et Mobiles

Stratégies de communication digitale

- De la communication de masse à la communication individualisée
- Fondements du plan de communication digital
- Stratégie du design Management
- Processus de design
- Jeux vidéo : le cas du serious game
- Réalité virtuelle et réalité augmentée

JEUX D'ENTREPRISE - 35H

ETUDE DE CAS - 7H

EVALUATION EN CONTRÔLE CONTINU - 14H

OUTILS DE DEVELOPPEMENT PERSONNEL - 28H

MODALITÉS D'OBTENTION

	Mode	Durée	Coef.	Cycle
Contrôle Continu	Moyenne du contrôle continu de la 1ère année et la moyenne du contrôle continu de la 2ème année des notes obtenues au cours du cycle dans chaque module.	3h	2	1ère et 2ème année
Business Plan	Moyenne entre la note collective de l'écrit et de l'oral	3h	2	2ème année
Audit Stratégique	Moyenne entre la note de l'écrit et de l'oral	3h	1	2ème année
Business Game	Note obtenue en groupe, écrit et oral	3h	2	2ème année
Stratégie Développement Commercial	Moyenne entre la note de l'écrit et de l'oral	3h	1	2ème année
Projet Fin d'Etudes	Moyenne établie entre les notes de l'écrit et de l'oral	3h	2	2ème année

L'attribution du titre est conditionnée à l'obtention :

➤ D'une moyenne générale sur les deux années du cycle, supérieure ou égale à 12/20.

➤ D'une note supérieure ou égale à 12/20 à la note globale du Projet de Fin d'Études.

➤ De ne pas avoir obtenu de note inférieure à 06/20 à une des épreuves.

ÉRUDIS FORMATION

Adresse : 95 C, Allée Camille Claudel, 84140 Avignon-Montfavet

Tél. : 04 90 82 15 00 / E-mail : n.beyer@erudis-formation.fr / Site : www.erudis-formation.fr

