



CERTIFICAT DE COMPÉTENCE MANAGEMENT OPÉRATIONNEL

Crédit : 28 ECTS Code CC0600A

Niveau d'entrée : Bac + 2

Public concerné et conditions d'accès

Connaissances générales en gestion ou solide expérience professionnelle en entreprise.

Personnes envisageant de prendre la responsabilité de la conduite d'une affaire ou d'un projet ou d'une unité opérationnelle.

Managers souhaitant restituer leur pratique.

Objectifs pédagogiques

- Être formé aux fonctions de management opérationnel
- Assurer un rôle complet de manager dans les organisations

Projets, mémoire

Le certificat est complété par un mini mémoire de 10 à 20 pages sur une expérience de management opérationnel ou une étude relative à un des modules du certificat.

L'évaluation de ce mémoire se fait par l'enseignant de la matière concernée.

Conditions de délivrance du certificat

Valider les enseignements et le projet avec une moyenne générale supérieure ou égale à 10 / 20, sans note inférieure à 8 / 20, dans un délai maximum de 4 ans.

Description de la formation

		Planning
④ MSE146	Principes généraux et outils du management d'entreprise	8 ECTS
④ EME104	Gestion des hommes et des équipes	6 ECTS

Un cours au choix parmi

④ ESC101	Mercatique I : Les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data	6 ECTS	
④ MSE101	Management des organisations	6 ECTS	

Un cours au choix parmi

④ ESC102	Mercatique II : Stratégie marketing	4 ECTS	
④ CCE105	Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle	4 ECTS	

UAM20A	Mémoire	4 ECTS	
---------------	---------	---------------	--

④ Cours également disponible en ligne (Ile-de-France)

ECTS : Système européen de transfert et d'accumulation de crédits.°

Conservatoire national des arts et métiers d'Ile-de-France

MSE146 - Principes généraux et outils du management d'entreprise

Crédits : 8 ECTS

Public concerné et conditions d'accès

Niveau général Bac+3 vivement recommandé. Il est conseillé de posséder des connaissances de base en économie et comptabilité.

Objectifs pédagogiques

Il s'agit d'un cours général proposant une approche globale du management : il aborde par conséquent toutes les questions liées à la direction et à la gestion d'une entreprise.

Contenu de la formation

- Introduction : définitions, gouvernance, cycle de l'exploitation et cycle du renouvellement
 - La stratégie : l'analyse stratégique (problématiques, outils et méthodes), stratégie de portefeuille et stratégie business, segmentation, Facteurs clés de succès, stratégies génériques, retour au portefeuille, manœuvres stratégiques
 - L'organisation : de la PME à la multinationale: structure et processus organisationnels, culture organisationnelle.
 - La gestion des opérations : l'organisation industrielle, productivité des facteurs, Coûts-qualité-Flexibilité-Délai, les flux logistiques
 - Le management de la qualité, la maîtrise des processus
 - La performance, rappel sur les comptes et les outils de mesure. Les comptes et l'analyse financière.
 - Les coûts : la maîtrise des coûts, le contrôle de gestion. Actualisation et Calcul d'investissement.
 - La gestion de la technologie, la gestion de l'innovation
 - Le marketing : marketing stratégique et marketing opérationnel; le marketing mix
 - Le management de projet
 - La gestion des SI
 - La gestion des RH : l'affectation, le recrutement, la mobilité, la GPEC, la formation, la compensation
 - Le leadership, l'animation des collaborateurs,
 - La conduite des équipes, la communication interne, le relationnel;
- Travaux dirigés : discussions de cas, exercices sur la partie comptabilité / analyse financière

MSE101 - Management des organisations

Crédits : 6 ECTS

Public concerné et conditions d'accès

Public Bac+2

Objectifs pédagogiques

Ce cours se focalise sur l'organisation des entreprises. L'objectif principal est de comprendre leur fonctionnement et appréhender leur gestion. Chaque thématique est abordée sous un angle théorique autant que pratique à travers des outils de gestion. L'auditeur devra prendre le point de vue du manager pour analyser une situation, la caractériser et fournir des recommandations. Faire des liens pertinents entre théories et pratiques managériales en développant une posture réflexive.

Contenu de la formation

Une représentation de l'activité de l'entreprise

De la PME à la multinationale : les crises de croissance (Modèle de Greiner)

Principes et formes d'organisation de l'entreprise

L'interaction entre processus et organisation

La stratégie d'entreprise et son articulation avec l'organisation

Les processus

La cartographie des processus

La mesure de la performance des processus

La qualité et la gestion des processus

Un regard historique sur les entreprises

De l'âge du commerce à l'apparition

de la grande entreprise

Les transformations contemporaines de la firme

La gestion d'équipe

Les grandes théories de la conduite des hommes

Les différentes approches contemporaines

du leadership et de la motivation.

Le métier de manager

L'analyse de l'entreprise

La culture d'entreprise : l'approche

gestionnaire et l'approche sociologique

L'analyse stratégique des organisations

ESC101 - Mercatique I : Les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data

Crédits : 6 ECTS

Public concerné et conditions d'accès

Connaissances générales du fonctionnement d'une entreprise. Notions élémentaires de statistiques

Objectifs pédagogiques

Acquérir ou approfondir les notions de base des études marketing

Contenu de la formation

Les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data

- Principes et acteurs du marketing, le marché, le métier des études
- Démarche d'une étude sur un exemple simple
- Méthodologies de recueil d'informations marketing, conception de questionnaires
- Introduction aux études qualitatives et ethnographiques
- Échantillonnage aléatoire et par quotas, notions de stratification
- Analyse d'informations marketing, rappels de statistiques descriptives, application à la segmentation de clientèle (typologie) et au positionnement de produits (analyse factorielle)
- Panels de consommateurs, de distributeurs et d'audience; «access panels»; panels d'internautes.Single source.
- Etudes en ligne, forums de co création, e-reputation, communautés online, Scoring et géomarketing
- Cas concrets d'applications, exposés d'experts
- ED d'application sur les principaux chapitres

ESC102 - Mercatique II : Stratégie marketing

Crédits : 4 ECTS

Contenu de la formation

- Concepts fondamentaux du marketing
- Définir une stratégie marketing
- Savoir analyser son environnement
- Comprendre le comportement du consommateur pour définir une stratégie orientée client
- Développer une offre produit/service
- Segmenter, cibler et positionner une offre
- Développer son capital marque
- Choisir et animer ses canaux de distribution off line et on line
- Communiquer auprès de ses clients potentiels

EIME104 - Gestion des hommes et des équipes

Crédits : 6 ECTS

Public concerné et conditions d'accès

Avoir le niveau Bac + 2 en gestion ou de bonnes connaissances du fonctionnement de l'entreprise.

Objectifs pédagogiques

Comprendre les enjeux de la gestion des hommes
Comprendre l'apport de la GRH au management
Comprendre les rôles de la fonction RH dans le fonctionnement des organisations
Comprendre l'articulation de la GRH avec les autres fonctions de l'entreprise
Comprendre les problématiques de Management des RH dans les organisations

Contenu de la formation

- Introduction à la Gestion des Hommes : définitions, enjeux, structuration de la fonction RH
- La GRH aujourd'hui et la notion de contingence : problématiques actuelles de Gestion des hommes
- Culture organisationnelle et management : définition de la culture d'entreprise et apports pour le management
- Motivation et management : définition des comportements organisationnels, tactiques et stratégies de fidélisation
- L'entrée dans l'organisation : enjeux, processus et limites du recrutement
- L'évaluation dans les organisations : enjeux, processus, limites
- La formation dans les organisations : enjeux, gestion, politiques, rôle des managers
- Gestion des compétences et GPEC : enjeux, actions, limites et orientations de la compétence

- Gestion des mobilités et des carrières : enjeux, processus, limites, nouvelles formes de carrière
- Politique de rémunération : enjeux, leviers, relation rémunération - comportements
- Négociation et management : enjeux, gestion sociale, les collectifs
- Gestion des talents : enjeux, réalités, limites
- Galop d'essai

CCE105 - Pratiques écrites et orales de la communication professionnelle

Crédits : 4 ECTS

Public concerné et conditions d'accès

Maîtrise des savoirs de base (syntaxe, vocabulaire, orthographe) à l'oral comme à l'écrit.

Objectifs pédagogiques

Faire acquérir les outils de communication oraux et écrits mobilisés en situation professionnelle. Sensibiliser aux différentes ressources de l'écrit (papier ou électronique) et de l'oral à mobiliser selon les situations de travail dans une organisation

Contenu de la formation

Axe 1 - Dynamique de l'interaction orale

Développer la prise de parole dans les situations formelles et informelles de communication : acquérir les méthodes et usages des différentes formes d'interaction orale (entretien, réunion) : la relation interpersonnelle, la négociation. Notions d'équipe et d'animation de groupe : qu'est ce qu'une équipe, quels sont les enjeux qui la fondent ...Problématique de la réunion, fonctions des différentes réunions Analyse des situations de négociation.

Axe 2 - L'écrit comme outil de travail

pour le partage des connaissances et la construction d'une mémoire collective
S'approprier les usages des différents supports et outils de l'écrit papier ou électronique dans les situations de travail (traçabilité, engagement, mémoire collective, organisation). Savoir mobiliser les ressources de l'oral et de l'écrit selon les situations Acquérir les normes langagières - linguistiques, culturelles et sociales - et maîtriser les usages des différents instruments d'information et de communication à l'oeuvre dans les situations de travail. La formation, à visée pratique et méthodologique se fait à partir de situations réelles et de supports professionnels papier ou électroniques : lettres et dossiers, projets, comptes rendus d'interventions ... L'enseignement alternera des apports théoriques et méthodologiques et des études de cas concrets. L'évaluation se fera par contrôle continu, sans examen final. Les contenus ici présentés sont des axes de travail qui seront déclinés en fonction des besoins des auditeurs.