

TITRE PROFESSIONNEL

Responsable de petite et moyenne structure

2020 – 2021



Présentation

Le groupe Sud Management Entreprises est composé de 5 pôles de compétence à votre service depuis 1992. Pour répondre à vos besoins de formation, de développement de compétences et de Gestion des Ressources Humaines nous mettons à votre disposition plus de 120 intervenants, experts dans leur domaine. Ils sont sélectionnés pour l'approche pro-active de leur pédagogie et leur envie de transmettre. Engagés dans une démarche de proximité et pour une réponse au plus près de vos besoins, nous sommes à votre écoute pour vous proposer une offre adéquate.

Nous travaillons sous référentiel qualité ISO 9001 V2008, et sommes certifiés AFNOR CERTIFICATION pour les tests CACES® et habilités INRS pour les SST, ainsi que pour les PRAP.

Nous sommes certifiés OPQF sous le numéro 03 17 AP 004058 et valides DATADOCK.

Confidentialité

Les Parties s'engagent à maintenir confidentielle toute information déclarée comme telle par l'une des parties et échangée dans le cadre de l'exécution du présent contrat. Elles s'engagent à prendre les mesures nécessaires à l'égard de leur personnel, de leurs sous-traitants et fournisseurs pour assurer, sous leur responsabilité, cette confidentialité.

Table des matières

Présentation	2
Objectifs généraux & pédagogiques	2
Compétences développées	2
Public	2
Méthodes pédagogiques	2
Pré-requis	2
Sanction de la formation	2
Évaluation et déroulé de la session de validation	3
Une équipe de professionnels	3
Organisation pratique	4
Nombre de participants	4
Durée	4
Calendrier	4
Lieu	4
Horaires	4
Référent de l'action de formation	4
Coût du parcours	4
Les modules du parcours	5
	5
Programme	6
Phase 1 – En amont	6
Phase 2 – Acquisition des connaissances	6
Phase 3 – Application	15



Présentation

Objectifs généraux & pédagogiques

- Accéder à une vision globale de son entreprise, identifier ses forces et ses faiblesses, les risques et opportunités à venir, définir les facteurs clefs de réussite et construire un plan d'action adapté à la stratégie définie par chacun.
- Se perfectionner dans le métier de dirigeant de PME/PMI ou d'un centre de profit
- Valider le Titre Professionnel Responsable de petite et moyenne structure de niveau 5 (BAC + 2), immatriculé au RNCP sous le numéro : 13733
- Formation éligible à un financement CPF <https://www.moncompteformation.gouv.fr>

Compétences développées

- Prendre conscience du rôle du chef d'entreprise (stratège mais aussi opérationnel)
- Construire une stratégie d'entreprise dans un environnement complexe
- Identifier et mobiliser les ressources pour mettre en œuvre la stratégie définie
- Définir un plan d'action en fonction de son propre diagnostic de l'entreprise et le mettre en œuvre
- Respecter les équilibres financiers fondamentaux de l'entreprise
- Manager efficacement ses équipes
- Mettre en place des tableaux de bord de pilotage adaptés à l'entreprise

Public

- Chefs d'entreprises qui souhaitent être accompagnés dans une phase importante de développement de son entreprise
- Repreneurs d'entreprises
- Responsables d'un centre de profit

Méthodes pédagogiques

Les intervenants exposent les principaux concepts et les méthodologies pouvant être mis en œuvre mais s'appuient très vite sur les cas et expériences partagés avec les participants.

Chacun travaille sur son cas particulier et bénéficie de conseils personnalisés des formateurs consultants.

Pré-requis

Il n'y a pas de prérequis, l'important est le projet du participant et sa position de dirigeant opérationnel. Les candidatures ne sont définitivement admises qu'à la suite d'un entretien destiné à vérifier l'adéquation entre le projet du candidat et les objectifs de la formation, de vérifier qu'il n'y aura pas de problème de concurrence entre les participants.

Sanction de la formation

Responsable de petite et moyenne structure de niveau 5 (BAC + 2), immatriculé au RNCP sous le numéro : 13733

Une évaluation modulaire est faite afin de valider les acquisitions de connaissances des stagiaires.



Évaluation et déroulé de la session de validation

L'obtention du Titre Professionnel Responsable de petite et moyenne structure (niveau 5), immatriculé au RNCP sous le numéro : 13733, sera conditionné par 4 points distincts :

- **La création d'un Dossier Professionnel (DP)** attestant des pratiques professionnelles et ses annexes si prévues au référentiel de certification (RC) reprenant les 3 CCP (Certificat de Compétences Professionnelles ou Blocs de Compétences) suivants :
 - Animer une équipe
 - Piloter les opérations commerciales et la production de biens et/ou services
 - Gérer les ressources financières
- **Une épreuve de synthèse** (étude de cas) de 6h
- **Un entretien technique** de 1h basé sur l'analyse de la synthèse de la veille et du Dossier Professionnel (DP), dont 15 min de préparation

Les résultats seront communiqués ultérieurement par la DIRECCTE.

Un bilan de stage est réalisé en fin de formation, grâce à une évaluation écrite et orale. Il vise à recueillir les réactions des participants et à mesurer leur degré de satisfaction par rapport au contenu de l'action, à ses objectifs et aux méthodes pédagogiques utilisées.

Une équipe de professionnels

L'équipe est constituée de Consultants formateurs spécialisés dans un domaine de compétences et de Consultants formateurs qui ont eu une expérience de chef d'entreprise ou sont encore chefs d'entreprises.



Organisation pratique

Nombre de participants

Maximum 10 pour maintenir l'interactivité nécessaire à ce parcours

Calendrier

A déterminer

Horaires

9h-12h30 et 14h-17h30

Référent de l'action de formation

Valentin VLACIC, Responsable Agence FPC Agen

Coût du parcours

6250€ HT par participant

7500€ TTC

Parcours de formation éligible à un financement CPF : <https://www.moncompteformation.gouv.fr>

Durée

24 jours soit 168 heures

- 3 jours en formation individuelle
- 18 jours en groupe
- 2 jours de préparation examen
- 1 jour d'examen

Lieu

Agen

Parafe représentant légal



Les modules du parcours

Définir son plan de progrès individualisé	En individuel 1 jour
Métier Dirigeant	En groupe 1 jour
Gestion financière et contrôle de gestion	En groupe 4 jours
Stratégie marketing	En groupe 2 jours
Développement commercial	En groupe 2 jours
Calcul des coûts de revient	En groupe 2 jours
Gestion des RH et Management d'équipe	En groupe 3 jour
Management organisationnel et qualité	En groupe 2 jours
Droit du travail	En groupe 1 jours
Métier Dirigeant - Stratégie	En groupe 1 jour
Métier dirigeant - Plan d'action	En individuel 2 jours
Méthodologie de travail - Cas pratiques	En individuel 2 jours
Examen	En individuel 1 jour

Programme

Phase 1 – En amont

Définir son plan de progrès individualisé (formation individualisée 1 jour par candidat)

Réalisation d'un autodiagnostic accompagné pour :

- Cerner les problématiques de l'entreprise pour orienter les interventions des consultants formateurs
- Identifier les besoins du chef d'entreprise
- Définir ensemble un « plan de progrès individualisé »

Phase 2 – Acquisition des connaissances

Module 1 : Métier de dirigeant

1 jour

Objectifs

- Définir le rôle du dirigeant
- Aider les participants à optimiser leur temps de travail
- Proposer des outils d'organisation personnelle du dirigeant

Programme

Le dirigeant

- Son métier
- Ses savoirs faire
- Ses missions
- Son organisation personnelle
- Ses responsabilités
- Ses priorités et ses objectifs

L'entreprise

- Ambition stratégique
- Métier, savoir-faire
- Domaines d'Activité Stratégique (segmentation)
- Spécificités
- Contraintes
- Valeurs

Objectifs

- Être capable d'analyser les comptes de l'entreprise, sa rentabilité et la trésorerie de son entreprise
- Comprendre et mettre en œuvre les outils du contrôle de gestion
- Construire un tableau de bord financier

Programme

Définition et missions de la finance d'entreprise

- Les différentes fonctions et missions de la direction financière d'une entreprise :
 - Fonction par fonction (comptabilité, trésorerie, audit, contrôle de gestion etc.) : quels sont les missions et les enjeux ?
- Le cas de la PME :
 - Comment concilier les impératifs financiers et le manque de moyens financier et humain ?

Lecture et interprétation du bilan

- Comprendre le bilan :
 - Quelles informations y trouve-t-on ? Comment est-il construit ?
- Analyser le bilan :
 - Cycle d'exploitation : fonds de roulement, besoin en fonds de roulement d'entreprise
 - Ratio de rotation
 - Les ratios d'analyse financière

Lecture et interprétation du compte de résultat

- Comprendre le compte de résultat :
 - Quelles informations y trouve-t-on ? Comment est-il construit ?
- Analyser le compte de résultat
 - Les soldes intermédiaires de gestion
 - Les ratios d'analyse
 - Le seuil de rentabilité

La gestion par le tableau de bord

- Performance, efficacité, efficience, facteur clé de succès, indicateurs
- La fixation d'objectifs
- Le choix d'un indicateur
- Construire, suivre et faire vivre un tableau de bord

La gestion par la prévision

- Définition et rôle du budget
 - Le budget s'inscrit dans le cycle prévisionnel
 - Le budget est la feuille de route, un outil de communication interne et externe
 - La nécessaire cohérence du budget et de la stratégie.
- La construction du budget
 - Les différentes étapes
 - Les méthodes de construction : analyse de sensibilité, fourchette,...
 - La logique top-down ou bottom-up
 - La négociation budgétaire

Objectifs

- Dérouler la démarche marketing et l'appliquer à son entreprise
- Formuler sa stratégie marketing
- Communiquer sur son offre

Programme

Compréhension de la démarche marketing : le client, le marché, la valeur.

- La Démarche marketing : résolution tournée vers le client
- Une attitude face au marché : veille, études, connaissance du client
- Définition, évolution et positionnement du marketing dans l'entreprise
- L'innovation, partie intégrante du marketing

L'approche marketing stratégique

- Le diagnostic de l'entreprise (réalisé en amont)
- Les facteurs clés de succès et les avantages concurrentiels :
 - Point avec les participants sur les avantages concurrentiels : grille d'évaluation
- Le Mix Marketing, outil de la mise en œuvre de la stratégie
- Les options stratégiques : les stratégies globales et de domaines d'activité
- Le positionnement de son offre et comment créer de la valeur
 - Plan Marketing à réaliser par chaque participant
- Les stratégies de croissance : réfléchir grâce à la matrice d'Ansoff
 - Chaque participant réalise sa matrice des stratégies de croissance
- Votre entreprise : quelles stratégies aujourd'hui et demain ?

La communication de l'entreprise

- Communiquer efficacement sur son entreprise et son offre
- Quels moyens de communication utiliser en fonction des objectifs
- La communication digitale, les réseaux sociaux et le web marketing
- Etablir son plan de communication



Objectifs

- Mettre en place des outils du marketing opérationnel dans le cadre d'un plan d'action commerciale
- Animer une équipe commerciale
- Définir et mettre en œuvre un plan d'action commercial
- Pilotage de l'activité commerciale

Programme

Comprendre son marché

- Identifier les acteurs, les réseaux de distribution.
- Vos clients d'aujourd'hui seront-ils ceux de demain ?

Définir et mettre en œuvre son Plan d'Action Commercial

- Ecrire ses objectifs – adapter les moyens – définir les coûts
- Identifier les « prospects »
- Définir et mettre en place les moyens de contact
- Fidéliser les clients

Piloter les actions

- Planifier
- Préparer les outils de suivi
- Evaluer les premiers résultats
- Recadrer les objectifs

Animer et stimuler l'équipe commerciale

- Les outils d'animation et de stimulation
- Fédérer l'équipe
- Déléguer



**Objectifs**

- Connaître la typologie des coûts
- Modéliser la structure analytique d'une entreprise
- Affecter les coûts par fonction et par produit
- Proposer les paramètres du tableau de bord des coûts et des marges

Programme

Jour 1 : Identifier la méthode de calcul des coûts de revient

- S'approprier la structure de la fiche de coûts de revient (matière, main d'œuvre..)
- Repérer sur son compte de résultat les charges directes et indirectes
- Bâter la trame de sa fiche de coût de revient
- Calculer le coût théorique des charges directes
- Définir les unités d'œuvre pertinentes pour les coûts indirects
- Repérer les données de gestion nécessaires au calcul des coûts constatés

Le jour 1 : sera basé sur un cas pratique type permettant à tous de co-construire la structure des coûts. Il se terminera par une « To do list » permettant de repérer les données à collecter dans sa propre entreprise pour mener à bien le calcul des coûts.

Un travail en intersession sera demandé aux participants, pour collecter les données de leur entreprise.

Jour 2 : Calculer son propre coût de revient complet

- Calculer les consommations matières
- Calculer le coût de production
- Calculer le coût de structure
- Montage du coût de revient pour un produit
- Réflexion sur les marges

Le 2eme jour : permettra à chacun de calculer quelques coûts unitaires sur tableur (ordinateur portable personnel souhaitable pour ce 2eme jour).



Objectifs

- Mesurer les enjeux d'une bonne gestion des ressources humaines
- Mettre en place des outils liés à la GRH
- Conduire efficacement son équipe vers les objectifs définis
- Se positionner en « relais » envers l'équipe, assumer son rôle de fédérateur
- Traiter les situations au quotidien par la prise de décision adaptée et l'utilisation d'outils d'animation

Programme

- Modèles pour l'élaboration des fiches de poste et délégations
- Guide pour l'entretien annuel et professionnel
- Indicateurs pour évaluer l'entreprise :
 - Formaliser les prises de décision ou actions significatives
 - Pratiquer le reporting au quotidien
- Leviers pour la conduite du changement

Sa position et son rôle dans l'entreprise

- La notion de relais du projet d'entreprise auprès de son équipe
- Les responsabilités identifiées
- Les missions techniques, organisationnelles, relationnelles et managériales

Etablir une relation mobilisatrice auprès de l'équipe.

- Savoir communiquer : informer, expliquer, échanger
- Savoir transmettre les consignes
- Utiliser des comportements appropriés aux situations et aux personnalités : de la directivité à la délégation en passant par la souplesse
- S'affirmer : « oser dire non », se positionner, s'engager
- Valoriser les résultats et les objectifs atteints

Les outils opérationnels du management d'équipe

- Le briefing et débriefing de l'équipe
- La régulation des dérives
- Le tutorat
- La gestion méthodique des conflits naissants



Objectifs

- Utiliser le management par la qualité comme un outil structurant
- Intégrer le management transversal par la performance globale de l'entreprise

Programme

Manager par la qualité

- Quelques définitions (Management, Processus, ...)
- Approche processus (Transversalité)
- Mesurer la performance
- Orientation client
- Leadership de la Direction
- Management des compétences
- L'amélioration continue

Principes et méthodes des principaux outils de l'amélioration continue

- 5S
- SMED (Changement rapide d'outil)
- TPM (Total Productive Maintenance)
- LEAN MANUFACTURING

Management transversal

- Le contexte
- Principe du management transversal
- Complémentarité management hiérarchique / management transversal
- L'attitude de chacun, clé de la réussite des relations transversales
- Une dynamique de traversée
- Minimiser la différence
- Echanges argumentés

Manager par les processus

- Rôle des pilotes de processus
- Objectifs d'une revue de processus
- Animer une revue de processus



Objectifs

- Prendre conscience de ses droits et devoirs
- Intégrer la dimension pratique du droit du travail dans son management

Programme

Introduction sur le droit du travail

- Sources du droit du travail
- Organisation juridictionnelle : Conseil de Prud'hommes
- Administration du travail : Inspection

Les relations individuelles : de la signature du contrat à sa rupture

- Le contrat de travail : Définition, critères contenus
- Différents types de contrat : CDI, CDD, temps partiel, travail temporaire
- Exécution du contrat
 - Pouvoirs de l'employeur
 - Rémunération
 - Temps de travail
 - La sécurité au travail
 - Modifications du contrat et des conditions de travail
- Rupture du contrat de travail

Les relations collectives : construire avec les représentants du personnel

- La représentation collective
 - Les syndicats
 - Délégués du personnel
 - Comité d'entreprise
 - Protection des représentants du personnel contre le licenciement
- La négociation collective
- Les conflits collectifs du droit du travail : droit de grève



Objectifs

- Définir et mettre en œuvre une stratégie d'entreprise

Programme

Formaliser sa stratégie

- Analyse de l'environnement de l'entreprise
- Analyse du potentiel de l'entreprise
- Elaboration des options stratégiques
- Elaboration ou formalisation du plan stratégique

Cette journée est consacrée à la définition d'un plan d'action et à sa mise en œuvre

- Le diagnostic
- La stratégie
- Intégration des actions en cours
- La conduite du plan d'actions
- Détermination des indicateurs de suivi
- Planification et pilotage



Phase 3 – Application

Module 1 : Métier Dirigeant – Plan d'action

2 jours

L'un des projets de ce plan d'action, du fait de son caractère stratégique ou en raison de la volonté et/ou de la capacité du stagiaire à le prendre en charge, fera l'objet d'un suivi individuel par un consultant formateur sur 2 journées.

C'est l'animateur du module métier dirigeant qui désignera avec chaque stagiaire le consultant chargé de l'accompagnement personnalisé.