

Public concerné

- 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 re-situer leur pratique.

Objectifs pédagogiques/Compétences visées

- Former aux fonctions de management opérationnel.
- Préparer les acteurs à assurer un rôle complet de manager dans les organisations

- Compétences visées : Animer une équipe, appréhender les différentes facettes du pilotage d'une entreprise, identifier le rôle des parties prenantes et l'impact de l'environnement, positionner stratégiquement l'entreprise et ses produits, organiser son développement
- Débouchés professionnels :
- Responsable d'une unité industrielle, production ou service, responsable d'un projet ou d'une affaire

Organisation

Nombre de crédits ECTS : 24
Stages, projets, mémoire et condition de délivrance du diplôme

- Le certificat est délivré aux auditeurs ayant obtenu 10/20 en moyenne sur la somme des notes des UE. Il ne doit pas y avoir de note inférieure à 8/20 pour une UE. RAPPEL du règlement : valider les enseignements et le projet avec une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20, sans note inférieure à 8, dans un délai maximum de 4 ans. Mesures transitoires : Les auditeurs ayant validé les UE EME 140 et EME 141 sont automatiquement dispensés de l'UE EME 146.


Description de la formation


EME146	Principes, outils et pratiques du management	8 crédits
--------	--	-----------

ESC101	Mercatique I : concepts et études marketing	6 crédits
--------	---	-----------

ESC102	Mercatique II : Stratégie marketing	4 crédits
--------	---	-----------

EME104	Gestion des homme I	6 crédits
--------	------------------------	-----------

 Unités d'enseignements et unités d'activités obligatoires

 Unités d'enseignements et unités d'activités optionnelles

Commentaire sur la formation

Dossier d'inscription cnam

Tout savoir sur le Cnam en Picardie

Tout savoir sur la formation en cours du soir, la formation à distance et la formation en mixte

Tout savoir sur la VAE - VES - VAP

Tout savoir sur la formation en alternance

Planning de la formation

EME104 - Gestion des hommes I

Public concerné

Organisation
6 crédits

Contenu de la formation

Introduction : Ce que gérer veut dire
La place de la gestion des hommes dans l'entreprise
Un champ de pratiques mis en questions.
Le contexte de changement : transformation du travail, évolution de l'emploi, montée de la formation initiale, renouvellement du paritarisme.
La contribution de la G. H. à la flexibilité de l'entreprise.
Les choix de stratégies en matière de G. H.
Les enjeux de la G. H. : implication, développement, différenciation.
L'organisation de la fonction gestion des hommes
Historique de la fonction G. H.
Les différentes missions de la G. H. : administration, management, développement social, relations sociales.
La répartition des responsabilités entre spécialistes et managers.
Les profils de compétences des spécialistes de la G. H.
Les systèmes d'informations de la G. H.
La gestion collective des hommes
Le cadre réglementaire, conventionnel et législatif de la G. H.
La gestion prévisionnelle des emplois.
Les classifications et les qualifications.
Les politiques de rémunération.
La gestion individuelle des hommes
Du recrutement à la séparation.
La gestion des compétences.
La gestion des carrières et de la mobilité professionnelle.
L'entretien professionnel et les modalités d'évaluation.
L'orientation professionnelle, le bilan de compétences, l'employabilité.
Le développement social
L'élaboration du plan de formation et l'ingénierie de formation.
Les évolutions de l'organisation du travail et le développement des compétences.
L'aménagement et de la réduction du temps de travail.
L'amélioration des conditions de travail et la prévention des risques professionnels.
Les relations sociales
Le paritarisme en France.
Les organisations syndicales, historique et réalités actuelles.
Le syndicalisme dans l'entre prise.
La négociation sociale.
Les instances représentatives du personnel.
La Communication interne
Les politiques de communication dans l'entreprise.
Les différentes formes de communication interne.
Les supports de communication.
La contribution des sciences humaines à la gestion des hommes
management, science de gestion '
Les apports de la sociologie des organisations et de la sociologie du travail.
Les apports de la psychologie du travail et de la psychologie sociale.
Conclusion : un " partenaire d'affaires " '
L'apport de la gestion des hommes à la performance globale de l'entreprise.
Les conditions de l'efficacité des politiques de ressources humaines.
Des témoignages de Directeurs de Ressources humaines en exercice complètent le contenu de l'enseignement.

Aucun cours pour le semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

EME146 - Principes, outils et pratiques du management

Public concerné

Organisation
8 crédits

Contenu de la formation

Les unités de formations sont proposées dans les centres de : AMIENS - FOAD
Semestre 1

Samedi
AMIENS 08h-12h - cours Principes, outils et pratiques du management EME146

Semestre 2

Disponible en FOAD
Les scéances de regroupement auront lieu le : 20/03/10 15/05/10 cours Principes, outils et pratiques du management EME146

Samedi
AMIENS 08h-12h - cours Principes, outils et pratiques du management EME146

ESC101 - Mercatique I : concepts et études marketing

Public concerné

Organisation
6 crédits

Contenu de la formation

Etudes de marchés
Principes et acteurs du marketing
Démarche d'une étude sur un exemple simple
Méthodologies de recueil d'informations marketing
Echantillonnage
Analyse d'informations marketing
Panels de consommateurs et de distributeurs, "access panels", panels d'internautes.
Utilisation de nouvelles technologies de communication
Recherche marketing sur Internet
Single source
Prévision de marchés
Cas concrets d'applications

Semestre 1

Aucun cours pour le semestre 2

ESC102 - Mercatique II : Stratégie marketing

Public concerné

Organisation
4 crédits

Contenu de la formation

Stratégies marketing
Modèles classiques et récents d'analyse stratégique
Chaîne de valeur ajoutée et satisfaction du client
De la segmentation au marketing personnalisé
Elaboration de marketing mix
Politiques partielles (produits-services, prix, communication, distribution)
Marketing direct et gestion de la relation client /CRM
Systèmes d'information commerciaux et marketing.
Commerce électronique.

Les unités de formations sont proposées dans les centres de : AMIENS - FOAD
Semestre 1

Disponible en FOAD
Les scéances de regroupement auront lieu le :
Se renseigner auprès du centre.
cours
Mercatique II : Stratégie marketing ESC102

Semestre 2

Mardi
AMIENS
18h-21h - cours
Mercatique II : Stratégie marketing ESC102