

Gérer un centre de profit

Référence : 2GEM_CentProf_01
Prix : 3170 euros TTC

En bref

Un manager de centre de profit a pour mission à la fois de gérer son entité sur le suivi de ses coûts et des investissements engagés, mais aussi bien souvent de développer l'activité commerciale, suivre les équipes et de dégager les bénéfices sur lesquels il se sera engagé. Or le manager peut parfois avoir du mal à concilier ses obligations de développement avec la gestion des budgets et la maîtrise des coûts qu'on lui demande au quotidien.

Cette formation a été élaborée dans cette optique : faire comprendre de manière simple et pratique les notions fondamentales de la gestion d'entreprise et montrer les relations entre les choix stratégiques et le pilotage au quotidien.

A qui s'adresse cette formation ?

A tout individu souhaitant acquérir les fondamentaux de la gestion d'entreprise afin de mieux l'intégrer dans son travail quotidien.

Les points forts

- Des repères sur les théories de la motivation les plus reconnues, élaborées par Maslow, Herzberg ou Vroom
- Des exemples de cas concrets, et les enseignements pratiques associés

Le déroulé de la formation



Une formation-action d'une durée d'un an comprenant :

- Une trentaine de sessions de formation en ligne d'une heure chacune
- Un autodiagnostic de connaissances et pratiques avant et après la formation
- L'accompagnement d'un tuteur pédagogique à distance
- 3 heures de coaching par un professeur de l'ESC Grenoble
- Un examen sur table, dans un centre certifié
- Un certificat en management délivré à l'issue du parcours (sous réserve de réussite à l'examen)
- L'accès pendant un an à la bibliothèque de contenus en ligne de l'ESC Grenoble
- L'inscription en tant qu'Anciens de l'ESC Grenoble

Le contenu

3 programmes complets de formation en ligne :

■ Du management stratégique

Qu'est-ce que la stratégie d'entreprise ?
Les grands principes pour définir son projet stratégique
Maîtriser l'analyse SWOT
Comprendre la dynamique du marché
Construire sa stratégie au niveau d'un business
Qu'est-ce qu'une stratégie de coûts ?
Mener à bien une stratégie de coût
Qu'est-ce qu'une stratégie de différenciation ?
Mener à bien une stratégie de différenciation
Chaîne de valeur et avantages compétitifs
Analyser sa position concurrentielle
Création de valeur et stratégie

■Des comptes de l'entreprise

Qu'est-ce qu'un bilan?

Comprendre les cycles de l'entreprise avec le bilan économique

Qu'est-ce qu'un compte de résultat par nature ?

A quoi servent les soldes intermédiaires de gestion ?

Comment les anglos saxons présentent le compte de résultat ?

Comprendre les principes de la consolidation

Comment analyse-t-on un compte de résultat par nature?

Qu'est-ce que l'effet ciseau ?

Comment calcule-t-on le niveau de point mort d'une entreprise ?

Qu'est-ce qu'un coût ?

■Du contrôle de gestion

Qu'est-ce qu'un coût ?

Prix de cession interne et centres de responsabilité

Qu'est-ce qu'un coût ?

Le coût de revient: des coûts partiels aux coûts complets

Le coût de revient : des coûts complets à la méthode ABC

Connaître les sources de la création de valeur : le ROCE et EVA

Comprendre les principes du processus de prévision

Construire et piloter un budget

De la vision stratégique à la gestion au quotidien : la méthode OVAR

De la vision stratégique à la gestion au quotidien avec le « Balanced ScoreCard »

Construire un tableau de bord

|| Pour aller plus loin

A paraître :

- Internationaliser l'entreprise
- Négocier avec des partenaires financiers
- Manager de façon responsable