



IUT Saint-Nazaire
Pôle Sciences et technologie

Licence technico-commercial PME-PMI - bloc de compétences 10

Gestion d'une organisation



Dates

A définir suivant le calendrier de la licence professionnelle



Qui ?

Profil technique ou scientifique souhaitant acquérir la double compétence technico-commerciale



Pré-requis

BAC +2 technique ou scientifique

VA pour les reprises d'études



Durée

125 heures



Prix

A partir de 1375 euros à 2625 euros



Intégré au groupe constituant la licence



Pour une formation intra - entreprise ou sur-mesure : nous contacter

✓ Objectifs de la formation

Inscrire une PME/ PMI dans une logique de développement volontariste et sécurisée

Être capable de définir les besoins de l'entreprise, de trouver, de comparer et de sélectionner des offres fournisseurs. Gestion des flux : Comprendre les flux de fonctionnement d'une entreprise, les schématiser et identifier les divers métiers liés aux fonctions de la logistique. Être apte à calculer la valeur, le niveau des stocks et les coûts d'approvisionnement d'une entreprise.

Sensibiliser aux techniques relatives aux fonctions financières et comptables de l'entreprise. Etablir un diagnostic financier de l'entreprise, analyser la rentabilité d'une entreprise, réaliser un tableau prévisionnel de trésorerie.

✓ Programme

Nouvelles Techniques managériales : Le poids du dirigeant en position de leader-animateur de son premier cercle de collaborateurs, l'inscription dans des plans d'action pragmatiques avec pilotage à l'aval.

Le repérage anticipé des besoins en compétences pour clarifier l'autonomie et la responsabilité de chaque collaborateur.

Contrôle de gestion : Compréhension et analyse des documents comptables (comptabilité générale). Analyse de l'équilibre financier de l'entreprise et analyse des coûts.

Achats : métiers achats, analyse des besoins et des priorités, sourcing, gestion d'appel d'offres.

Gestion des flux : Métiers de la logistique, gestion des stocks, méthodes d'approvisionnement.

Stratégie commerciale : Replacer la stratégie commerciale dans la chaîne de valeur de son métier. Identifier et connaître ses clients « la segmentation ». Analyser la concurrence. Définir la notion de business model. Identifier et choisir les outils du développement commercial adapté à son business model pour mener à bien son développement commercial. Les canaux d'acquisition client ; les KPI de la vente. Le cas particulier de la clientèle publique comment répondre à un AO public.

✓ **Points forts de la formation**

Travaux en individuel, en sous-groupe, étude de cas, vidéo, fiche outils.

Cas pratique achats / exercice.

Une application pratique des participants à leur écosystème que ce soit une entreprise industrielle, un distributeur dans les fournitures, services ou une entreprise de travaux notamment dans le cadre de ventes complexes telles que la réponse aux marchés publics.

✓ **Evaluation**

Evaluation de la fin de module permettant la validation du bloc de compétences.

