

PROGRAMME DE FORMATION

TITRE PROFESSIONNEL RESPONSABLE DE PETITE ET MOYENNE STRUCTURE

Méthodes pédagogiques et techniques mises en œuvre

Il s'agit d'une formation en alternance, réalisée à FORMATION.S 89 (2 jours semaine) et en structure d'accueil (Associations ou autres, collectivités territoriales, structures privées telles club de vacances, ...). Les mises en situation pédagogique en structure d'accueil et les actions de formation en entreprise seront programmées au fur et à mesure de l'avancement de la formation.

Notre projet pédagogique de F.S 89 a pour mission de former des professionnels compétents et de faire de la formation un levier d'insertion professionnelle. Pour cela notre conception de la formation s'appuie sur :

- 89 Une approche bienveillante vis-à-vis de tous les apprenants
- 89 Une qualité d'écoute, une posture respectueuse et tolérante envers les apprenants et acceptation des différences.
- 89 Une reconnaissance de l'apprenant comme une personne singulière, ayant des ressources, un potentiel, ainsi qu'une volonté de partage, de solidarité, de responsabilité et d'engagement dans sa formation et dans la vie professionnelle.

Les formateurs de F.S 89 sont tous issus du monde professionnel pour leurs interventions, ils pourront utiliser des méthodes différentes en fonction de la thématique à aborder en face à face pédagogique, cependant ils devront privilégier les suivantes : la méthode active, expérimentale et interrogative.

La formation est de type multimodal. Elle comprend :

- 89 Des temps de formation réalisés en "sychrone" : en présentiel en centre de formation ou à distance via un outil de visioconférence ;
- 89 Des temps d'autoformation "asynchrones" réalisés à distance via la plateforme de formation
Ces temps d'autoformation sont découpés de la manière suivante :
 - 89 Séquences d'autoformation réalisées sur la plateforme ;
 - 89 Réalisation de travaux collaboratifs et personnels. Ces derniers peuvent s'effectuer en entreprise et/ou au domicile, ..., les heures effectuées dans ce cadre sont applicables au même titre que celles réalisées en centre de formation ;

Ces temps d'autoformation sont tutorés par un tuteur désigné et/ou par l'équipe pédagogique. L'apprenant recevra une réponse dans les 48 heures dans le cas d'un échange asynchrone. Le temps estimé par l'équipe pédagogique pour la réalisation des travaux à distance tutorés.



Cette durée permet au stagiaire d'acquérir les connaissances du niveau attendu. L'apprenant est partie prenante de la formation au même titre que l'organisme de formation pour atteindre les objectifs pédagogiques et garantir le bon déroulement du scénario établi.

Moyens d'évaluation mis en œuvre

F.S 89 est habilité par la Direction régionale de l'Économie, de l'Emploi, du Travail et des Solidarités (DREETS) et sera à même de délivrer une attestation de formation au stagiaire sous réserve d'une assiduité régulière au parcours de formation proposé.

Par ailleurs, la délivrance du diplôme du "TITRE PROFESSIONNEL RESPONSABLE DE PETITE ET MOYENNE STRUCTURE " sera soumis à l'appréciation du jury de certification mis en œuvre PAR F.S 89 et validé par la Direction régionale de l'Économie, de l'Emploi, du Travail et des Solidarités (DREETS).

Contenu pédagogique :

CCP 1. DIRIGER UNE STRUCTURE AVEC UNE EQUIPE

- a. Développer une vision systémique de la structure dans son environnement
- b. Inscrire la structure dans son territoire
- c. Manager et animer une équipe

CCP 2. METTRE EN ŒUVRE L'OBJECT SOCIAL DE LA STRUCTURE

- a. Adapter l'offre de la structure à la demande
- b. Organiser et développer la diffusion de l'offre
- c. Organiser la production

CCP 3. ETABLIR ET PRESENTER UN RAPPORT D'ACTIVITE DE LA STRUCTURE

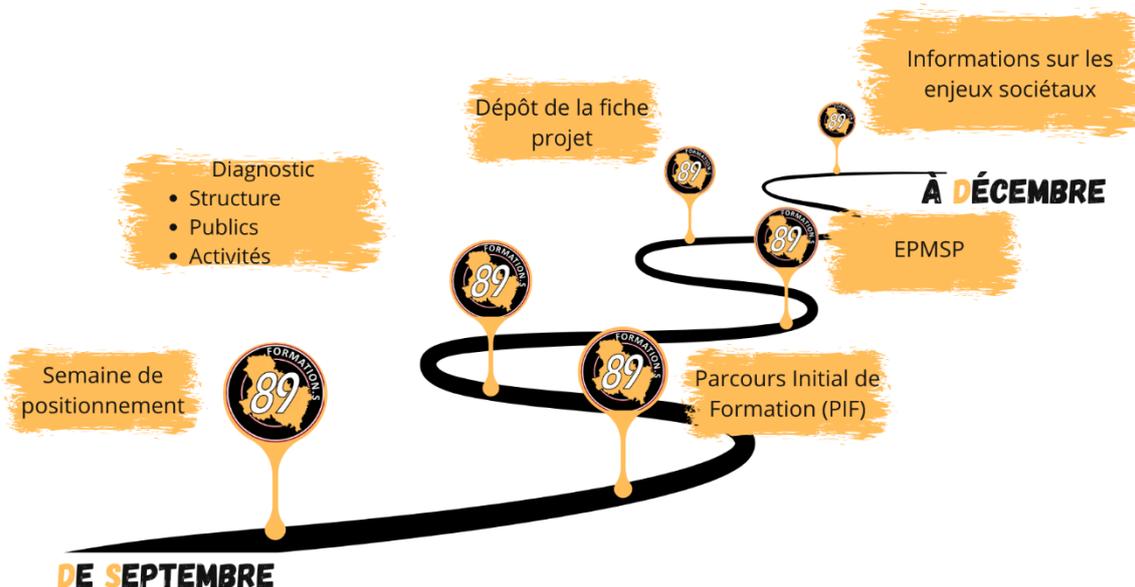
- a. Analyser le bilan de la structure
- b. Analyser le compte de résultat de la structure
- c. Rédiger le rapport d'activité de la structure

COMPETENCES TRANSVERSES

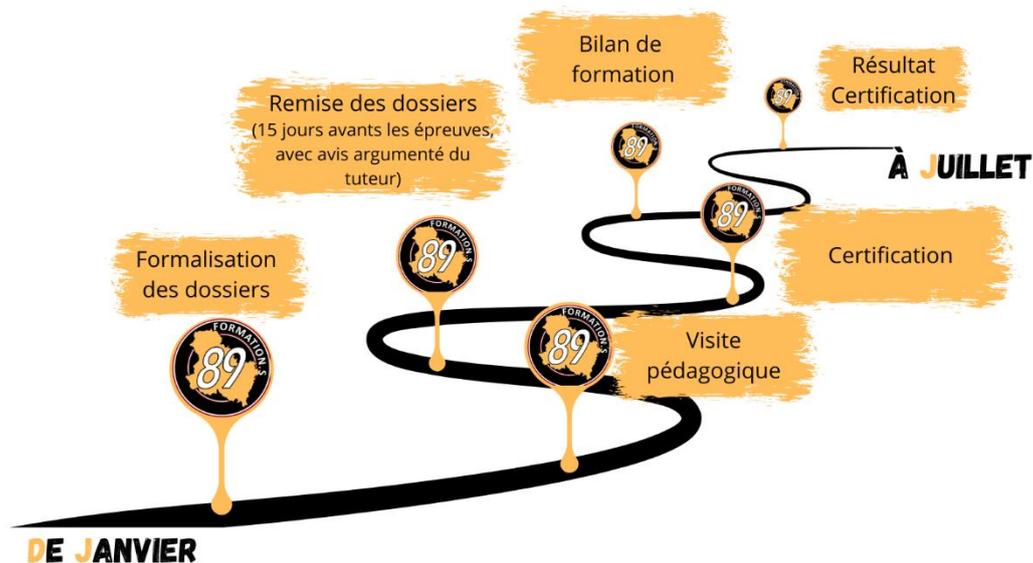
PREPARATION EXAMEN

Étapes importantes de la formation

LES ÉTAPES IMPORTANTES DE LA FORMATION



LES ÉTAPES IMPORTANTES DE LA FORMATION





Contenus théoriques

- 89 Positionner l'organisation dans son environnement économique
- 89 Identifier l'environnement juridique de l'organisation
- 89 Caractériser les différentes fonctions de l'organisation
- 89 Diagnostiquer les enjeux économiques, juridiques et environnementaux de l'organisation
- 89 Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise
- 89 Connaître les différents statuts possibles pour une entreprise
- 89 Définir les acteurs institutionnels, les réseaux importants et les partenaires dans le territoire de l'entreprise
- 89 Établir une communication institutionnelle
- 89 Gérer la communication de l'entreprise sur les réseaux sociaux/ site internet
- 89 Adapter sa communication verbale ou non verbale en fonction du public rencontré
- 89 Mesurer l'importance du tribunal de commerce
- 89 Communiquer par oral et par écrit de façon claire et non-ambigüe
- 89 Travailler en équipe tout en respectant le rôle de chacun
- 89 Fédérer les équipes autour de la réussite des objectifs
- 89 Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- 89 Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- 89 Analyser ses actions en situation professionnelle, s'auto-évaluer pour améliorer sa pratique
- 89 Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne
- 89 Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation
- 89 Organiser le suivi de ses résultats pour gagner en performance au sein de l'équipe commerciale
- 89 Définir les responsabilités et mettre en adéquation les ressources
- 89 Manager les acteurs du projet
- 89 Analyser l'environnement d'une entreprise en repérant et appréciant les sources d'informations
- 89 Mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple
- 89 Mettre en place des outils de veille pour anticiper les évolutions de l'environnement
- 89 Identifier les cibles et les objectifs de communication en tenant compte de la cohérence du mix
- 89 Analyser de manière pertinente les moyens de communication commerciale
- 89 Élaborer des supports simples
- 89 Analyser les indicateurs post campagne
- 89 Réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales
- 89 Coconstruire une offre en collaboration avec les parties prenantes concernées (interne & externe)
- 89 Identifier les acteurs du marché

- 89 Identifier les composantes du mix marketing
- 89 Proposer la segmentation, le ciblage et le positionnement en prenant comptes de l'analyse SWOT
- 89 Élaborer le mix marketing
- 89 Concevoir les outils de communication du mix marketing
- 89 Concevoir et appliquer une démarche omnicanale dans la stratégie de l'entreprise
- 89 Déterminer les facteurs de pérennisation du point de vente en utilisant les techniques de merchandising et de communication
- 89 Choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation marché
- 89 Concevoir un mix étendu pour une offre complexe
- 89 Préparer un plan de découverte qui permette de profiler le client et découvrir ses besoins
- 89 Concevoir un argumentaire qui permette de proposer une solution adaptée aux besoins du client
- 89 Recourir aux techniques adaptées à la démarche de prospection
- 89 Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés
- 89 Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat
- 89 Intégrer la satisfaction client dans la réussite de la relation commerciale et la réputation de l'entreprise
- 89 Mesurer l'importance du choix des cibles commerciales
- 89 Traiter les réclamations client pour optimiser l'activité
- 89 Exploiter un CRM
- 89 Optimiser l'expérience client par la mise en place d'un processus
- 89 Appréhender tous les facteurs de réussite d'une stratégie omnicanale, en utilisant un CRM
- 89 Négocier en processus vente, en utilisant les techniques de vente et de communication orale, et en mettant en œuvre des qualités personnelles propices pour convaincre
- 89 Mettre en œuvre la stratégie marketing et commerciale au sein de l'équipe
- 89 Mesurer l'impact des opérations de communication à l'aide de KPI
- 89 Évaluer la performance commerciale au moyen de KPI
- 89 Contribuer à la démarche qualité de l'organisation
- 89 Mettre en œuvre de façon adaptée et responsable, les opérations de vente, de logistique et de transport
- 89 Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs visés
- 89 Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux
- 89 Évaluer les risques
- 89 Rendre compte aux acteurs du projet
- 89 Gérer et ajuster le projet
- 89 Connaitre les bases de la gestion comptable
- 89 Exploiter les opérations de trésorerie
- 89 Savoir lire un bilan et un compte de résultat
- 89 Maitriser les procédures pour les entreprises en difficulté
- 89 Évaluer la situation financière de l'organisation



Formation.S 89

TP RPMS

- 89 Déterminer les coûts et la rentabilité pour le pilotage de l'organisation
- 89 Analyser les ratios pertinents
- 89 Déterminer et analyser un seuil de rentabilité
- 89 Rédiger un écrit professionnel
- 89 Lire un budget et respecter le cadrage
- 89 Communiquer avec les acteurs du projet
- 89 Intégrer les champs de connaissance transversaux au projet
- 89 Participer à la communication du projet
- 89 Élaborer et suivre les différents tableaux de bords nécessaires au pilotage de l'organisation
- 89 Définir et élaborer les éléments de communication du projet
- 89 Clore un projet

8 passage Soufflot

89000 AUXERRE

UAI : 0891331N

Siret : 75090031800023

Ouvert tous les jours de la semaine - 9h00 / 17h00

09 85 13 00 35 - contact@fs89.fr

www.fs89.fr @formation.s_89





Modalités des certifications

La validation des certificats de compétences professionnelles (CCP) composant le **"TITRE PROFESSIONNEL RESPONSABLE DE PETITE ET MOYENNE STRUCTURE"** se déroulera dans le cadre de la formation comme suit :

Modalités	Compétences évaluées	Durée	Détail de l'organisation de l'épreuve
Présentation d'un projet réalisé en amont de la session	Développer une vision systémique de la structure dans son environnement Inscrire la structure dans son territoire Manager et animer une équipe Adapter l'offre de la structure à la demande Organiser et développer la diffusion de l'offre Organiser la production Analyser le bilan de la structure Analyser le compte de résultat de la structure Rédiger le rapport d'activité de la structure	00 h 45 min	En amont de la session d'examen, le candidat réalise un ou plusieurs projets. Il prépare un dossier présentant le ou les projets ainsi qu'un support de type diaporama. Lors de l'examen, le jury prend connaissance du dossier imprimé avant la présentation du candidat. Le candidat présente l'ensemble au jury.
Autres modalités d'évaluation le cas échéant :			
<ul style="list-style-type: none"> Entretien technique 	Développer une vision systémique de la structure dans son environnement Inscrire la structure dans son territoire Manager et animer une équipe Adapter l'offre de la structure à la demande Organiser et développer la diffusion de l'offre Organiser la production Analyser le bilan de la structure Analyser le compte de résultat de la structure Rédiger le rapport d'activité de la structure Sans objet	00 h 30 min	Le jury questionne le candidat sur la base de son dossier de projet et de sa présentation, afin de s'assurer de la maîtrise des compétences couvertes par le projet ou les projets. Un questionnaire complémentaire permet d'évaluer les compétences qui ne sont pas couvertes par le projet ou les projets.
<ul style="list-style-type: none"> Questionnaire professionnel Questionnement à partir de production(s) 	Sans objet		Sans objet
Entretien final		00 h 20 min	Y compris le temps d'échange avec le candidat sur le dossier professionnel. Le jury vérifie la compréhension du métier et de son contexte d'exercice par le candidat.
	Durée totale de l'épreuve pour le candidat :	01 h 35 min	