



## TITRE RNCP NIVEAU II - RESPONSABLE EN GESTION Spécialisation « Analyse Financière et Contrôle de Gestion »

### PROGRAMME DE FORMATION

#### Les mécanismes de l'économie contemporaine (UE ESD103) : 80 heures

##### **Notions de base**

Les choix économiques dans l'entreprise : l'entreprise et le consommateur - Le fonctionnement des marchés et l'équilibre - Analyse macroéconomique et comptabilité nationale - La fonction de production et la technologie - La productivité des facteurs de production.

##### **L'équilibre général de l'économie**

L'équilibre par le jeu des marchés : l'équilibre keynésien - L'effet des politiques publiques - Le cycle économique - Conjoncture et prévision économique.

##### **Monnaie et marchés financiers**

La bourse et les marchés de capitaux (titres, marchés financiers) : l'arbitrage entre risque et rendement - Savoir lire les journaux financiers - Les banques et la création de monnaie - La politique monétaire - L'inflation.

##### **Economie internationale**

La division internationale du travail : échanges extérieurs et compétitivité - Les taux de change et le système monétaire international - L'économie nationale et le marché mondial.

#### Marketing I : concepts et études marketing (UE ESC101) : 60 heures

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  
Politiques partielles (produits-services, prix, communication, distribution)  
Marketing direct et gestion de la relation client  
Systèmes d'information commerciaux et marketing.  
Commerce électronique.

#### Règles générales du droit des contrats (UE DRA103) : 40 heures

##### **Notions fondamentales**

Sociétés et groupements voisins.

##### **Contrat de société**

Apports - Vocation aux bénéfices et aux pertes - *Affectio societatis*

##### **Personne morale sociétaire**

Attributs - Constitution - Fonctionnement - Dissolution.

##### **Statut de l'associé**

Engagements de l'associé - Exclusion - Cession de droits sociaux - Cession de contrôle - Participation à la vie sociale - Droit de vote.

##### **Rapprochements entre sociétés**

Groupes de sociétés - Fusions, scissions et apports partiels d'actifs.

### **Comptabilité et analyse financière (UE CFA116) : 60 heures**

Les finalités et les acteurs de l'information comptable

- Les finalités de l'information comptable
- Les acteurs de la chaîne de l'information comptable et financière
- La normalisation de l'information comptable et financière
- Les différences entre comptabilité financière et comptabilité de gestion

Le modèle comptable et le contenu des états financiers

- Les objectifs et les caractéristiques de l'information comptable
- Le(s) modèle(s) comptable(s) (postulats, principes...)
- Le bilan : patrimoine et situation financière
- Le compte de résultat

- La détermination du résultat comptable

- Le tableau de flux

L'interprétation des états financiers

- Les grands équilibres financiers, l'analyse de la structure financière et l'étude des performances économiques et financières

La mesure des coûts et la performance économique d'une activité, d'un produit ou d'une fonction

- Les finalités du calcul des coûts et sensibilisation à la méthode de calcul des coûts complets

### **Management Processus et organisation de l'entreprise (UE EME101) : 60 heures**

Éléments d'histoire du management

Du marchand donneur d'ordre à l'entrepreneur capitaliste et producteur (1800-1900)

La production poussée vers le marché par la grande entreprise (1900-1945)

Consommation de masse et changements de logique industrielle en germe (1945-1975)

Vers une « personnalisation évolutive de masse » (1975-2005)

Une représentation de l'activité de l'entreprise

Une cartographie des processus

Principes et formes d'organisation de l'entreprise

L'interaction entre processus et organisation

Outils de gestion des processus

La mesure de la performance des processus

Mise sous contrôle et amélioration permanente des processus

Outils de gestion de l'organisation

La mesure de la performance organisationnelle (RIO)

L'alignement de l'organisation

### **Finance d'entreprise : gestion et politique financière (UE GFN139) : 80 heures**

**Démarche du diagnostic financier**

L'analyse du bilan fonctionnel – l'analyse des soldes intermédiaires de gestion – l'analyse de l'équilibre financier – l'analyse par les ratios et les indicateurs de rentabilité

**La gestion financière prévisionnelle**

La gestion de trésorerie et la relation banque/entreprise – l'élaboration du plan de financement

**Théorie et politique financière**

Décision d'investissement et critère de choix – Éléments de théorie financière – Organisation du marché financier et panorama des produits financiers

### **Action commerciale internationale (UE DVE103) : 80 heures**

**Environnement international : commerce extérieur de la France**

Système financier international, système monétaire international - Formes de l'internationalisation - Le circuit bancaire des paiements internationaux.

**Le marketing international : stratégie et planification du marketing**

L'environnement du marketing international, choix d'un mode d'implantation : exportation, association,

investissement - Adaptation ou non adaptation du produit, communication.

**Le droit international : le cadre juridique des opérations commerciales internationales**

Les différentes formes de droit - Les problèmes liés à l'absence d'un véritable droit commercial international ; comment aborder l'arbitrage, le règlement à l'amiable, les clauses usuelles d'un contrat international ; analyse d'un contrat.

**Le financement et l'assurance des exportations**

Préfinancement et financement à court terme des exportations - Financement à moyen et long terme - Les protocoles financiers - L'assurance-crédit.

**L'investissement à l'étranger**

L'implantation à l'étranger - Le financement et l'investissement à l'étranger - Le financement des filiales étrangères - La fiscalité des filiales étrangères - La fiscalité des investissements à l'étranger.

**Les sociétés multinationales**

Face à la mondialisation des forces économiques, la réponse des multinationales à la compétitivité par l'intégration des ressources, la standardisation des produits et procédés - Différenciation et adaptation pour répondre aux forces politiques, culturelles et de marchés.

**La couverture des risques**

**Enseignement complémentaire : 86 heures :**

**Comptabilité et contrôle de gestion Initiation I (UE CCG 101)**

**Modèles d'analyse en coût complet.** Calculs de dissociations des charges en charges directes, indirectes, non incorporables, supplétives, calculées, étalées, etc. Matrice de Ventilation des charges : calcul des clés de répartitions et d'imputations, calcul des unités d'oeuvre et taux de frais, centres d'analyse secondaires ou de support et principaux, unités homogènes, etc. prestations croisées par solveur (Excel) ou autre.

**Méthode ABC et calcul de corrélation sur Excel pour le choix des inducteurs de coûts.**

**Modèles d'analyses en coûts partiels.** Calculs de séparation du coût en coûts variable, fixe, proportionnel, par palier, etc. analyses et graphiques de corrélation sur Excel. Modèle du direct costing simple, compte de résultat différentiel, marges. Modèle de seuils de rentabilité simple. Direct costing évolué. Calculs et graphiques sur Excel.

**Imputation rationnelle des charges fixes.** Calcul des taux d'activité et de rendement. L'opportunité d'accepter un commande supplémentaire: le coût marginal. Calculs et graphiques sur Excel.

**Comptabilité et contrôle de gestion Initiation II (UE CCG 102)**

**Processus budgétaire.**

**Budget des ventes.** Calculs et traçage des courbes de tendances et coefficient de corrélation sur Excel. Contexte organisationnel, modèle d'optimisation, budgétisation.

**Budget de la production.** Contexte organisationnel, calculs d'optimisation, traçage des courbes sur Excel en cas de bi-produits, résolution de systèmes d'équations, budgétisation.

**Budget des approvisionnements.** Contexte organisationnel, budgétisation, modèle d'optimisation (dérivées, primitives, courbes enveloppe, détermination de la règle des 20/80, multiplication de matrices, etc.)

**Budget des investissements.** Contexte organisationnel, budgétisation, modèle de choix en avenir certain et aléatoire (VAN, TIR, etc. détermination sur Excel des taux)

**Examens écrit et oral : 32 heures**

## **Mercatique II : Stratégie marketing (UE ESC102) : 40 heures**

Recherche marketing sur Internet

Single source

Prévision de marchés

Cas concrets d'applications. 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

Systèmes d'information commerciaux et marketing.

Commerce électronique.

## **Principes, outils et pratique du management (UE EME146) : 80 heures**

### **L'objet et la nature du management**

Une modélisation de l'activité de l'entreprise.

Les différentes facettes du management.

### **Des principes et outils de politique générale.**

L'offre à la clientèle.

Les activités économiques et les processus.

L'organisation / L'actionnaire / Le personnel / La collectivité.

### **Le cycle de management opérationnel.**

L'activité de planification.

L'activité de pilotage.

Liaison plan-budget et reprévision.

### **Le management stratégique.**

Le schéma de réflexion stratégique.

Analyse et planification stratégiques.

L'action stratégique / Le cas ABB.

### **Le management de proximité.**

Les rôles du manager de d'équipe.

Le manager de proximité en action. Diagnostic du manager de proximité et plans d'action.

## **Distribution (UE ACD108) : 40 heures**

### **Distribution : passé, présent, avenir**

#### **Stratégies de distribution des producteurs**

Faut-il éliminer les intermédiaires ?

Faut-il être présent dans le plus grand nombre de points de vente ?

Quel type de format de vente faut-il choisir ?

Faut-il choisir une distribution multi-canal ?

Comment organiser les relations fournisseur-distributeur ?

#### **Les stratégies des distributeurs**

Quels sont les leviers de différenciation des enseignes ?

Comment développer une enseigne ?

#### **Management du point de vente**

Localisation des points de vente

Design du point de vente et environnement d'achat

Construction de l'offre (construction de l'assortiment, mise en avant de l'assortiment sur les linéaires, gestion de l'image prix)

Communication des enseignes

## **Négociation et Management des forces de vente (UE ACD109) : 40 heures**

### **De la stratégie commerciale au plan d'action commerciale**

La conception du plan d'action commerciale

Communication directe et vente directe

Les nouvelles formes de distribution (franchise, téléachat, ...)

Le rôle des technologies de l'information, l'apport de l'intelligence économique, évolutions et perspectives.

Internet et E. Commerce

#### **La mise en oeuvre du plan d'action commerciale**

Techniques de négociation, méthodes générales et cas particuliers

Le marketing d'affaires : la négociation industrielle et de projets

Organisation de la prospection. Animation et contrôle des équipes de vente

Communication sur le point de vente

Exercices dirigés : études de cas.

#### **Communication et média 1 : le fonctionnement de la communication (UE ESC122) : 40 heures**

Principaux concepts et modèles de la communication.

La communication dans la stratégie marketing.

Typologie des différents instruments et supports.

Elaboration du "mix" médias et hors médias.

Mise en oeuvre d'une politique de communication : objectifs et cible, "copie-stratégie", création de messages, choix de supports.

Principes du médiaplanning. Contrôle de l'action et de l'efficacité de campagnes : pré-tests, post tests, bilans.

Présentation et évaluation de campagnes récentes de communication institutionnelle et produit.

#### **Mercatique relationnelle : gestion de la relation client (CRM) (UE ESC115) : 60 heures**

Enjeux et place du marketing relationnel au sein du marketing.

CRM et connaissance du client.

Utilité du datawarehouse (DWH) dans la stratégie générale de l'entreprise.

Utilisations analytiques du datawarehouse : datamining, scorings.

Les outils du CRM, typologie des solutions et logiciels actuels.

Les techniques traditionnelles de fidélisation et leurs limites.

Utilisation opérationnelle du marketing relationnel dans la fidélisation des clients : le datamining, les techniques de ciblage, l'utilisation des canaux de communication architecture et contenu du DWH.

Les nouveaux profils de clients et leur fidélisation : la connaissance du client et l'évaluation de ses réactions.

Utilisation opérationnelle du marketing relationnel dans la conquête de clients.

Utilisation des bases de données extérieures, le géomarketing.

Marketing de la permission, respect de la vie privée, réglementation

Le CRM - Réflexion prospectives.

#### **Comptabilité et contrôle de gestion perfectionnement 1 (UE CCG 103) : 40 heures**

Coûts standard et écarts sur charges directes variables et charges indirectes comportant des coûts fixes - Calculs et analyses graphiques

Contrôle budgétaire et analyse du résultat (analyse d'écarts sur produits et charges liés dans un projet) -

Productivité globale d'une entité et politique de répartition entre facteurs internes et externes

Coût cible, coûts cachés, coût marginal

Analyse matricielle par le tableau d'entrées-sorties

Prix de cession internes dans les centres de responsabilité, de profit et calculs des coûts budgétés.

#### **Comptabilité et contrôle de gestion perfectionnement 2 (UE CCG 104) : 40 heures**

Contrôle de gestion et système d'information

Budget des ventes et des approvisionnements

Budget des ressources humaines et gestion des compétences

Budget des investissements.

Choix des investissements, budgétisation, modèle d'optimisation

Budget des financements, tableau de financement et trésorerie

Système d'information et problématique de coût -

Tableaux de bord de gestion et stratégiques.

## **Comptabilité des sociétés (UE CFA 105 et CFA 106) : 80 heures**

Répartition des résultats et systèmes d'intéressement

Emprunt obligataire, variations de capital, notions de quasi-fonds propres

Evaluation (approfondissement sur les méthodes de D.C.F. et d'évaluation du goodwill, liquidation)

Impacts comptables et financiers de la fiscalité : Régimes d'imposition des résultats

Paiement de l'impôt sur les sociétés

Problèmes particuliers (imposition forfaitaire annuelle, provisions réglementées, impacts des cessions)

Situation fiscale latente et différée

Redressements d'impôt.

Analyse financière des comptes annuels : Analyse des performances et des risques

Approfondissement de l'analyse par les flux financiers : approche centrale des Bilans de la Banque de France et tableaux de flux de trésorerie

Diagnostic et prévention des difficultés.

## **Etude et travaux d'entreprise : 130 heures**

### **Objectifs**

- Mettre en œuvre les concepts et outils acquis lors de la formation.
- Réaliser une démarche globale intégrant des phases d'analyse et de synthèse.
- Faire des propositions stratégiques compatibles avec la réalité de l'entreprise.
- Poursuivre l'expérience du travail en groupe.
- Découvrir un secteur d'activité nouveau pour les participants.

### **Programme**

- Constitution des groupes opérationnels de salariés en formation
  - o Séminaire de cohésion
  - o Accompagnement méthodologique vers la démarche d'audit
- Recherche de l'entreprise à étudier
  - o Définition des critères de choix de l'entreprise à étudier (taille, organisation, ...)
  - o Présentation des argumentaires pour le chef d'entreprise
  - o Coordination et appui dans la recherche
- Premières rencontres de travail avec les cadres et dirigeants de l'entreprise
  - o Présentation mutuelle des parties
  - o Premier recueil d'informations
  - o Validation finale de l'entreprise étudiée
- Conduite de l'audit stratégique et ses travaux pratiques
  - o Analyse de la problématique et de la situation de l'entreprise
    - Positionnement stratégique
    - Cadre de référence du dirigeant
    - Etude de scénarios et commentaires possibles

## **Examens écrit et oral : 32 heures**