



MANAGEMENT GENERAL ET STRATEGIE DE L'ENTREPRISE

Programme et calendrier de réalisation

Ce programme est susceptible d'être modifié en cas de force majeure

DEMARCHE STRATEGIQUE (3 JOURS)

DESCRIPTION DU MODULE

Définir la finalité d'une démarche stratégique.
Savoir identifier les acteurs de la décision stratégique.
Maîtriser les composantes de l'analyse stratégique.

Les fondamentaux de la démarche stratégique :

Les types de décisions et d'actions.
Le choix du système d'objectifs de l'entreprise.
L'alternative stratégique.

Le diagnostic stratégique :

Les forces et faiblesses de l'entreprise.
Le gouvernement d'entreprise.

La démarche stratégique :

La segmentation.
Les outils de l'analyse stratégique.
Les étapes-clés.

DIRECTION : CATHERINE MAILLET



Catherine MAILLET est Professeur au département Financial, Reporting & Audit du campus Paris d'*ESCP Europe*. Docteur en Sciences de Gestion de l'Université Paris-Dauphine, elle est expert-comptable et commissaire aux comptes.

Après avoir travaillé sept ans chez *Ernst and Young* puis *Price Waterhouse* à Paris, elle a rejoint *ESCP Europe*. Elle est directeur scientifique du programme Management général et stratégie de l'entreprise et elle est responsable de l'option de spécialisation Audit financier et comptabilité.

Elle enseigne la stratégie dans le programme Mastère, la comptabilité financière, la consolidation, la comptabilité internationale, l'audit, la fiscalité internationale dans les différents programmes de l'école : Cycle Master Grande Ecole, Mastère Spécialisé et Executive.

Catherine MAILLET est membre de *l'Association Francophone de Comptabilité*. Ses recherches portent notamment sur les normes comptables internationales, mais aussi sur la fiscalité internationale. Elle est auteur ou co-auteur de plusieurs ouvrages dans les domaines précités aux éditions FOUCHER, Documentation organique et LITEC.

DESCRIPTION DU MODULE

Connaitre et comprendre les grands mécanismes comptables.
Comprendre la signification financière des comptes annuels.
Apprendre à analyser la situation financière d'une entreprise.

Le système d'information comptable :

Les utilisateurs de l'information financière.
Les états financiers.
Les immobilisations et les amortissements.
Les immobilisations incorporelles.
Les provisions pour risques et charges.

L'analyse financière :

La croissance.
Les performances et rentabilités.
Les équilibres financiers.
Les risques.

INTERVENANT : FREDERIC DEMERENS



Frédéric DEMERENS, Professeur de comptabilité et finance d'entreprise à *ESCP Europe* est docteur en sciences de gestion (CNAM- Conservatoire National des Arts et Métiers – Paris) et diplômé du *CERAM Business School*.

Il est membre de plusieurs associations scientifiques (*American Accounting Association, European Accounting Association, Association Francophone de Comptabilité*).

Ses recherches sont actuellement tournées vers les normes comptables internationales, la finance entrepreneuriale, et l'industrie touristique.

DESCRIPTION DU MODULE

Le cours de Management des Hommes s'adresse à des managers. Les objectifs pédagogiques sont centrés sur une capacité accrue des managers à mobiliser les compétences, les processus et les outils de la GRH, sans prétendre en faire des spécialistes, afin de s'appuyer efficacement sur ce domaine de la gestion au service de la performance.

Il s'agira pour les participants de :

- **Comprendre le système social d'une entreprise**, à travers la compréhension des principales évolutions de la firme, le repérage des conditions d'exercice du management des hommes et de situer le rôle particulier des managers et du management des hommes : Comment habiter son rôle de manager ?
- **Mettre en perspective la gestion des ressources humaines et la stratégie de l'entreprise**. L'enjeu est ici de situer ce que la GRH apporte à la performance de l'entreprise dans la recherche de coordination et de coopération, par l'analyse des fonctionnalités de la GRH (acquisition, intégration, allocation, efficience) et par la compréhension des processus, acteurs et outils spécifiquement mobilisés par la GRH. On éclairera notamment la gestion des carrières et des mobilités et les options toujours ouvertes entre les logiques de régulation par le marché et la logique gestionnaire (GPEC notamment).
- **Connaître les variables de pilotage de la GRH au service du management**. Une part importante sera réservée à la description des principales pratiques de gestion RH (par exemple, l'entretien annuel), l'articulation des logiques de gestion et de valorisation différenciées des salariés.

L'intervention alternera des exposés fondés notamment sur la pratique de la GRH, des débats et des exercices, ainsi que l'exploitation d'au moins deux cas d'entreprises ; sur la gestion des cadres (ALFA) et sur le management des structures par projet (Edit Pro).

INTERVENANT : XAVIER BARON



Xavier BARON est chercheur intervenant à *ATEMIS*, Professeur Affilié *ESCP Europe*, Professeur associé en sociologie à l'Université de Versailles-Saint Quentin en Yvelines.

Il intervient en praticien de la sociologie en entreprise sur la GRH, le développement de l'économie de la fonctionnalité, l'accompagnement des enjeux d'espaces de travail (déménagements, facility management).

Il a déployé une carrière de plus de 30 ans dans le champ de la Gestion des Ressources Humaines à travers des fonctions d'études (Entreprise et Personnel, Développement et Emploi), de conseil (*CM International*) et de responsabilités en entreprises, chez *Renault SA* (Chef de projet RH nouveau véhicule, développement du management) et chez *Snecma Moteurs* (Formation, emplois et développement social).

Il anime de nombreux séminaires destinés à des entreprises comme *Thales*, *Vinci*, *BNP Paribas* (2015), les présidents de Comité d'Etablissement de *EDF France* (mai 2011). Il publie des articles dans *AEF Info*, *Expansion Management Review*, *Métis*, *Cadres*. Il a publié aux Editions Liaisons en Avril 2012 : « La Performance Collective » et participe à des recherches : par exemple co-pilotage avec l'Université Paris 1 (Patrick Gilbert) d'une recherche pour la *DARES* du Ministère du Travail, sur l'effectivité de la mise en œuvre des accords de *GPEC* dans les entreprises (2010-2011).

DESCRIPTION DU MODULE

Définir la finalité et les composantes de la démarche marketing.

Présenter les principaux concepts et les méthodes sur lesquels s'appuie la mise en œuvre de la démarche marketing : compréhension du comportement du consommateur, études de marché, stratégie de marché, marketing opérationnel.

Entraîner les participants à l'analyse de situations réelles et à la prise de décision.

Présentation de la démarche marketing :

Définition et finalité du marketing.

Modèles de comportement du consommateur/acheteur.

Compréhension des marchés et choix stratégiques :

Système d'information marketing en entreprise : études qualitatives, quantitatives, méthodes expérimentales.

Stratégies de marché : segmentation, ciblage, positionnement.

Marketing opérationnel et plan marketing :

De la stratégie au plan d'actions : exemple de la communication.

Planification marketing : cas d'application.

Budget marketing : cas d'application.

INTERVENANT : ALAIN OLLIVIER



Alain OLLIVIER est diplômé HEC et de l'université du Texas à Austin. Il est Docteur en Gestion (Université de Rennes 2).

Ancien Doyen de l'ESCP, il est actuellement Professeur au département marketing de ESCP-Europe.

Il dirige la Chaire Santé *Johnson & Johnson* et assure la Direction Scientifique du Mastère Spécialisé de Management Médical et Gestion Hospitalière.

Chargé de mission au Ministère du Commerce Extérieur pendant huit ans, il a par ailleurs réalisé de nombreuses missions d'expertise pour le compte du *BIT* et de la Banque Mondiale.

Il a contribué à la création et au développement d'établissements d'enseignement du management en Asie du Sud-Est, en Russie et au Moyen-Orient.

Enfin il a assuré des missions de conseil auprès d'organismes publics (Banque de France, EDF, Institut Français de la Mode) et pour le compte d'entreprises privées (Groupe *ETAM*, Groupe *Vinci Energies*, *Eurovia*, *Snecma Services*...)

Actuellement, il se spécialise dans l'application de la démarche marketing dans des secteurs de haute technologie, de l'industrie pharmaceutique et dans le domaine de la santé, et développe parallèlement des recherches sur le contrôle financier du marketing.

Il est l'auteur ou co-auteur de nombreux ouvrages sur le marketing, dont le plus récent est « Le Marketeur, nouveaux fondements du Marketing », paru chez *Pearson Education France*. Il a publié également de nombreux articles dans des revues françaises et étrangères.

DESCRIPTION DU MODULE

Droit des contrats

Formation du contrat.

Conditions essentielles du contrat (l'intégrité du consentement, l'erreur, le dol).

Droit des sociétés.

Comparaison entreprise individuelle et société.

Notion d'entreprise.

Conditions de fond de l'acte de société.

Apports ; Le capital social.

Participation des associés aux résultats (Affectation des bénéfices ; Mise en réserve ; Distribution de dividendes ; Report à nouveau ; Contribution des associés aux pertes ; Obligation aux dettes sociales ; Contribution aux pertes sociales).

Affectio societatis et conditions de forme de l'acte de société.

Classification des différents types de sociétés (Distinction des sociétés civiles et des sociétés commerciales ; Sociétés de personnes (SNC, SCS) ; Sociétés de capitaux (SA, SCA, SAS)).

Droit du travail

Éléments du contrat de travail.

Conclusion du contrat de travail.

Contenu du contrat de travail.

Clauses relatives à la rupture du lien contractuel, portant sur l'exécution du contrat de travail, produisant leurs effets après la rupture (clause de non-concurrence).

Pouvoir règlementaire, Pouvoir disciplinaire de l'employeur.

Conditions de travail (Durée du travail et rémunération).

Licenciement (procédure et licenciement pour motif personnel).

Contrats de travail spéciaux (à durée déterminée ; à objet défini (contrat de projet) ; Travail à temps partagé).

Représentation syndicales (Enjeux, Critères).

Négociation collective hors de l'entreprise et dans l'entreprise.

INTERVENANTE : ROMILDA TRAMONTANO



Romilda TRAMONTANO est Professeur associé à Euromed-Management (*Kedge Business School*)

Ses recherches portent sur le Droit des Affaires et l'Éthique des Affaires.

Quelques publications : **ouvrages** « le droit de l'entreprise », Editions d'Organisation (1994), « Les interventions et les procès-verbaux dressés par les agents de contrôle du Var. Et après ? », Cyberlibris (2010) ; **débats** « Éthique et société civile » (2004), « La corruption » (2005) Collection Éthique et Déontologie, Librairie de l'Université d'Aix-en-Provence ; **articles** « La responsabilité civile des professionnels (2007), « L'adaptation des banques européennes face aux enjeux de la mondialisation des entreprises » (2007), « La remise en cause de la responsabilité pénale des personnes morales » (2010), Cahiers de Recherche d'Euromed-Management ; **colloques avec articles** « Les approches critiques de la « responsabilité sociale des entreprises » et leurs retombées », Actes du 5^e Congrès de l'ADERSE Grenoble, France 10 et 11 janvier 2008, « Responsabilité sociétale et performance des entreprises quelques réflexions », Casablanca, Maroc 20 et 21 mai 2010, « Gouvernement d'entreprise et Responsabilité sociale des entreprises », Hammamet, Tunisie, 10 et 12 mars 2011.

PILOTAGE DE LA PERFORMANCE ET OUTILS DE GESTION (3 JOURS)

DESCRIPTION DU MODULE

Comprendre le processus du contrôle de gestion dans la dynamique économique et humaine de l'entreprise.

Connaître les principaux outils de contrôle de gestion, leurs avantages et leurs limites.

Comprendre la nécessaire adaptation du système de contrôle de gestion aux spécificités de l'organisation.

Programme :

Rôle du contrôle de gestion et choix des centres de responsabilité.

Mesure des résultats : techniques de calcul des coûts.

Outils de pilotage : suivi budgétaire et tableaux de bord.

INTERVENANT : JEAN-PIERRE GRANDE



Jean-Pierre GRANDE est Professeur de Contrôle de Gestion au Département « Contrôle et Pilotage des Organisations » du campus Paris d'*ESCP Europe*.

Il intervient également dans différents programmes de l'école en Comptabilité Financière, Comptabilité de gestion et Stratégie financière.

Ancien élève de l'Institut National des Techniques Economiques et Comptables (INTEC), il a occupé pendant près de 40 ans dans une multinationale informatique divers postes à responsabilité dans les domaines financiers et comptables au niveau international, ainsi que dans la gestion des sociétés holdings.

Il intervient en formation continue dans diverses entreprises et a notamment développé des formations en finances et comptabilité pour responsables non financiers. Il est à ce jour également enseignant à l'Ecole Supérieure Algérienne des Affaires à Alger, au Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM) et à l'Ecole Supérieure d'Informatique Appliquée à la Gestion (ESIAG), école rattachée à l'Université de Paris 12.

PREPARATION AU DIAGNOSTIC (3 JOURS) PUIS DIAGNOSTIC IN SITU D'UNE ENTREPRISE GUYANAISE) (5 JOURS)

DESCRIPTION DU MODULE

Mettre en application sur un cas réel d'entreprise, les enseignements dispensés tout au long du programme.

Réaliser, individuellement et collectivement, le diagnostic stratégique et fonctionnel d'une entreprise.

Formuler des recommandations prioritaires.

Programme :

Analyse sectorielle de l'activité de l'entreprise choisie.

Visite de l'entreprise et rencontre avec son dirigeant.

Etude approfondie de l'information recueillie.

Rédaction d'un diagnostic individuel (base de l'évaluation de chaque stagiaire).

Mise en commun et rédaction du diagnostic du groupe.

Présentation au dirigeant.

DIRECTION : CATHERINE MAILLET