

**L'Executive Certificate HEC**  
**« Management d'une Unité Stratégique »**  
**4 modules de 4 jours (Fort de France)**

**MODULE 1 : Analyser et prévoir, définir la mission et le cadre d'action - 4 jours -**

**Séquence 1 – Définir et choisir sa stratégie (2 jours)**

Qu'est-ce que la stratégie ?

L'analyse externe : les concurrents, les facteurs clé de succès

L'analyse interne : chaîne de valeur et chaîne de business, ressources et compétences

L'avantage compétitif et les stratégies génériques : coûts, différenciation, spécialisation ou diversification ?

**Séquence 2 – Déterminer son positionnement, sa stratégie et son marketing mix (2 jours)**

Les fondamentaux du marketing : le concept, la démarche et l'organisation marketing

Le plan marketing global : les composants du plan et la stratégie marketing

Du positionnement et de la stratégie marketing au marketing mix : business model, organisation commerciale et marketing

**MODULE 2 : Déterminer la stratégie et construire le plan - 4 jours -**

**Séquence 1 – Réussir la mise en œuvre de sa stratégie (2 jours)**

Bien faire son métier : Les bases de la stratégie métier

Les mouvements stratégiques : bien choisir ses futurs métiers

Pas de stratégie bien mise en œuvre sans bonne organisation.

**Séquence 2 - Financer ses investissements et son activité (2 jours)**

Les fondamentaux de l'analyse financière : l'analyse du résultat et du bilan (FR, BFR, TR)

Les tableaux de flux, (trésorerie et financement) et les ratios, Les états financiers prévisionnels.

Les grandes décisions financières : augmentation du capital, emprunt,...

**MODULE 3 : Piloter la réalisation et réagir aux évolutions internes et externes - 4 jours**

**Séquence 1 – Mesurer et évaluer sa performance (2 jours)**

Les fondamentaux du Contrôle de Gestion (plans, budget, suivi des réalisations et des écarts)

Comment piloter le processus budgétaire de sorte qu'il soit créateur de valeur pour l'entreprise ?

Un contrôle de gestion plus stratégique : renforcer la cohérence d'une équipe de direction ( la démarche OVAR).

**Séquence 2 - Piloter la performance au service de la stratégie (2 jours)**

La traduction du plan stratégique en plan d'action : entre stratégie planifiée et inévitable adaptation aux contraintes d'un environnement ultra-changeant. Diagnostic et pertinence des outils utilisés : tableaux de bord, indicateurs de performance, fréquence de mesure et processus de pilotage.

Contrôler ou évaluer : l'intra-entrepreneuriat ou comment doter l'organisation d'une capacité propre à se réinventer ?

**MODULE 4 : La dynamique des Hommes et des Organisations - 4 jours –**

**Séquence 1 – Manager les hommes et les équipes (2 jours)**

Qu'est-ce que le management des hommes et des équipes : stratégies, cultures, enjeux et acteurs

La boîte à outils du manager : recruter, intégrer, évaluer les performances, développer les compétences et les talents

Les comportements et le leadership : profils psychologiques et style de leadership.

**Séquence 2 – Manager la diversité et le changement (2 jours)**

Le management interculturel : dimensions affectives, cognitives et comportementales

La gestion des conflits : inter-personnels, de groupes et sociaux, ou comment anticiper et gérer les conflits ?

La conduite du changement : enjeux, acteurs, ressources, stratégie et logistiques d'action.