

# PROGRAMME HEC Executive Education

---

## CYCLE DE FORMATION POUR CADRES DIRIGEANTS

*Septembre 2009 – Octobre 2010*

Contact :



**Olivia BRETEGNIER**

**O.B.A - Formation et Conseil en Management**  
**Déléguee d'HEC Paris pour la zone Asie-Pacifique**  
Le Grand Théâtre – 10 rue Jean Jaurès  
BP 18 931 – 98 857 Nouméa Cedex  
E-mail : oliviabretegnier@oba.nc / Tel : 76-86-83

Date limite d'inscription

**28 juillet 2009**

# Une formation pour les cadres en MANAGEMENT GENERAL

---

## Un Cycle de formation pour Cadres Dirigeants et Partenaires de haut niveau

- Cette formation s'adresse aux cadres dirigeants des PME-PMI ainsi qu'aux responsables des collectivités locales et des établissements publics de Nouvelle-Calédonie, aux mandataires sociaux (administrateurs d'entreprises), aux responsables syndicaux.
- Nombre de place limité à **25 participants**.
- Nombre de modules **au choix**, avec la possibilité de suivre la formation complète de 6 modules étalée sur 2 sessions au maximum.
- Date limite d'inscription : **deux mois avant** le module choisi.

Le suivi du cycle complet permet l'obtention du CESA\* « Management Général - Cadres Dirigeants » s'intégrant pour 20% dans le cursus du Mastère HEC « Management d'une Unité Stratégique » à Paris. *\*Cycle d'Enseignement Supérieur des Affaires*

## Les objectifs

**Faire le point sur les grandes fonctions de l'entreprise et revisiter les fondamentaux des principales disciplines de management (concepts, démarches de management, méthodologies).**

**Proposer un programme à la carte qui permet de sélectionner les disciplines et donc d'individualiser son parcours de formation.**

**Offrir la possibilité de suivre un programme de management complet de façon à avoir une vision globale et intégrée du management stratégique de l'entreprise dans ses différentes dimensions (RH, Contrôle de Gestion, Marketing, Finance).**

## Architecture

Organisé de façon modulaire, il est composé de six modules indépendants de 2 jours chacun, programmés entre septembre 2009 et octobre 2010, et propose une formation complète en Management Général :

- **Stratégie** : démarche et concepts clés
- **Marketing** et Marketing Management
- **Contrôle de Gestion** et Management de la Performance
- **Finance** : analyse et décision
- Management des **Ressources Humaines**
- **Stratégies de développement** : plan stratégique et création de valeur

## Programme

- Stratégie : démarche et concepts clés

28 et 29 septembre 2009

### **QU'EST-CE QUE LA STRATEGIE**

- Définitions
- Évolution historique et concepts clés
- Business Stratégie et Corporate Stratégie

### **L'ANALYSE EXTERNE**

- L'analyse du contexte concurrentiel (Porter)
- L'analyse des concurrents
- L'analyse de la Stratégie passée de l'entreprise
- Valeur et Facteurs Clés de Succès de l'activité
- Application au cas n°1 (cas Airbag)

### **L'ANALYSE INTERNE**

- La chaîne de valeur et la chaîne de business
- Les ressources et compétences, les compétences à valeur
- Les compétences distinctives et fondamentales, pivots du succès et du développement de l'entreprise
- Application au cas n°2 (mini-cas Century 21)

### **L'AVANTAGE COMPETITIF ET LES STRATEGIES GENERIQUES**

- Se créer et développer un avantage compétitif
- Les stratégies de coût
- Les stratégies de différenciation
- Spécialisation ou diversification
- Application au cas n°3 (mini-cas)

## Programme

### • Marketing et Marketing Management

08 et 09 décembre 2009

#### **PRESENTATION DU MODULE**

- Le concept marketing et ses applications
- Le concept marketing
- La démarche marketing
- Le marketing et ses diverses applications (Business to Business, Business to Consumer, Services)
- L'espace marketing
- L'organisation marketing (Exposé - Débat - Vidéo)
- Préparation du cas n°1

#### **LA SEGMENTATION MARKETING ET LE MARKETING MIX**

- Présentation du cas n°1 : - Segmentation marketing  
- Marketing mix
- Les différentes sortes de plan marketing  
- Plan projet, plan global
- Préparation du cas n°2

#### **DE L'AUDIT MARKETING**

#### **A LA STRATEGIE DE MARQUE**

- Présentation du cas n°2
- L'audit marketing
- Le positionnement marketing
- Stratégies et tactiques marketing
- Communication marketing
- Préparation du cas n°3

#### **LE PLAN DE MARKETING GLOBAL EN MILIEU INTERNATIONAL**

- Présentation du cas n°3
- Contenu du plan (diagnostic, stratégie, moyens, business plan, organisation, contrôle)

## Programme

- Contrôle de Gestion et Management de la Performance

11 et 12 mars 2010

### **PRESENTATION DU MODULE**

- Les évolutions dans le domaine du Contrôle de Gestion : un Contrôle de Gestion à la fois plus financier et plus stratégique
- Du 'Contrôle de Gestion' au 'Management de la Performance'
- La performance financière de l'entreprise, critère de l'EVA®
- La performance financière par département/activité : le profit résiduel
- Préparation du cas n°1

### **UN CONTRÔLE DE GESTION PLUS FINANCIER**

- Présentation du cas n°1
- Analyse critique du système de mesure de performance financière
- Recherche de solutions et mise en œuvre : centres d'investissement, prix de session, profits résiduels par centre de responsabilité
- Mise en évidence des contributions de chaque responsable à la performance financière de l'entreprise
- Préparation du cas n°2

### **UN CONTRÔLE DE GESTION PLUS STRATEGIQUE**

- Renforcer la cohérence d'une équipe de direction, dans ses objectifs, ses décisions, ses actions, ses résultats : la démarche OVAR (objectifs, variables d'actions, responsables)
- Présentation du cas n°2 et simulations d'activité de l'entreprise
- Élaboration de sa grille OVAR par chaque membre de l'équipe de direction
- Confrontation des grilles OVAR au sein de l'équipe de direction, et recherche d'intégration des grilles
- Création d'outils de pilotage de la performance, plans d'action, indicateurs de performance, tableaux de bord stratégiques, à partir des grilles OVAR
- Application au cas n°2

## Programme

- Finance : analyse et décision

17 et 18 mai 2010

### LES FONDAMENTAUX DE L'ANALYSE FINANCIERE

- L'analyse des résultats : soldes intermédiaires de gestion, indicateurs économiques
- L'analyse des bilans : besoin en fonds de roulement, fonds de roulement, trésorerie
- Les tableaux de flux : tableaux de flux de trésorerie, tableaux de financement
- Les ratios de structure financière (endettement, liquidité), les ratios de rotation (clients, stocks, fournisseurs) et les ratios de rentabilité (rentabilité économique et rentabilité financière)

### LA DECISION FINANCIERE

- Présentation des problèmes-clés de la finance :
  - financement des investissements
  - maîtrise de la croissance
  - poids de l'endettement
  - détermination de la trésorerie optimale
- Construction des états financiers prévisionnels : comptes de résultats, bilans, tableaux de flux
- Les grandes décisions financières :
  - augmentation de capital
  - émission des emprunts
  - financement du cycle d'activité : escompte commercial, découvert
  - cessions d'actifs
- Synthèse sur la traduction des choix stratégiques par les décisions financières

## Programme

- Management des Ressources Humaines  
29 et 30 juillet 2010

### **QU'EST-CE QUE LA GRH ?**

- Définitions
- Des stratégies et des cultures
- Des enjeux et des acteurs
- Des règles du jeu
- La boîte à outils du manager

### **RECRUTER ET INTEGRER**

- Gestion prévisionnelle des emplois
- Définir les fonctions
- Démarche de recrutement
- Accueil et intégration

### **EVALUER LES PERFORMANCES ET VALORISER LES TALENTS**

- L'appréciation : un enjeu-clé
- Dynamiques de l'entretien d'évaluation des performances
- La rémunération
- La formation et le développement des compétences

### **LES CONFLITS DU TRAVAIL**

- Les types de conflits
- Les acteurs et leurs enjeux
- Conflit, coopération, négociation
- Grille d'analyse des conflits

### **LE LEADERSHIP**

- Les styles de leadership
- Le management situationnel
- Les éléments-clés de la motivation et de la dynamisation

Exercices, cas, simulation  
Questionnaires d'autodiagnostic  
Dossier de synthèse

## Programme

- Les stratégies développement : plan stratégique et création de valeur

06 et 07 octobre 2010

### **STRATEGIE D'ACTIVITE ET STRATEGIE DE GROUPE**

- Un changement de perspective

### **LES DIFFRENTES VOIES DE DEVELOPPEMENT**

- L'expansion géographique
- L'intégration verticale
- La diversification

### **LES FONDEMENTS DE LA STRATEGIE CORPORATE**

### **LES STRATEGIES DE PORTEFEUILLES**

### **STRATEGIE DE GROUPE ET CREATION DE VALEUR**

- La création de valeur : définition, mesure et gestion
- Investissement et création de valeur
- Les différentes approches de la valeur

### **LES STRATEGIES D'ACQUISITION**

- Le processus
- Les étapes clés
- Les sources d'échec

### **PLAN STRATEGIQUE**

- Points clés
- Pièges

# FORMALITES D'INSCRIPTION

- Nombre de place **limité à 25 participants**
- Date limite d'inscription : **28 juillet 2009** soit 2 mois avant le début de la formation
- **Formation complète (6 modules) : 840 000 XPF** dont 70.000 XPF d'arrhes à la signature de la convention puis 140.000 XPF 60 jours avant le début de chaque module
- **Formation modulaire : 160.000 XPF** par module dont 20.000 XPF d'arrhes puis 140.000 XPF, 60 jours avant le début de chaque module.
- **Formation agréée par le gouvernement au titre de la formation professionnelle continue (n° 988/0247/05/R)**

CONTACT :



**Olivia BRETEGNIER**

**O.B.A - Formation et Conseil en Management**  
**Déléguée d'HEC Paris pour la zone Asie-Pacifique**  
Le Grand Théâtre – 10 rue Jean Jaurès  
BP 18 931 – 98 857 Nouméa Cedex  
**E-mail : [oliviabretegnier@oba.nc](mailto:oliviabretegnier@oba.nc) / Tel : 76-86-83**

## **Sociétés ayant formé leurs cadres en 2006, 2007 et 2008**

---

**AFD, Air Alizé, Aircalin, Auclair Dupont, Aviazur, Barclaymowlem NC, Barrau Bureau, BCI, Bluescope Acier NC, BNC, Caillard Kaddour, CALTRAC, Canal Calédonie, Casino, Casinos de Nouméa, CCI, CFP, Clinique Baie des Citrons, Electric Radio Nouméa, Enercal, ERPÀ, FSH, GLOBE, Goro Nickel, Holdennha, Librairie Michel Ange, Locativolis, MPL, Onyx Pacific, OPT, Pacific Jardin, Promo-Sud, Province des Îles, Province Nord, Province Sud, Raid Ngatahi, Régie Pacifique, Restauration Française, SAAT, SATO, SCIE, SIC, SHN, SMGM, Saint Vincent Groupe, SATO, SOFICAU, SOCAPOR, SOCATRANS, SOCOTEC, Tee Print, Trait d'Union Pacifique, Trepail.**

**Sociétés partenaires de l'opération  
AIR FRANCE, SHN**

### Planning de la 5<sup>ème</sup> promotion

**Module 1 : Stratégie : démarche et concepts clés**

Les 28 et 29 septembre 2009

**Module 2 : Marketing et marketing management**

Les 8 et 9 décembre 2009

**Module 3 : Contrôle de gestion et management de la performance**

Les 11 et 12 mars 2010

**Module 4 : Finance : analyse et décision**

Les 17 et 18 mai 2010

**Module 5 : Management des ressources humaines**

Les 29 et 30 juillet 2010

**Module 6 : Stratégie de développement**

Les 6 et 7 octobre 2010