



CATALOGUE 2013 FORMATION

Mesdames, Messieurs,

Dans la relation que nous entretenons avec vous nos clients et partenaires depuis 5 ans maintenant, nous avons appris à nous réinventer et à nous surpasser pour satisfaire au mieux vos besoins.

Pour cette année 2013, vous découvrirez un catalogue de formation riche de nouvelles familles et de nouvelles thématiques. Le secteur public se dynamisant de plus en plus, nous avons jugé utile de lui consacrer un segment pour l'accompagner dans les défis à lui qui s'imposent.

Nous avons par ailleurs mis en place un ensemble de services et d'outils novateurs, qui vous tiendront informés régulièrement et vous maintiendront en relation directe et continue avec nous. Par exemple, vous connaîtrez d'avance le catalogue des formations inter-entreprises. Vous pourrez faire vos réservations en ligne directement sur des sessions au gré de vos disponibilités et désirs et en fonction du temps et du lieu ou vous souhaitez suivre votre formation.

Quant aux formations intra-entreprises et sur mesure, elles constitueront comme par le passé, de véritables réponses à vos besoins et problématiques de gestion, parce que conçues étroitement avec vous et pour vous.

L'écoute client, la pédagogie, l'expérience de nos consultants, la convivialité de nos sites de formation et la technologie que nous déployons sont nos atouts pour aller au de là des performances que vous attendez de nous.

Pour atteindre de telles performances, les valeurs «client» et «innovation», ainsi que notre approche méthodologique en 3 étapes (diagnostic, animation et suivi qualité de la formation) sont plus que jamais notre leitmotiv.

Comme pour paraphraser un célèbre slogan, «vous ne viendrez plus chez nous par hasard», parce que «nos hommes, nos équipes, entretiennent la vision de développement de vos organisations respectives».

Nous attendons de vous accueillir très prochainement dans nos sessions de formation.

Patrice LOKO





Nos Atouts

- **ÉCOUTE CLIENT** : une expertise pour des formations sur mesure. Parce que vos besoins et vos contraintes ne ressemblent à aucun autre, nous créons ou adaptons pour vous des contenus et des supports pédagogiques qui répondent aux spécificités de votre entreprise, à son environnement et au public à former.
- **PÉDAGOGIE** : des méthodes interactives axées sur la participation, la discussion, l'étude de cas et la solution de problèmes pratiques.
- **EXPÉRIENCE** : des formateurs nationaux et internationaux, expérimentés et hautement qualifiés
- **CONVIVIALITÉ** : un cadre convivial et un personnel entièrement à votre écoute.
- **TECHNOLOGIE** : une gamme d'outils performants et évolutifs, vous permettent de profiter pleinement de votre moment de formation et de maintenir le lien avec le cabinet.



Nos Valeurs

- **LE CLIENT** : être à votre écoute, prendre en compte vos spécificités, partager vos ambitions...nous aident à améliorer nos process.
- **L'INNOVATION** : orientée sur l'action, des résultats concrets, des acquis de long terme dans le respect de vos attentes et une capacité de nous réinventer pour mieux vous servir.



Notre Méthodologie

Une démarche participative et personnalisée. Elle nous permet de vous offrir la plus adaptée des formations et de valider, à toutes les étapes de la prestation, la pertinence de la formation. Notre démarche autour de 3 axes :

- **EVALUATION** : diagnostic, écoute et compréhension du besoin client, reformulation et co-construction de la formation.
- **ANIMATION** : réalisation de la formation sur mesure.
- **SUIVI QUALITÉ** : évaluation systématique à la fin de chaque séance et du séminaire pour apprécier les objectifs atteints, le contenu du programme, les supports pédagogiques utilisés, la communication et le temps alloué.

Sommaire



Page 5	Management et Leadership
Page 19	Efficacité et Développement Personnel
Page 46	Ressources Humaines et Organisation
Page 60	Management du Secteur Public et des Collectivités
Page 69	Management de Projet
Page 80	Marketing - Vente - Communication
Page 105	Logistique-Achat-Douane
Page 116	Efficacité de la Fonction Assistante de Direction
Page 119	Comptabilité-Finance-Réglementation Sociale et Juridique-Contrôle de Gestion
Page 140	Qualité-Hygiène-Sécurité-Environnement
Page 149	Anglais
Page 151	Bureautique et PAO



MGL 1 Les fondamentaux du management	Durée : 4 jours
MGL 2 Animer une équipe et obtenir de meilleurs rendements	Durée : 5 jours
MGL 3 Conduire une réunion	Durée : 2 jours
MGL 4 Comment se motiver de façon optimale	Durée : 3 jours
MGL 5 Comment améliorer votre créativité et votre capacité d'innovation	Durée : 3 jours
MGL 6 Comment rendre votre organisation innovante et performante : modèles d'innovation et d'optimisation de la performance	Durée : 4 jours
MGL 7 Manager le changement dans les organisations	Durée : 4 jours
MGL 8 La gestion des risques : Une approche d'optimisation de la performance de son organisation.	Durée : 2 jours
MGL 9 Négociation et gestion des conflits	Durée : 3 jours
MGL10 L'organisation des ressources et des activités administratives	Durée : 2 jours
MGL11 Infrastructures et équipements du génie civil	Durée : 5 jours
MGL12 Les incontournables du Management	Durée : 4 jours
MGL13 Le management par plans d'actions	Durée : 2 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maitriser les fondamentaux du management.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera en mesure de :

- Identifier les différents modèles de management et les adapter aux différents profils de ses collaborateurs
- De déléguer ses responsabilités sans crainte
- Déterminer son rôle de leader au sein de son équipe
- Motiver et coacher ses collaborateurs
- D'exiger des résultats de ses collaborateurs

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Etudes de cas
- Ateliers
- Tests de profils psychologiques, etc.

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : MANAGER ! PAR OÙ COMMENCER ?

Les différents styles de management
Les nouvelles fonctions du Manager
Les premiers pas vers la fonction du Manager

THÈME 2 : APPRENDRE À DÉLÉGUER

Faites confiance à vos collaborateurs
Les 6 étapes de la délégation
Déléguer ou ne pas déléguer

THÈME 3 : MANAGEMENT ET LEADERSHIP

Différence entre management et leadership
Le rôle du leader
Les principales qualités du leader

THÈME 4 : MOTIVER ET COACHER VOS COLLABORATEURS**THÈME 5 : OBTENIR DES RÉSULTATS**

Fixer des objectifs facilement
Effectuer un suivi des performances
Discipliner vos collaborateurs : le bâton et la carotte

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

S'approprier les connaissances et les pratiques exemplaires de gestion et de consolidation de son équipe de travail.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Acquérir des habiletés nécessaires à la gestion des équipes
- Obtenir des meilleurs engagements et rendements des membres de son équipe
- Développer sa capacité d'analyse de l'efficacité de son équipe
- Améliorer sa capacité de reconnaissance des profils psychosociologiques des membres de son équipe
- Etre en mesure de cultiver l'engagement et la motivation des membres de son équipe
- Utiliser les techniques et approches de renforcement de la performance du travail en équipe
- Développer sa capacité d'organisation de réunions efficaces et productives

CIBLE

Managers, Dirigeants, Chefs d'équipe ou de Services, et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : INTRODUCTION À LA GESTION DES ÉQUIPES**THÈME 2 : HABILITÉS À COMMUNIQUER**

Modèles et définitions
Pratiques

THÈME 3 : HABILITÉS À CONSOLIDER

Compréhension d'un groupe et différence avec une équipe
Les modèles de développement du groupe
Les caractéristiques d'un groupe efficace
Les conflits intergroupes
Projection d'un film « L'équipe : mythe ou réalité »

THÈME 4 : HABILITÉS À MOTIVER, À DÉLÉGUER ET À COACHER

La motivation
La délégation de pouvoir
Projection d'un film « L'empowerment »
Le coaching
Projection d'un film : « Quand le manager devient un coach »

THÈME 5 : HABILITÉS À GÉRER DES SITUATIONS DIFFICILES : APPLICATIONS

Répondre à un affrontement ou paroles injurieuses
Changer un comportement indésirable
Traiter les conflits
Etre positif devant la critique, la plainte ou le reproche
Projection d'un film « Résoudre les conflits »

THÈME 6 : HABILITÉS À ORGANISER ET GÉRER DES RÉUNIONS

Animer, gérer une réunion et prendre des décisions
Projection d'un film « Réunion : les règles d'or »

THÈME 7 : ETABLIR LA CARTE DES ACTEURS DE VOTRE ÉQUIPE

Les types de personnalité : les profils orientés Réflexion, Action, Relation
Evaluation des profils : questionnaires de Belbin, test d'évaluation de Thomas Kilmann

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Savoir diriger efficacement une réunion.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Obtenir des résultats à la fin d'une réunion
- Maîtriser les outils et techniques pour conduire efficacement une réunion

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Présentation orale
- Jeux de rôle / applications
- Projections de films

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : PRÉPARER VOTRE RÉUNION

Objet et utilité de la réunion
Objectifs de la réunion
Type de réunion
Programmer, planifier : ordre du jour, priorités participants

THÈME 2 : ASSURER LA DYNAMISATION SOCIALE

Adopter votre style d'animation au but de la réunion
Gérer les personnes difficiles
Gérer les conflits possibles

THÈME 3 : CONDUIRE EFFICACEMENT VOTRE RÉUNION

Les 4 phases d'une réunion efficace : contracter, collecter, construire, synthétiser
Maîtriser votre communication (verbale, non verbale, écoute active)
Gérer votre temps utilement et efficacement
Projection d'un film «Réunion : règles d'or »

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Définir ce qu'est la motivation
- Apprendre à déterminer les critères de motivation personnelle et de groupe
- Expérimenter le processus de motivation et l'intégrer
- Repérer sa ou ses postures de motivation
- Avoir la capacité de conserver sa motivation pour atteindre l'objectif fixé

CIBLE

Directeurs, Cadres, chefs de services, DRH, Personnels, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

Supports écrits
Techniques de communication / PNL / AT / ressources humaines / intuition / visualisation
Mise en situation / jeux de rôles
Exercices individuels et en groupe
Feedback

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LA THÉORIE DU FLOW «LE PLAISIR AU TRAVAIL» QU'EST-CE QUE LA MOTIVATION ?

Les composantes
Les dimensions
La mise en application

THÈME 2 : LES POSTURES DE LA MOTIVATION

Comment les repérer
Mise en application

THÈME 3 : MOTIVATION ET CHANGEMENT

Accompagner sa motivation dans le changement
Cohérence pensée – paroles – actions dans un but de motivation
Intégrer les critères de motivation et savoir les mettre en place

THÈME 4 : MAINTENIR SA MOTIVATION POUR ATTEINDRE L'OBJECTIF FIXÉ

Déterminer ses propres ressources
Savoir faire appel aux ressources externes (inter-services)
Respecter les différentes étapes liées à la réalisation de l'objectif
Savoir estimer le rythme adapté à l'atteinte de l'objectif
Les valeurs qui participent à la motivation
Déterminer ses propres valeurs
Vérifier la cohérence valeurs individuelles/ valeurs du groupe
Apprendre à harmoniser ces valeurs en allant à l'essentiel

CONTENU

THÈME 1 : LA CRÉATIVITÉ

Approche perceptuelle de la créativité
Freins, barrières, obstacles à la créativité
Des outils pour penser et résoudre des situations-problèmes (SP)

THÈME 2 : FACTEURS LIÉS AU COMPORTEMENT CRÉATIF

Cultiver la réceptivité, l'imagination et l'agilité mentale
Les sources d'information pour stimuler la créativité

THÈME 3 : OUTILS ET MÉTHODES D'AIDE À LA CRÉATIVITÉ

Le modèle CDR (Cadrage-Décadrage- Recadrage)
Les techniques conformistes et les techniques anticonformistes

OBJECTIF GENERAL

S'approprier les modèles et les techniques de créativité et d'innovation afin d'améliorer le fonctionnement et la performance de son organisation.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Développer une pensée orientée vers la mise en question des idées courantes
- Utiliser les techniques de créativité pour faire émerger des solutions innovantes originales

CIBLE

Managers, Chefs de services et cadres.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

CONTENU

THÈME 1 : LES TECHNIQUES DE MESURE ET D'AMÉLIORATION DE LA PERFORMANCE

THÈME 2 : LES NOUVELLES FORMES D'ORGANISATION FLEXIBLE DU TRAVAIL

THÈME 3 : LE LEAN MANAGEMENT

THÈME 4 : LE MANAGEMENT ET LE FONCTIONNEMENT DES ÉQUIPES, KAÏZEN ET L'AMÉLIORATION CONTINUE

THÈME 5 : LA PLANIFICATION STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNELLE DE L'AMÉLIORATION CONTINUE

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Etre capable d'utiliser les modèles de mesures et d'optimisation de la performance
- Etre en mesure de mettre en oeuvre des innovations en milieu de travail
- Etre capable d'animer les étapes et d'utiliser les outils d'amélioration continue d'une démarche kaïzen
- Etre capable d'identifier les problèmes liés au management de la qualité
- Etre en mesure d'utiliser une démarche logique de planification des améliorations en milieu de travail

CIBLE

Tous secteurs d'activité : production, développement de produits et services, administratifs...

Cadres, chefs de services, gestionnaires au sein d'organisation (privées, publiques ou à but non lucratif) et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

Combinaison de présentations, d'exposés et d'exercices pratiques, suivis de retour et bilan d'apprentissages. Le principe de l'apprentissage par l'action, les jeux de rôles, les simulations, les exercices pratiques et le coaching seront utilisés comme approche pédagogique misant sur l'implication active des participants.

DURÉE

4 jours

CONTENU

THÈME 1 : LE DIAGNOSTIC DU CHANGEMENT

L'identification des forces en faveur du changement
L'étude de l'impact
La cartographie des acteurs et les résistances aux changements
Le dimensionnement du changement
La note de cadrage

THÈME 2 : LES LEVIERS DU CHANGEMENT

Une vision mobilisatrice et le plan de transition
La communication et le lobbying
La formation et le coaching
La rédaction des procédures et les incentives

THÈME 3 : LE PILOTAGE DU CHANGEMENT

Tableaux de bord du changement
La gestion des résistances aux changements
Le modèle ICAP
La gestion des risques
Le pilotage des transformations

OBJECTIF GENERAL

Piloter efficacement les changements au sein de vos structures.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Préparer, conduire et piloter une mission de changement
- Réaliser un diagnostic du changement et étude d'impact
- Identifier, analyser et traiter les résistances aux changements
- Identifier et utiliser les leviers du changement
- Piloter le changement

CIBLE

Managers, Chefs de services, Cadres, Directeurs, Responsables de projets ou toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Outils et fiches personnalisables
- Jeux de rôles, mises en situations filmés, enregistrés et analysés
- Etudes de cas
- Séances vidéo
- Questionnaires
- Grille d'analyse et outils d'auto-évaluation
- Laboratoire et plan d'action

DURÉE

4 jours

CONTENU

THÈME 1 : CONSIDÉRATIONS THÉORIQUES ET PRATIQUES

Qu'est-ce que le risque ?

Typologie du risque

Le business du risque

THÈME 2 : LA GESTION DU RISQUE

L'approche perceptuelle du risque

L'approche méthodique du risque : le processus de gestion du risque

Les techniques de maîtrise du risque

THÈME 3 : LA COMMUNICATION EN SITUATION DE RISQUE

Les règles de l'art d'une communication sereine et efficace

Comment questionner, écouter et transmettre

Comment transmettre un Feed-back

OBJECTIF GENERAL

Familiariser les participants avec les connaissances liées à la gestion des risques. Les habiliter à utiliser les instruments appropriés et pertinents, pour maîtriser les aléas et risques associés à un projet ou autre activité.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser le risque
- Utiliser les méthodes et outils de gestion du risque
- S'approprier les modèles d'analyse des risques
- Savoir identifier et distinguer les différents types de risques
- Mettre en oeuvre la méthodologie d'analyse et de gestion de risque
- Développer une capacité de communiquer en temps de crise ou de risque
- Utiliser un tableau de bord en vue de prévoir et de gérer l'incertitude liée aux risques en gestion

CIBLE

Managers, Chefs de service, Cadres, Directeurs, Responsables de Projets et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

2 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Développer les compétences en négociation, et de gestion efficace de situations conflictuelles en milieu organisationnel.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- S'approprier les connaissances et les modèles entourant la description et l'analyse d'un conflit
- Comprendre le contexte et les périmètres d'un processus de négociation
- Comprendre et mettre en oeuvre les techniques et tactiques de négociation
- Analyser ses forces et faiblesses en vue d'accroître son pouvoir de négociation

CIBLE

Managers, Chefs d'équipes ou de services, Délégués du personnel, Contremaîtres et toute personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LE CONFLIT

Approche perceptuelle du conflit
Styles de gestion du conflit
Préalables à la gestion de conflit
Processus de gestion d'un conflit

THÈME 2 : LA NÉGOCIATION

Les techniques de négociation
Le processus de négociation

THÈME 3 : CONTEXTUALISATION DES STYLES DE NÉGOCIATION ET LEUR EFFICACITÉ

Les caractéristiques d'un bon négociateur
Négocier un conflit
Cadre et contexte légal de la négociation d'un conflit
Etre médiateur en gestion de conflit
Projection d'un film « Résoudre les conflits »

CONTENU

THÈME 1 : L'ORGANISATION DES RESSOURCES HUMAINES

Les structures de l'organisation
La gestion administrative des ressources humaines

THÈME 2 : LES RESSOURCES MATÉRIELLES

Implantation et aménagement des locaux
Les facteurs d'ambiance et la sécurité
L'ergonomie de la station de travail

THÈME 3 : L'ORGANISATION DES ACTIVITÉS

OBJECTIF GENERAL

Apprendre à organiser les ressources et les activités administratives.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Mesurer l'impact de la structure sur la fonction administrative
- Créer une ambiance de travail
- Mettre en évidence les impératifs ergonomiques
- Hiérarchiser les activités administratives et en tirer les conséquences sur l'organisation des tâches

CIBLE

Directeur/Responsable Ressources Humaines, Chefs de services, Managers, toute personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etudes de cas
- Ateliers
- Exercices d'application

DURÉE

2 jours

CONTENU

THÈME 1 : LES MATÉRIAUX

Filière béton
Filière acier
Filière bois

THÈME 2 : STRUCTURES

Modélisation
Instructions techniques

THÈME 3 : MAINTENANCE ET ENTRETIEN

Ouvrage d'art
Ouvrage spéciaux
Mouvements historiques
Bâtiments

THÈME 4 : SURVEILLANCE DES STRUCTURES

Inspections
Diagnostics
Monitoring

THÈME 5 : RÉPARATION ET RÉHABILITATION

THÈME 6 : GESTION DES ÉQUIPEMENTS

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Choisir des solutions techniques optimales et durables
- Gérer des projets (construction, maintenance, exploitation et surveillance)
- Manager le patrimoine (infrastructures, monuments historiques, ouvrages spéciaux...)

CIBLE

Concepteurs, Constructeurs et Gestionnaires.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

5 jours

CONTENU

THÈME 1 : DIAGNOSTIQUER SES CAPACITÉS MANAGÉRIALES

THÈME 2 : MOTIVER ET ORGANISER

THÈME 3 : LEADERSHIP ET AUTORITÉ

THÈME 4 : SAVOIR DÉLÉGUER

OBJECTIF GENERAL

Savoir anticiper, adopter son attitude aux situations managériales.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- S'appropriier les incontournables du management
- Gagner la confiance de son équipe en développant ses capacités d'écoute et de communication

CIBLE

Managers, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercices d'application
- Ateliers
- Etudes de cas

DURÉE

4 jours

CONTENU

THÈME 1 : LA MÉTHODE OMMDC

THÈME 2 : FAIRE ET FAIRE FAIRE

THÈME 3 : CHOIX DU MODE D'ACCOMPAGNEMENT

THÈME 4 : LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

OBJECTIF GENERAL

Intégrer les plans d'actions dans ses pratiques managériales.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Elaborer des objectifs et des plans d'actions porteurs de sens

CIBLE

Responsables et Chefs de service, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercices d'application
- Ateliers
- Etudes de cas

DURÉE

2 jours

Efficacité et développement personnel



EDP 1

Améliorer votre technique d'expression écrite

Durée : 4 jours

EDP 2

Rédiger et s'exprimer sans faute

Durée : 2 jours

EDP 3

Bien organiser sa gestuelle, son comportement

Durée : 2 jours

EDP 4

Développer sa confiance et son estime de soi

Durée : 4 jours

EDP 5

Mieux gérer votre temps et vos priorités

Durée : 2 jours

EDP 6

Gestion du temps et efficacité personnelle

Durée : 3 jours

EDP 7

Techniques de communication orale

Durée : 5 jours

EDP 8

Communiquer efficacement grâce à POWERPOINT

Durée : 2 jours

EDP 9

Oser improviser

Durée : 3 jours

EDP 10

Améliorer son efficacité grâce au MBTI

Durée : 2 jours

EDP 11

Soyez acteur de votre entretien professionnel

Durée : 2 jours

EDP 12

S'affirmer sereinement

Durée : 2 jours

EDP 13

Animer et conduire efficacement ses réunions

Durée : 2 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

Effacité et développement personnel (suite)



EDP 14 Négociation	Durée : 2 jours
EDP 15 « jouer juste » son rôle de Manager	Durée : 2 jours
EDP 16 Réussir ses interventions orales, la prise de parole en public	Durée : 2 jours
EDP 17 Savoir gérer les conflits	Durée : 2 jours
EDP 18 L'entretien annuel, un outil de développement et de progrès au service du manager et de l'entreprise	Durée : 2 jours
EDP 19 Ecrire en situation professionnelle : Créativité et Efficacité	Durée : 2 jours
EDP 20 Réussir son discours coaching technique de préparation	Durée : 2 jours
EDP 21 Réagir aux déstabilisations	Durée : 3 jours
EDP 22 Entraîner ses facultés de communication par le théâtre	Durée : 3 jours
EDP 23 Communiquer en situation managériale	Durée : 2 jours
EDP 24 Coaching camera, WEB	Durée : 1 jour
EDP 25 Théâtre grande vitesse au service « TEAMBUILDING »	Durée : 2 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

S'approprier les approches, les techniques et les modèles de rédaction et de présentation des documents inhérents aux activités de gestions.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Développer une méthodologie efficace de préparation des communications écrites
- Connaître les différents types de documents à rédiger dans le domaine de la gestion
- Améliorer son habileté à rédiger un document ou un message percutant en gestion
- Etre en mesure de rédiger un rapport, un procès-verbal, un compte rendu ou tout autre document utile en gestion

CIBLE

Managers, Chefs de services, Secrétaires de direction et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : GÉNÉRALITÉS

La recherche des idées : quelques méthodes
La structure d'un message
La mise en forme d'un document

THÈME 2 : LA COMMUNICATION ECRITE

Etablir un parallèle entre la communication externe et interne
Mise en situation (simulation)
Test

THÈME 3 : LE COMPTE RENDU

Rédaction d'un compte rendu (d'évènement, de réunion, d'activités)
Mise en situation

THÈME 4 : LE PROCÈS VERBAL

Les différents types de procès-verbaux
Les règles de fond et de forme à respecter
Exemple de présentation

THÈME 5 : LE RAPPORT

Généralités (règles de fond et de forme à observer)
2 types de rapport : d'analyse et de synthèse

THÈME 6 : LA NOTE

Prérequis : comparaison de la lettre
Les règles de fond à respecter
Les règles de forme à respecter
Exemples de notes

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Développer ses compétences et sa capacité à rédiger et s'exprimer de façon claire, précise et appropriée.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Rédiger sans faire de fautes
- Maîtriser les contextes de communication
- Parler correctement et avec sérénité

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : S'EXPRIMER SANS FAUTES

- La concordance des temps
- La ponctuation
- L'accord du participe passé
- Les astuces orthographiques

THÈME 2 : S'EXPRIMER DANS LE RESPECT DES RÈGLES DE FOND ET DE FORME

- Structurer ses idées
- Les connecteurs logiques
- Les formules de fin
- Le cas particulier de l'email

THÈME 3 : PARLER OU COMMUNIQUER EN PUBLIC

- Comment gérer son stress
- Sujet et illustration (Structure de la communication)
- Maîtriser le contexte d'énonciation
- Objectivité et subjectivité
- Parler : gestes, tics, débit

THÈME 4 : LA COMMUNICATION STRATÉGIQUE

- La position stratégique des autres
- Défendre ses intérêts
- La gamme des émotions

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Décoder les gestes, l'attitude non-verbale les plus courants
- Optimiser son mode de communication à l'oral
- Reconnaître les états d'ouverture et de fermeture de l'interlocuteur
- Identifier certains états émotionnels pour mieux ajuster son discours
- Détecter certaines incongruences entre paroles et gestes
- Etre soi-même congruent ses pensées paroles/gestes et attitudes
- S'affirmer dans ses attitudes et comportements

CIBLE

Le Top management, les responsables d'équipes.

Toute personne qui souhaite développer sa réceptivité et son attention à l'autre.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : LA COMMUNICATION NON VERBALE

Son impact sur la relation
La congruence non-verbale
Le vocabulaire gestuel

THÈME 2 : LES GESTES

Ouverts
Fermés
Parasites
La synchronisation

THÈME 3 : LES POSTURES-LES ATTITUDES

Les postures à adopter
Les attitudes à éviter
Le décodage des attitudes les plus courantes

THÈME 4 : AGRESSIVES-COURANTES

Les postures debout
Les postures assises
Les postures face à face

THÈME 5 : LA GESTUELLE DES MAINS

THÈME 6 : DÉVELOPPER SA RÉCEPTIVITÉ

THÈME 7 : PÉDAGOGIE

Supports écrits
Ateliers pratiques inter-actifs
Techniques de communication non-verbale
Ecoute active
Techniques comportementales
Techniques émanant de la synergologie (Turchet)
Exercices individuels et en groupe
Feedback

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Permettre au stagiaire de prendre du recul sur son mode de fonctionnement et de retrouver une bonne image de soi.
- Donner la possibilité de prendre conscience de ses émotions et de ses pensées ; puis de les gérer utilement.
- L'amener à restaurer l'estime de soi, et donc le jugement qu'il a sur lui-même, pour développer la confiance en soi.
- Permettre d'établir des relations professionnelles et personnelles positives.
- Renforcer la motivation

CIBLE

Tout public désirant améliorer la confiance en soi, l'estime de soi :
Managers, salariés.

STRATÉGIE
PÉDAGOGIQUE

- Pédagogie active
- Force interactivité entre les stagiaires et le formateur
- Mise en situation
- Exercices individuels
- Techniques de gestion des émotions, de lâcher prise, relaxation, visualisation, comportement,
- PNL, communication
- Etudes de cas
- Supports de cours
- Fiches

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : IDENTIFIER SES ÉMOTIONS, SES PENSÉES LIMITATIVES

Enrichir son vocabulaire et apprendre à nommer ses émotions
Distinguer faits-opinions-sentiments

THÈME 2 : PRENDRE CONSCIENCE DE SES SENTIMENTS
(APPRÉHENSION, DOUTE, PEUR)

Envers soi
Envers autrui
Enrichir son vocabulaire

THÈME 3 : PRENDRE CONSCIENCE DE SES FONDAMENTAUX

Identifier ses propres besoins
Apprendre à les exprimer et à les accepter

THÈME 4 : IDENTIFIER SES CROYANCES ET SES
CONDITIONNEMENTS QUANT À L'IMAGE DE SOITHÈME 5 : PRENDRE CONSCIENCE ET EXPRIMER
LE LANGAGE LIMITANT QUI AFFAIBLIT L'ESTIME DE SOITHÈME 6 : RENFORCER LES CROYANCES QUI
SOUTIENNENT L'ESTIME DE SOI

Valoriser son potentiel et développer ses valeurs
Identifier et modifier l'image de soi et l'image que j'ai des autres dans une relation professionnelle ou personnelle
Apprendre à être dans le non-jugement de soi et des autres
Dépasser les comportements rigides
Se dissocier de l'émotion
Comment s'accepter pour pouvoir accueillir l'autre tel qu'il est

THÈME 7 : TECHNIQUES DE LÂCHER PRISE ET DE DISTANCIATION

Comment accepter une critique
Recevoir un compliment
Savoir remercier
Savoir donner son avis en toute bienveillance
Être dans la pensée et l'attitude positives

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Mieux distinguer l'urgent et l'important.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Gérer efficacement et utilement son temps
- Définir vos priorités

STRATEGIE PEDAGOGIQUE

- Pédagogie active
- Etudes de cas
- Mise en situation

CIBLE

Tout public.

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : GÉRER SON TEMPS : UNE TÂCHE STRATÉGIQUE POUR LE MANAGER

La gestion du temps : plus qu'un simple horaire
Gérer son temps pour en gagner

THÈME 2 : QUELQUES PRINCIPES POUR GÉRER SON TEMPS

Se protéger contre soi-même
Se protéger contre son environnement
Savoir utiliser les compétences de votre secrétaire

THÈME 3 : FONCTIONNER PAR ÉTAPES

La cueillette d'information
Planifier

THÈME 4 : LA MISE EN APPLICATION DES DIRECTIVES ÉNONCÉES

Attaquer aussitôt que possible et ne pas se contenter de bonnes résolutions
N'accepter aucune entorse aux nouvelles règles de conduite prises tant qu'elles ne seront pas encore solidement ancrées
Savoir que la meilleure incitation ou changement réside dans la prise de conscience du gaspillage du temps.

THÈME 5 : PRENDRE CONSCIENCE DE VOTRE NIVEAU DE DÉSORGANISATION POUR VOUS AMÉLIORER

La procrastination : ce qu'elle est ; ce qui la sous-tend et comment la vaincre
La chronophagie : situations courantes de chronophagie et leur traitement
Évaluer et améliorer votre planification

CONTENU

THÈME 1 : L'IMPORTANCE DU TEMPS DANS LES ACTIVITES ADMINISTRATIVES

La notion de temps et son vocabulaire
Un outil d'organisation du temps : liste de contrôle
Coût du temps

THÈME 2 : DÉTERMINATION DES TEMPS

Le chronométrage
Les méthodes d'estimation
Les méthodes fondées sur les techniques de sondage

THÈME 3 : LES CONTRAINTES LIÉES AU TEMPS

Planification des activités
Le réseau PERT

OBJECTIF GENERAL

Définir votre rôle dans la gestion du temps.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Appréhender les notions de temps dans l'entreprise
- Choisir une méthode d'analyse des temps adaptée
- Repérer les contraintes liées au temps pour mieux le respecter

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercices d'application
- Travaux pratiques
- Fiches

DURÉE

3 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maitriser les méthodes et techniques de communication et de persuasion.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Exprimer clairement ses idées
- Gérer son temps de parole
- Surmonter ses inhibitions
- Adapter un langage corporel cohérent et des émotions adaptées

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Etudes de cas
- Ateliers
- Enregistrement vidéo des présentations (si souhaité)

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : APPRENDRE À SE CONNAÎTRE EN SITUATION DE PRISE DE PAROLE

Gérer son trac
Mieux cerner ses qualités

THÈME 2 : TRAVAILLER SON IMAGE

Développer sa confiance
Mieux gérer son stress
Film : Comment maîtriser son stress

THÈME 3 : ASSUMER LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

Se libérer des inhibitions et tensions psychologiques
Travailler sa voix, ouvrir ses gestes
Développer son charisme
Film : S'exprimer en public ou développer son charisme

THÈME 4 : DÉVELOPPER UNE STRUCTURATION CLAIRE DE VOS INTERVENTIONS

Identifier les caractéristiques de votre auditoire
Organiser vos idées-forces
Passer du thème à l'objectif
Structurer votre intervention
L'introduction : les 5 P

THÈME 5 : FAIRE APPEL AUX TECHNIQUES DE PRÉSENTATION

S'appuyer sur des supports
Improviser
Défendre ses idées
L'option idéale : jouer « d'abord d'accord »

THÈME 6 : AFFRONTER LES SITUATIONS TENDUES

Les cas classiques
Distinguer fait, opinion et sentiment
Revenir au factuel
Le métamodèle

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Améliorer l'impact de ses présentations orales grâce à PowerPoint.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Savoir concevoir des diapositives attractives à partir de PowerPoint
- Mener efficacement des exposés en s'appuyant sur un support PowerPoint
- Maintenir un rapport constant avec son public et précéder son diaporama pour rester maître de la démonstration

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Méthodes pragmatiques actives et participatives
- Mise en situation
- Exercices collectifs et individuels
- vidéo

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : L'IMPACT DE L'UTILISATION DE SUPPORTS VISUELS DANS LE RAPPORT AU PUBLIC

Les principes de base pour concevoir un visuel efficace : quelques règles de communication visuelle et de sémiologie de l'image, codes de l'art graphique, impact des typo, vidéos, couleurs, chartes graphiques ...

La bonne gestion des aides visuelles : PPT, paperboard, fiches, tablettes numériques, présentations à partir d'un smartphone ; trucs et astuces, raccourcis clavier ...

L'utilisation de l'espace : orateur/public/écran de projection

Utilisation des pauses et des silences. Maîtrise de la voix, du regard et du rythme de la prestation

THÈME 2 : SAVOIR ORGANISER UN ENSEMBLE COHÉRENT DE DIAPOSITIVES (NOMBRE, ALTERNANCE DE DIFFÉRENTS TYPES DE DIAPOS...)

Série de prises de parole courtes autour de slides / exercices pratiques

Savoir s'impliquer dans son discours et dans la relation public

Training

Synthèse des points importants à mettre en œuvre lors d'une prise de parole et définition d'axes de travaux individuels

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Gagner en aisance dans ses prises de parole ponctuelles et imprévisibles ; Répondre aux questions et assurer ses échanges dans une maîtrise de soi ; Mobiliser rapidement ses idées pour une meilleure réactivité.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Acquérir une fluidité mentale et verbale
- Mobiliser rapidement ses idées pour répondre aux questions
- Développer sa réactivité et sa capacité d'invention et de créativité en situation imprévisibles
- S'entraîner à développer l'efficacité de sa parole

CIBLE

Tout public et toute personne ayant à improviser lors de conférences ou réunions.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Méthodes pédagogiques actives et participatives
- Jeux et techniques inspirés de la formation de l'acteur
- Mise en situation
- Aspects théoriques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : L'IMPROVISATION AU SERVICE D'UNE EXPRESSION MAÎTRISÉE

Rappel des principales techniques de communication :

- Expression non-verbale
- Expression verbale
- Reformulation
- Utilisation des questions

Improviser :

- Se mettre en condition pour improviser
- Se donner du temps pour répondre
- Mobiliser sa créativité et son imagination
- Développer sa fluidité mentale et verbale
- Informar, expliquer, convaincre

THÈME 2 : QUESTIONS – RÉPONSES ET SITUATIONS IMPROMPTUES – IMPROVISER SANS SE DÉSTABILISER

Rappel des principales techniques de communication

Convaincre en improvisant :

- S'adapter à l'auditoire
- Elaborer un commentaire
- Puiser dans l'expérience
- Développer son imaginaire
- Communiquer son émotion
- Construire
- s'entraîner à la répartie et argumenter

Répondre avec fluidité :

- Entraîner son esprit de synthèse
- Adapter son message en fonction des contraintes de temps

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Améliorer son impact Personnel et Managérial grace au MBTI.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Connaître et comprendre son propre profil de personnalité MBTI «validé»
- Savoir comment utiliser l'outil MBTI dans le management d'équipe (améliorer son Leadership et son charisme, la qualité de ses relations, la gestion du stress et des conflits, son pouvoir de persuasion ...)

CIBLE

Toute personne désirant progresser dans la connaissance de soi, des autres et souhaitant connaître l'outil de personnalité le plus utilisé dans le monde.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Méthodes pragmatiques actives et participatives
- Mise en situation
- Exercices collectifs et individuels
- Vidéo

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : QU'EST-CE QUE LE MBTI ?, D'OÙ VIENT-IL ? À QUOI SERT-IL ? COMMENT L'UTILISER ?

Un questionnaire de personnalité est «passé» en début de séminaire afin que chaque participant trouve son profil «apparent»

Puis chacun découvre son profil «reconnu» grace à de nombreux exercices, discussions et apports théoriques. Etude des quatre dimensions. Puis chacun «Valide» son propre Type de Personnalité.

Mise en pratique dans des situations managériales.

Communiquer en tenant compte des préférences

THÈME 2 : DYNAMIQUE DES FONCTIONS ; NOS TALENTS, NOS FAIBLESSES ...

Entraînement et jeux de rôles afin de développer Leadership, Charisme, l'efficacité en Animation de réunion, Gestion du stress et des conflits ... et toutes situations de management d'équipe et management transversal.

CONTENU

THÈME 1 : PRÉPARER L'ENTRETIEN

THÈME 2 : FAIRE UN BILAN D'ACTIVITÉ EN S'APPUYANT
SUR DES FAITS MARQUANTSTHÈME 3 : ECHANGER SUR LES OBJECTIFS DE L'ANNÉE
À VENIR ET LES POSSIBILITÉS D'ÉVOLUTIONTHÈME 4 : ADOPTER UNE ATTITUDE D'ÉCOUTE ACTIVE
ET EN CAS DE DÉSACCORD

THÈME 5 : UTILISER L'OUTIL D'ASSERTIVITÉ DESC

OBJECTIF GENERAL

Permettre au collaborateur d'assumer sa place
durant l'entretien.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Mieux argumenter son point de vue et
oser poser des questions
- S'évaluer sans se surestimer ou, à
l'inverse, se dévaloriser
- Oser exprimer ses difficultés, ses
souhaits d'évolution
- Savoir se positionner
- Instaurer un dialogue constructif avec le
manager

A l'issue de cette formation, le participant sera
en mesure d'être acteur de son parcours profes-
sionnel

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Des apports théoriques et
méthodologiques
- Des questions à se poser pour bien
préparer l'entretien et des mises en
situation pour mieux s'affirmer durant
l'entretien
- Des temps d'échanges et de réflexion

DURÉE

2 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Acquérir des techniques pour s'exprimer avec aisance et tranquillité.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Renforcer sa confiance en soi
- Oser dire
- Apprivoiser son trac et ses émotions
- Savoir se faire entendre en toutes circonstances

CIBLE

Toute personne désirant s'affirmer.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Espace de parole et d'échange
- Jeux de communication
- Exercices individuels et en groupe
- Gestion des émotions
- Jeux de rôle
- Relaxation

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : L'IMAGE DE SOI

- Explorer sa relation à la parole
- Interroger les représentations que l'on a de soi, se découvrir de nouvelles ressources
- Consolider sa confiance dans ses capacités d'expression et de représentation

THÈME 2 : L'ÉMOTIVITÉ

- Savoir se préparer, se contrôler, maintenir son assurance
- Expérimenter les techniques de détente et de concentration, mobiliser son énergie
- Découvrir ses propres appuis

THÈME 3 : AFFIRMATION DE SOI

- Revisiter les bases de la communication
- Oser dire ses limites et ses besoins
- Identifier son niveau d'assertivité et le renforcer
- Favoriser la relation gagnant/gagnant
- S'expliquer avec la méthode DESC

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Assurer à vos réunions toute leur efficacité et productivité.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Repérer les phénomènes de dynamiques de groupe
- Observer et exploiter les interactions pour mener le groupe vers les objectifs à atteindre
- S'approprier les différentes techniques et méthodes
- S'entraîner à développer l'efficacité de sa parole (Argumenter, écouter, négocier, faire face aux attaques personnelles)

CIBLE

Toute personne ayant en charge l'animation et la conduite de réunion.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Méthodes pédagogiques actives et participatives
- Jeux et techniques inspirés de la formation de l'acteur
- Mise en situation
- Vidéo par « effet miroir » et « mémoire objective »
- Apports théoriques

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : LE GROUPE EN RÉUNION

La méthodologie de la conduite de réunion

Les rôles de l'animateur (préparation, organisation, production, facilitation régulation, suivi)

Les styles et techniques d'animation et la dynamique des échanges (laisser-faire, participatif, chef d'orchestre ; directif, non directif)

Construction d'une boîte à outil face aux incidents de réunion et des cas difficiles

THÈME 2 : LES DIFFÉRENTS TYPES DE RÉUNIONS ET MÉTHODES POUR LES ANIMER**Réunions d'information descendantes**

Entraînement à l'exposé

Réunions d'informations ascendantes

Acquisition de techniques : Brainstorming, brainwriting

Réunions de travail

De diagnostic, de décision, de résolution de problème, de formation, de conduite de projet...

Echanges de points de vue, discussions, débats

Application de méthode en fonction de l'objectif poursuivi (La pyramide, le Delbecq, le Brainstorming, le brainwriting, les six chapeaux ...)

CONTENU

THÈME 1 : DÉFINIR LA NÉGOCIATION

THÈME 2 : DÉGAGER LES FONDAMENTAUX DE LA NÉGOCIATION
(ÉCHANGE, OBJETS, ENJEUX, RECHERCHE DE CONVERGENCE)

THÈME 3 : MIEUX CONNAÎTRE SES ATTITUDES ET
COMPORTEMENTS EN SITUATION DE NÉGOCIATION

THÈME 4 : PRÉPARER LA NÉGOCIATION, DÉFINIR SES
POSITIONS AFFICHÉES (OCEAN, MESORE)

THÈME 5 : DÉTAILLER LES PHASES DE LA NÉGOCIATION

THÈME 6 : ENTRAÎNEMENT À LA NÉGOCIATION

OBJECTIF GENERAL

Gagner en aisance dans la participation et/ou la conduite de négociation.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Etablir une définition commune de la négociation
- Cerner les paramètres, les éléments de la négociation
- Mieux connaître ses attitudes et comportements en situation de négociation
- Développer une attitude gagnant-gagnant
- Savoir préparer une négociation
- Expérimenter la négociation à partir de cas
- Connaître quelques techniques de négociation (donnant/donnant, point par point...)

CIBLE

Toute personne amenée à participer à des négociations.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Méthodes actives et participatives
- Mise en situation
- Exercices collectifs
- Vidéo

DURÉE

2 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Mieux appréhender son rôle de cadre en management d'équipe.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Gagner en efficacité dans l'adaptation de son style aux situations et aux personnes
- Acquérir une méthodologie et des outils de base en management d'équipe

CIBLE

Manager, Cadres, Responsables d'équipes, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Méthodes pragmatiques actives et participatives
- Mise en situation
- Exercices collectifs et individuels
- Vidéo

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : LE MANAGER FACE À SA MISSION ET À SON ÉQUIPE

Définition du management

Entre « Organisation et Relations » : les deux axes du management

THÈME 2 : LE STYLE DE MANAGEMENT, UN COMPORTEMENT D'INFLUENCE

Les 4 modes de management (directif, persuasif, participatif, délégataire)

Comment évaluer l'efficacité de son style de management ?

THÈME 3 : CONNAÎTRE LES LEVIERS DE LA MOTIVATION PROFESSIONNELLE

Identifier les ressorts de la motivation et les causes de la démotivation

Rechercher les moyens disponibles pour dépister, réduire et éviter les faux problèmes

THÈME 4 : MISE EN PLACE D' ACTIONS EFFICACES ET SPÉCIFIQUES AUPRÈS DE COLLABORATEURS

Faire passer un message.

Encourager, recadrer, former, informer

Etudes de situations de management au quotidien

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Mobiliser son auditoire.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Repérer, déployer et exploiter avec efficacité ses moyens d'expression
- Améliorer la cohérence de ses interventions orales
- Canaliser son émotivité pour transformer son trac en énergie positive
- Etablir et maintenir le contact à l'auditoire

CIBLE

Toute personne souhaitant améliorer ses interventions en public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Méthodes actives et participatives
- Jeux et techniques de l'acteur
- Vidéo par « effet miroir et «mémoire objective»
- Apports théoriques.

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : PARLER EST UN ACTE QUI ENGAGE LE CORPS

Les techniques d'expression

Attitudes verbales et non verbales (gestes, posture, regard, dynamique...)
Perception du corps en mouvement
Décontraction, respiration, concentration
Voix (placement, débit, hauteur, intonation...articulation)

THÈME 2 : PARLER EST UN ACTE QUI ENGAGE NOTRE SENSIBILITÉ ET NOTRE IMAGINAIRE

La communication en présence

Prise en compte de l'auditoire (garder le contact)
Le rôle des émotions, le trac comme énergie positive
Entraînement à l'improvisation, (adaptabilité, écoute...implication, sens de la Répartie)
Réponses aux questions difficiles

THÈME 3 : PARLER EST UN ACTE QUI ENGAGE NOTRE PENSÉE

L'organisation du message oral

Préparation et structuration du message
Les registres de la parole convaincante
Vocabulaire et langage (adaptés à l'auditoire)
Fiches notes (aides mémoires)

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Prendre conscience de la dimension interactive des conflits.

Maîtriser les techniques de communication adaptées aux situations de conflits.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Analyser les différentes dimensions d'un conflit
- Distinguer la part émotionnelle et la part rationnelle dans un conflit
- Développer la qualité de son expression et renforcer son affirmation de soi
- Développer des réponses appropriées au dysfonctionnement relationnel rencontré
- Développer ses capacités de négociation

CIBLE

Toute personne amenée à gérer des conflits.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Espace de parole et d'échange
- Etudes de cas
- Mises en situation
- Jeux de rôle
- Exercices et jeux liés à la communication
- Gestion des émotions
- Analyse transactionnelle
- Assertivité

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : LA COMMUNICATION ET LE JEU DES INTERACTIONS: PRINCIPES GÉNÉRAUX

Les deux niveaux de la communication: information et relation

Le cadre de référence, les valeurs, les croyances

Les différents registres d'expression: factuel, conceptuel, émotionnel

THÈME 2 : ANALYSER LES CONFLITS PROFESSIONNELS

La dimension institutionnelle d'ensemble

La dimension personnelle et relationnelle

THÈME 3 : COMPRENDRE LES CONFLITS ET EN ACCEPTER LE CARACTÈRE INÉLUCTABLE

Les différents types de conflits et d'opposition et leurs modes de manifestations

Les différents stades et mécanismes conflictuels

THÈME 4 : DÉVELOPPER SON APTITUDE À S'AFFIRMER DANS LES RELATIONS INTERPERSONNELLES

Repérer les différentes attitudes (fuite, agressivité, manipulation) et leurs effets sur l'interlocuteur

Prendre du recul, comprendre les enjeux, se donner les moyens d'analyser le problème

Développer une attitude positive, favoriser une résolution gagnant/gagnant

Mettre en œuvre une démarche de résolution par la négociation

CONTENU

THÈME 1 : DÉFINITION COMMUNE DE L'ÉVALUATION

Les 6 étapes du processus d'évaluation des enjeux au suivi du plan d'action
Les 5 phases de l'entretien annuel : Constat, Critère, Compréhension, objectif, suivi

THÈME 2 : DISTINCTION ENTRE FAIT OPINION ET SENTIMENT

Les attitudes d'écoute dites Attitudes de Porter
Le management situationnel : Directif, Persuasif, Participatif, Délégatif.

OBJECTIF GENERAL

Evaluer ses collaborateurs pour mieux les accompagner dans leur évolution et les mobiliser autour des enjeux stratégiques et les valeurs de l'entreprise.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Préparer l'évaluation et lui donner du sens sur toute la durée de l'exercice annuel
- Créer un climat de confiance lors de l'entretien annuel
- Savoir formuler un constat
- Accompagner son collaborateur en fonction d'un objectif partagé par lui
- Fixer les objectifs avec la méthode SMART
- Optimiser les plans d'action en adaptant son mode de management

CIBLE

Managers, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Réflexions en sous groupe
- Echange de pratiques
- Tests individuels
- Mise en situation à partir d'exemples issus du groupe ou de jeux de rôles préparés
- Engagement individuel du manager sur son plan de progrès personnel
70% de pratique, 30% de théorie

DURÉE

2 jours

CONTENU

THÈME 1 : L'ATELIER D'ÉCRITURE

Trouver des idées
Enrichir son écriture par la contrainte créative
Travailler son vocabulaire et son style

THÈME 2 : CLARTÉ ET AISANCE DANS SES ÉCRITS

Consolider ses repères par l'usage de l'écriture journalistique
Écrire à partir de différents supports : l'image, le tableau
La lettre et le mail

OBJECTIF GENERAL

Trouver et retrouver le plaisir de s'exprimer par l'écrit.
S'entraîner à exprimer des idées sur tous sujets.
Changer sa vision de l'écriture et faire évoluer ses écrits.
Gagner en aisance et en clarté dans ses écrits au quotidien.
Gagner en temps et en créativité dans son expression écrite.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Acquérir une fluidité rédactionnelle
- Faire travailler sa créativité pour des écrits professionnels
- Travailler sur différents formats pour adapter son écrit aux situations et au lectorat

CIBLE

Toute personne désireuse de développer ses capacités de créativité dans son expression écrite.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Ateliers d'écritures de jeux
- Exercices et situations d'écriture

DURÉE

2 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Améliorer un discours dans le cadre d'une préparation individualisée.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Réussir la structuration du discours
- Améliorer son impact
- Tenir compte de l'auditoire de réception
- Se préparer à répondre aux questions

CIBLE

Elu, Haut responsable, ou toute personne amenée à faire un discours.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Analyse conjointe
- Entraînements spécifiques de l'acteur
- Autoscopie

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : L'ANALYSE DU DISCOURS

Organisation et structuration
Argumentation et illustration
Impact et adaptation à l'auditoire
Originalité, humour et personnalisation
Gestion prévisionnelle du temps

THÈME 2 : DIRE SON DISCOURS

Les effets rhétoriques
La sincérité et le charisme
Les aides et supports
L'environnement technique (micros, écrans, pupitre, etc.)
La gestion en direct du temps

THÈME 3 : SE PRÉPARER À L'ÉVÈNEMENT

Techniques de visualisation
Apprivoiser son trac
Choisir son mode opératoire
Anticiper les déstabilisations possibles

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Mieux réagir en cas d'imprévu.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Repérer les sources de destabilisation (internes et externes)
- Améliorer sa capacité de riposte
- Réagir positivement en toutes circonstances
- Faire de son interlocuteur un allié

CIBLE

Toute personne exposée à un public, restreint, moyen ou important.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Méthodes actives et participatives
- Jeux et techniques de l'acteur
- Apports théoriques

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : LES DIFFÉRENTES SOURCES DE DÉSTABILISATION

Déstabilisation interne, destabilisation externe
Cause inanimée, cause humaine
Gérer son émotivité quand survient l'imprévu
Faire face à soi, à l'autre, à l'environnement

THÈME 2 : QUESTIONS DIFFICILES, INTERLOCUTEURS DIFFICILES, SITUATIONS DIFFICILES

Prise en compte de l'autre (empathie)
Reformulation et adaptation au contexte
Imagination, distance et humour
Se renforcer en profitant de l'inattendu

THÈME 3 : SE PRÉPARER À L'IMPRÉVU

Techniques de visualisation
Apprivoiser son trac
Anticiper pour se libérer
Choisir son mode opératoire

CONTENU

THÈME 1 : L'EXPRESSION VERBALE ET NON VERBAL

La qualité du vocabulaire, la fluidité du langage, l'organisation de la parole, le débit, le volume, l'articulation, la modulation, les intonations, la respiration

THÈME 2 : L'AFFIRMATION DE SOI

La qualité de la présence, le regard, la présence à l'autre, la posture, la fluidité corporelle, l'ancrage, la gestuelle

THÈME 3 : LA PAROLE EN JEU

La parole improvisée, l'exploration de l'imaginaire, la qualité de l'expressivité, la capacité de se mettre en scène

THÈME 4 : RECONNAÎTRE SES ÉMOTIONS

S'adapter à l'imprévu, la concentration, l'utilisation du trac, la mise à distance, la décontraction

OBJECTIF GENERAL

Développer ses ressources et son potentiel d'expression à l'aide des techniques de l'acteur.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Repérer les sources de déstabilisation (internes et externes)
- Améliorer sa capacité de riposte
- Réagir positivement en toutes circonstances
- Faire de son interlocuteur un allié

CIBLE

Toute personne exposée à un public, restreint, moyen ou important.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Jeux et improvisations individuels et collectifs
- Exercices issus des techniques de l'acteur

DURÉE

3 jours

CONTENU

THÈME 1 : CONNAÎTRE SON STYLE DE COMMUNICATION, DÉCODER LES AUTRES STYLES ET DÉCOUVRIR LES CLÉS POUR POUVOIR S'Y ADAPTER

THÈME 2 : DISTINGUER LES FAITS DES OPINIONS ET DES ÉMOTIONS

THÈME 3 : S'ENTRAÎNER AUX 7 ÉTAPES DE LA COMMUNICATION RÉGULATIVE

THÈME 4 : DISPOSER DE CLÉS PERMETTANT DE NÉGOCIER À BON ESCIENT AVEC LA MATRICE CONCESSIONS ET CONTREPARTIES

OBJECTIF GENERAL

Améliorer ses facultés d'écoute et de communication.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Détecter les besoins de son interlocuteur et y répondre précisément
- Exposer de manière claire son point de vue
- Surmonter les conflits/tensions en prenant du recul face à ses émotions et en recherchant des points d'accord
- Instaurer la confiance
- A l'issue de cette formation, le participant sera en mesure d'avoir des échanges constructifs

CIBLE

Managers et futurs managers.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Une pédagogie aidant les participants à s'approprier les bonnes pratiques
- Des exercices, QCM et cas favorisant l'appropriation des méthodes et outils proposés
- Des mises en situation traitant de l'ensemble des problématiques rencontrées par les participants

DURÉE

2 jours

CONTENU

THÈME 1 : LE JEU DEVANT LA CAMÉRA

Comprendre l'environnement technique
Apprendre à maîtriser le cadre
Les spécificités de la prise de parole filmée
Gérer son émotivité à l'écran
Analyser son image pour mieux la renforcer

THÈME 2 : SE PRÉPARER À UN TOURNAGE

Coiffure, maquillage et tenue vestimentaire
Structuration du discours
Images, exemples et anecdotes
Préparation physique et mentale
Relation avec les techniciens

OBJECTIF GENERAL

Apprivoiser la caméra lors de l'enregistrement pour le web.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Repérer ses atouts et ses faiblesses lors d'un jeu devant la caméra
- Améliorer sa prise de parole face à la caméra
- Apprivoiser l'environnement technique
- Faire de la caméra un allié

CIBLE

Toute personne exposée à des enregistrements vidéo ou toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Mise en situation
- Auto-analyse accompagnée
- Exercices cibles
- Jeux et techniques inspirés de la formation de l'acteur

DURÉE

1 jour

CONTENU

THÈME 1 : CONDUITE D'UN PROCESSUS EN CINQ TEMPS

Exercices d'acteurs

Conception en sous-groupe du scénario d'un spectacle court

Répétition

Représentation

Analyse des messages clés et du processus dans son ensemble

OBJECTIF GENERAL

Favoriser la cohésion d'équipe et la réflexion en période de changement ou de mutation.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Favoriser la cohésion du groupe
- Mobiliser la créativité de chacun et gérer sa relation aux autres en situation de stress, de risque ou d'improvisation
- Développer des capacités d'expression, de relation avec les autres et d'affirmation de son autorité
- Accompagner un changement et aider à la résolution d'une difficulté

CIBLE

Tous salariés d'une entreprise, tous niveaux hiérarchiques confondus.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Les techniques théâtrales

DURÉE

2 jours

Ressources humaines et organisation



RHO 1 La fonction « Ressources Humaines »	Durée : 3 jours
RHO 2 Politique et gestion des rémunérations	Durée : 3 jours
RHO 3 Evaluation, Appréciation du personnel et fixation d'objectifs	Durée : 3 jours
RHO 4 Bilan Social et Tableaux de bord Sociaux	Durée : 4 jours
RHO 5 Gestion des congés au GABON	Durée : 2 jours
RHO 6 La gestion prévisionnelle des emplois et compétences	Durée : 4 jours
RHO 7 Elaboration des référentiels de compétences : démarche et application en GRH	Durée : 3 jours
RHO 8 Détecter, promouvoir et valoriser les compétences	Durée : 4 jours
RHO 9 Manager les carrières dans les organisations	Durée : 2 jours
RHO 10 Recrutement, accueil et intégration	Durée : 3 jours
RHO 11 L'audit social	Durée : 3 jours
RHO 12 Comprendre et améliorer les conditions de travail de vos collaborateurs	Durée : 3 jours
RHO 13 Concevoir et mettre en place un plan de formation efficace	Durée : 3 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

THÈME 1 : PLACE ET IMPORTANCE DE LA FONCTION « RESSOURCES HUMAINES »

Les activités de gestion des ressources humaines

THÈME 2 : PLANIFICATION ET GESTION PRÉVISIONNELLE DES RH

THÈME 3 : RECRUTEMENT DU PERSONNEL

THÈME 4 : RÉMUNÉRATION DES RESSOURCES HUMAINES

THÈME 5 : FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

THÈME 6 : GESTION DES CONFLITS ET DES RELATIONS SOCIALES

THÈME 7 : EVALUATION DU RENDEMENT

OBJECTIF GENERAL

Etre en mesure d'optimiser la contribution du personnel en mettant en oeuvre les pratiques efficaces de gestion de ressources humaines.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- S'approprier les connaissances et les modèles entourant la fonction «Ressources humaines»
- Concevoir et mettre en place une Fonction « Ressources Humaines»
- Structurer et mettre en oeuvre les activités et les tâches inhérentes à la fonction « Ressources Humaines »

CIBLE

Cadres de la DRH, Chefs de services, Personnels RH et toutes personnes intéressées par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etudes de cas

DURÉE

3 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Etre capable de concevoir et de mettre en oeuvre une politique et des procédures de gestion des rémunérations.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Etre en mesure de mener un diagnostic approprié du système de rémunération en vigueur dans l'organisation
- Etre capable de mettre en relief les principales composantes matérielles et psychologiques de la rémunération
- Mettre en oeuvre des pratiques de rémunération favorables à l'amélioration de la performance
- Utiliser les instruments et techniques permettant d'aligner la rémunération aux compétences et à la stratégie de l'entreprise

CIBLE

Managers, Cadres de la DRH, Top Managers et Responsables de ressources humaines et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

Méthodes variées et interactives d'apprentissage combinant :

- Exposés
- Etudes de cas
- Travaux en équipe
- Partage d'expériences des participants

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LES PRINCIPES DE LA POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION

- Les différents systèmes de rémunération
- Les objectifs d'une politique de rémunération

THÈME 2 : LES FONDEMENTS DES SYSTÈMES DE RÉMUNÉRATION

- Qu'est-ce qu'un système de rémunération ?
- Les systèmes fondés sur l'emploi
- Les systèmes fondés sur la personne
- L'importance de l'équité interne

THÈME 3 : LA GESTION DE LA MASSE SALARIALE : L'ENJEU DE L'ÉQUILIBRE FINANCIER

- Définitions
- Les effets d'inertie de la masse salariale

THÈME 4 : LA NOTION DE RÉMUNÉRATION GLOBALE ET SES APPLICATIONS

- Définitions
- Les composantes de la rémunération globale
- Les pratiques relatives à la mise en oeuvre de la rémunération globale

THÈME 5 : LA MISE EN PLACE D'UN SYSTÈME DE RÉMUNÉRATION

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maitriser les processus et moyens de fixation d'objectifs et d'entretien annuel du personnel.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Préparer et piloter des missions d'appréciation (ou évaluation) des performances du personnel
- Motiver et évaluer les résultats
- Conduire des entretiens d'appréciation annuel
- Définir des objectifs Spécifiques, Mesurables, Atteignables et Réalisables à Temps (SMART)
- Allouer les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés
- Lister les enjeux et biais de l'entretien annuel d'appréciation
- Analyser les écarts entre les réalisations et prévisions pour proposer et mettre en œuvre des solutions correctives et préventives

CIBLE

DRH, Responsable Administratif, Cadre, Chefs de service ou d'unité et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers
- Fiches et grilles d'accord sur les objectifs
- Fiches et grilles d'appréciation

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LA FIXATION D'OBJECTIFS

De la fiche de poste à l'accord sur les objectifs
L'arborescence des objectifs
Les objectifs SMART
L'équilibre Objectifs - Ressources

THÈME 2 : L'OBJET DE L'ÉVALUATION

Objectifs de l'évaluation
Enjeux de l'évaluation

THÈME 3 : LE DROIT À L'ÉVALUATION DE L'EMPLOYEUR

Les éléments que l'employeur évalue
Les outils nécessaires à l'évaluation

THÈME 4 : LES THÉORIES MANAGÉRIALES SUR L'ÉVALUATION

L'Ecole du Management Scientifique
L'Ecole des Relations Humaines

THÈME 5 : CONSTRUIRE UN SYSTÈME D'ÉVALUATION EFFICACE

Définir l'objectif de l'entretien d'évaluation
Déterminer la période et les acteurs de l'évaluation
Etablir le lien entre évaluation et management par objectifs
Le processus de l'entretien annuel d'évaluation

THÈME 6 : LE SUIVI DE L'ENTRETIEN D'APPRÉCIATION ANNUEL

Les actions correctives
Les actions préventives

THÈME 7 : LES TENDANCES DE L'ÉVALUATION

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maitriser les outils de pilotage de la fonction RH.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Rédiger et présenter des Tableaux de Bord Sociaux pertinents
- Rédiger et présenter des Tableaux de Bord des effectifs, du recrutement, de la formation, de la rémunération, de la gestion de carrière, des relations professionnelles et Hygiène, Sécurité et Santé
- Rédiger, présenter et analyser le Bilan social et le Rapport de Situation Comparée (RSC)
- Mesurer l'impact des actions de l'entreprise
- Repérer les problèmes et dysfonctionnements pour apporter des solutions correctives et préventives et anticiper une politique de Gestion des Ressources Humaines
- Optimiser les tableaux de bord de l'entreprise

CIBLE

DRH, Responsable Administratif, Cadre dirigeant d'entreprise et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques / Cas pratiques
- Ateliers / Outils et fiches personnalisables
- Modèles de Tableaux de Bord Sociaux (TBS) et de Bilan Social
- Echanges de bonnes pratiques
- Laboratoire/Plan d'action pour l'entreprise

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : LE SIRH, CONCEPTS ET ENJEUX**THÈME 2 : LES TABLEAUX DE BORD SOCIAUX (TBS), CONCEPTS ET ENJEUX**

- La démarche d'élaboration des TBS
- Les TBS des effectifs
- Les TBS du recrutement
- Les TBS de la carrière
- Les TBS de la rémunération
- Les TBS de la formation
- Les TBS des relations professionnelles
- Les TBS HSE

THÈME 3 : LABORATOIRE, QUELS TBS POUR VOTRE ENTREPRISE?

- Les éléments que l'employeur évalue
- Les outils nécessaires à l'évaluation

THÈME 4 : LE BILAN SOCIAL ET LE RAPPORT DE SITUATION COMPARÉE (RSC) – BILAN SOCIAL, DASMO ET RAPPORT UNIQUE, CONCEPTS ET ENJEUX

- La DASMO
- Le Bilan Social
- Le Rapport de Situation Comparée (RSC)

THÈME 5 : L'ANALYSE DES TBS ET DU BILAN SOCIAL

- L'analyse des dysfonctionnements à partir des TBS, du Bilan Social et du RSC
- Les solutions correctives et préventives
- L'anticipation ou le réajustement de la politique RH à partir des TBS, du Bilan social et du RSC

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maitriser la gestion des congés et absences.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Identifier et gérer les différents types de congés
- Reconnaître le temps de travail effectif et savoir le gérer
- Maitriser la fixation, modification et rémunération du temps de congé

CIBLE

DRH, Responsable Administratif, Cadre dirigeant d'entreprise et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : SOURCES DU DROIT AUX CONGÉS

Notion de temps de travail effectif
Notion de période de référence

THÈME 2 : CALCUL DE LA DURÉE DES CONGÉS

Durée des congés
Détermination du travail effectif (impact du Code du travail et de la Convention Collective)

THÈME 3 : INCIDENCES D'ÉVÈNEMENTS SUR LES CONGÉS

Maladie
Préavis
Grève

THÈME 4 : RÉMUNÉRATION DES CONGÉS PAYÉS

CONTENU

THÈME 1 : L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT INTERNE ET EXTERNE

THÈME 2 : L'ANALYSE DES BESOINS EN RH

THÈME 3 : LA PRÉVISION DES RH DISPONIBLES ET LEUR ÉVOLUTION

THÈME 4 : L'ANALYSE DES ÉCARTS

THÈME 5 : LE PROGRAMME D'AJUSTEMENT

THÈME 6 : LE SUIVI DU PROGRAMME D'AJUSTEMENT

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser la GPEC

S'approprier les différentes méthodes d'analyse des besoins et de l'environnement.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Préparer et piloter une mission de GPEC
- Analyser des besoins en RH
- Analyser les RH disponibles et leur évolution
- Analyser les écarts entre les besoins en RH et les ressources disponibles
- Mettre en place et piloter un programme RH

CIBLE

Directeur/Responsable Ressources Humaines, Chefs de services, Managers, toute personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Outils et fiches personnalisables
- Etudes de cas
- Ateliers
- Echange de bonnes pratiques
- Grilles d'analyse et outils d'auto-évaluation
- Laboratoire et plan d'action

DURÉE

4 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les techniques et méthodes des référentiels de compétences.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Rédiger des référentiels de compétences pertinents et adaptés à l'organisation
- Lister les différentes dimensions d'un diagnostic de compétences
- Déterminer et analyser la compétence individuelle
- Analyser les situations de travail en vue de réaliser un référentiel de compétences
- Réaliser un référentiel de résultats en vue de réaliser un référentiel de compétences
- Lister les différents niveaux de compétence dans une organisation
- Identifier et tenir compte des facteurs qui déclenchent l'évolution des compétences

CIBLE

DRH, Responsable Administratif, Cadre dirigeant d'entreprise et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques/Cas pratiques
- Ateliers/Outils et fiches personnalisables
- Check-list et questionnaires
- Modèles de référentiels de compétences
- Grilles d'analyse/Laboratoire

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LA COMPÉTENCE, CONCEPTS ET ENJEUX

Notion de temps de travail effectif
Notion de période de référence

THÈME 2 : LE RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES, CONCEPT ET ENJEUX**THÈME 3 : LE PROCESSUS D'ÉLABORATION DU RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES**

Les différentes phases
Le contenu du référentiel des compétences

THÈME 4 : LE DICTIONNAIRE DES COMPÉTENCES

L'Ecole du Management Scientifique

THÈME 5 : UTILISATION DU RÉFÉRENTIEL DES COMPÉTENCES

Utilisation du référentiel des compétences dans le recrutement
Utilisation du référentiel des compétences dans l'évaluation des compétences
Utilisation du référentiel des compétences dans la formation
Utilisation du référentiel des compétences dans la gestion des carrières

THÈME 6 : ANIMER ET PILOTER LE RÉFÉRENTIEL DES COMPÉTENCES

L'appropriation du référentiel de compétences par les managers et salariés :
donner un sens au référentiel
L'actualisation du référentiel de compétences

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Identifier les talents au sein de l'organisation et créer les conditions de réalisation de leurs performances.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Contribuer à la redynamisation du capital humain de l'organisation
- Préparer et conduire des missions d'appréciation (ou évaluation) du personnel
- Conduire des entretiens d'appréciation des performances, des compétences et du potentiel du personnel
- Identifier les compétences et le potentiel d'un salarié
- Identifier les Haut Potentiel (Hi Po) ou talents
- Identifier les aspirations des salariés
- Analyser le marché du travail interne
- Définir des plans de relève
- Définir, piloter et accompagner les possibilités d'évolution professionnelle (plans de carrière et de relève)

CIBLE

DRH, Responsable Administratif, Cadre dirigeant d'entreprise et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Outils et fiches personnalisables
- Ateliers/Tableaux de Bord/Check-list
- Etudes de cas/Grilles d'analyse
- Laboratoire et plan d'action

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : L'APPRÉCIATION DU PERSONNEL

L'appréciation des performances, des compétences et du potentiel des salariés

L'identification des Haut Potentiel (matrice des Talents)

Le Bilan des compétences globales de l'entreprise

THÈME 2 : L'ANALYSE DU MARCHÉ DU TRAVAIL INTERNE**THÈME 3 : LA DÉFINITION DES TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES**

La définition des plans de relève et de carrière

Le plafonnement de carrière

THÈME 4 : L'ACCOMPAGNEMENT DES TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES

La formation

Le coaching

La rémunération

Les conditions de travail

CONTENU

THÈME 1 : L'APPRÉCIATION DU PERSONNEL

THÈME 2 : L'ANALYSE DU MARCHÉ DU TRAVAIL

THÈME 3 : LA DÉFINITION DES TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES

THÈME 4 : L'ACCOMPAGNEMENT DES TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES

THÈME 5 : LE PLAFONNEMENT DE CARRIÈRE

OBJECTIF GENERAL

Mieux gérer les plans de carrières.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Développer, piloter, évaluer et améliorer un système de gestion de carrière performant
- Savoir réaliser un bilan de carrière
- Identifier les étapes de la carrière
- Analyser le marché du travail
- Développer et piloter des plans de succession
- Définir, piloter et accompagner un plan de carrière

CIBLE

DRH, Responsable Administratif, Cadre dirigeant d'entreprise et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Outils et fiches personnalisables
- Jeux de rôles
- Etudes de cas
- Grilles d'analyse et outils
- Auto-évaluation
- Laboratoire et plan d'action

DURÉE

2 jours

CONTENU

THÈME 1 : IDENTIFICATION DU BESOIN

THÈME 2 : LA CAMPAGNE DE RECRUTEMENT

THÈME 3 : LA SÉLECTION

THÈME 4 : L'ACCUEIL ET L'INTÉGRATION

THÈME 5 : L'ANALYSE DU PROCESSUS DE RECRUTEMENT

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les techniques de recrutement, d'accueil et d'intégration.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Développer, piloter, évaluer et améliorer un système de recrutement performant
- Identifier et analyser les besoins de recrutement
- Piloter la campagne de recrutement
- Présélectionner, sélectionner et embaucher les meilleurs candidats
- Piloter le programme d'intégration des nouvelles recrues
- Evaluer et améliorer le système de recrutement

CIBLE

DRH, Responsable Administratif,
Cadre dirigeant d'entreprise et
toute autre personne intéressée
par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Outils et fiches personnalisables
- Jeux de rôles
- Etudes de cas
- Séances vidéo
- Grilles d'analyse et outils d'évaluation
- Laboratoire et plan d'action

DURÉE

3 jours

CONTENU

THÈME 1 : CONCEPT, TYPOLOGIE ET ENJEUX DE L'AUDIT SOCIAL

THÈME 2 : LA PHASE PRÉPARATION DE L'AUDIT SOCIAL

THÈME 3 : LA PHASE COLLECTE DES DONNÉES

THÈME 4 : LA RÉDACTION DU RAPPORT D'AUDIT SOCIAL

THÈME 5 : LA PRÉSENTATION DU RAPPORT

OBJECTIF GENERAL

Pratiquer un audit social efficace.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Préparer et piloter une mission d'audit social
- Identifier et analyser les conformités et écarts dans le domaine social
- Savoir rédiger et présenter un rapport d'audit social

CIBLE

Responsable administratif, Cadres, Dirigeant d'entreprise et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Outils et fiches personnalisables
- Jeux de rôles
- Applications informatiques
- Etudes de cas
- Check – List et questionnaires
- Référentiels
- Grilles d'Analyse
- Laboratoire et plan d'action

DURÉE

3 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Créer un cadre d'amélioration des conditions de travail de vos collaborateurs.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Mieux encadrer vos collaborateurs
- Comprendre et analyser les conditions de travail
- Améliorer la qualité de vie au travail

CIBLE

Personne en charge des RH, Chefs de services, Responsables de la production, ingénieurs, Chefs de services, délégués syndicaux et toute autre personne intéressée par la problématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : COMPRENDRE ET ANALYSER LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DES CONDITIONS DE TRAVAIL

Le contenu
Les aspects physiques
Les aspects psychologiques

THÈME 2 : APPRÉHENDER ET MESURER L'IMPACT DES CONDITIONS DE TRAVAIL

L'accident du travail
Le stress
Le turn-over et l'absentéisme
Déterminer et analyser des indicateurs

THÈME 3 : ANALYSER LES CONDITIONS DE TRAVAIL

Les modèles
Les méthodes

THÈME 4 : PRÉVENIR ET AMÉLIORER LES CONDITIONS DE TRAVAIL DE VOS COLLABORATEURS

Ce que prévoient les pouvoirs publics et les groupements organisés
Ce que vous pourriez ou devez organiser
Améliorer les conditions de travail de vos collaborateurs

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Piloter la mise en oeuvre du plan de formation ; Élaborer une politique de formation cohérente avec la stratégie.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Définir les besoins de formation de votre entreprise
- Rédiger votre plan de formation et le budgéter
- Mettre en oeuvre votre plan de formation
- Evaluer votre plan de formation

CIBLE

Personnels en charge de la formation, Chefs de service, Responsables de Ressources Humaines, cadres ou toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : COMPRENDRE LES FONDEMENTS DE LA FORMATION

Objectifs et typologie de la formation
Les dispositifs de formation
La demande et l'offre de formation
Le concept d'ingénierie de la formation

THÈME 2 : CONSTRUIRE ET METTRE EN OEUVRE UN PLAN DE FORMATION

Les fondements du plan de formation
Les étapes de la rédaction du plan de formation
La mise en oeuvre du plan de formation
Les contraintes et limites

THÈME 3 : EVALUER LA FORMATION

Qu'évalue-t-on ?
Comment évalue-t-on ?

THÈME 4 : EVALUER LE PLAN DE FORMATION

Mesurer l'efficacité du plan de formation : évaluer le plan de formation
Mesurer l'efficience : évaluer le coût du plan de formation
Mesurer la valeur ajoutée au développement des compétences



MSP 1

Gestion de la qualité dans le secteur public

Durée : 4 jours

MSP 2

Management de la performance des organisations publiques

Durée : 4 jours

MSP 3

Gestion des projets : montage des projets de partenariat public privé (PPP)

Durée : 3 jours

MSP 4

Evaluation et pilotage des politiques publiques

Durée : 4 jours

MSP 5

La gestion axée sur les résultats (GAR)

Durée : 5 jours

MSP 6

La décentralisation

Durée : 4 jours

MSP 7

Elaboration et exécution d'un budget participatif d'une collectivité locale

Durée : 5 jours

MSP 8

Planification intégrant le genre

Durée : 5 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Familiariser les participants avec les outils et méthodes de gestion de la qualité dans le secteur public.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A la fin de la session, les participants seront en mesure de :

- Faire le diagnostic d'un processus
- Dérouler un projet Lean six sigma
- Intégrer le concept de qualité totale au fonctionnement de leur institution

CIBLE

Cadres, Directeurs, Responsables qualité, tout public.

STRATEGIE PEDAGOGIQUE

- Études de cas
- Travaux pratiques
- Travaux en équipe

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : INTRODUCTION

Processus de gestion dans le secteur public
Amélioration des processus de gestion
Impact de la normalisation sur les processus de gestion

THÈME 2 : LE PROCESSUS

Diagnostic d'un processus
Description d'un processus
Mesure de performance d'un processus
Atelier 1 : choix d'un processus et diagnostic général

THÈME 3 : LEAN SIX SIGMA

Lean six sigma – application dans le secteur public
Déroulement d'un projet lean six sigma
Atelier 2 : lean six sigma dans la fonction publique

THÈME 4 : QUALITÉ TOTALE

Application de la philosophie de la qualité totale au secteur public
Atelier 3 : potentiel d'application de la gestion de la qualité totale

THÈME 5 : CONCLUSION

Plénière : Mise en commun des discussions dans les ateliers
Remise d'un résumé des ateliers (maximum 2 pages)
Examen récapitulatif (1 heure)

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Familiariser les participants avec les outils et méthodes de management de la performance dans les organisations publiques.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A la fin de la session, les participants seront en mesure de :

- Enoncer des objectifs réalistes d'amélioration de leurs performances
- Prendre en compte les spécificités de la Gestion Axée sur les Résultats (GAR) dans le mode de fonctionnement de leurs institutions respectives.

CIBLE

Chefs de services, Cadres, Dirigeants.

STRATEGIE PEDAGOGIQUE

- Études de cas
- Travaux pratiques
- Travaux en équipe

DURÉE

4 jours

THÈME 1 :

Présentation d'un modèle général des théories, approches et techniques en appui à l'amélioration de la performance et la gestion axée sur les résultats dans les organisations publiques des Etats modernes.

THÈME 2 :

Le point de départ de la GAR : l'appréciation des résultats actuellement produits dans votre organisation, votre unité administrative ou votre équipe et les liens qu'on peut établir entre ces résultats et les objectifs poursuivis.

THÈME 3 :

L'établissement d'objectifs d'amélioration réalistes en lien avec ce qui a été établi au thème 2.

THÈME 4 :

Les composantes d'une stratégie de gestion de changement visant l'introduction ou le renforcement de la gestion axée sur les résultats (et quelques outils utiles).

THÈME 5 :

Application future d'une GAR : les engagements des participants au cours des prochains mois pour introduire et renforcer la gestion par objectifs et axée sur les résultats.

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Familiariser les participants avec les outils et méthodes de gestion des projets de partenariat public privé (PPP).

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A la fin de la session, les participants seront en mesure de :

- Maitriser l'équilibre essentiel dans le cadre d'un projet de partenariat public privé
- Elaborer un projet de partenariat public privé en tenant compte des aspects administratifs, financiers, logistiques...

CIBLE

Directeur, Chefs de services, Cadres.

STRATEGIE PEDAGOGIQUE

- Études de cas
- Travaux pratiques
- Travaux en équipe

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES SUR LES PPP (ORIGINE ET ENCADREMENT LÉGAL D'UN PROJET PPP)

La notion de Partenariat Public-Privé
L'environnement institutionnel et législatif favorable (et indispensable) pour mettre en œuvre les PPP

THÈME 2 : TYPES DE PROJETS CONCERNÉS ET ENGAGEMENTS CONTRACTUELS CORRESPONDANTS ET PARTAGE DES RESPONSABILITÉS

L'équilibre essentiel d'un projet PPP
L'application : la résolution des litiges (avec des cas concrets)

THÈME 3 : ELABORATION D'UN PROJET DE PPP

Les projets PPP dans le secteur des infrastructures de transport (procédures habituelles, concessions sur appel d'offres soit en une phase, soit en deux phases – PPP pour exploitation et entretien)

THÈME 4 : ASPECTS ADMINISTRATIFS, FINANCIERS ET LOGISTIQUES D'UN PROJET PPP : LES CONTRATS DE PARTENARIAT ENTRE LE SECTEUR PUBLIC ET LES ENTREPRISES PRIVÉES (AVEC DES CAS CONCRETS)

THÈME 5 : LE SUIVI ET L'ÉLABORATION D'UN PPP (AVEC DES CAS CONCRETS)

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Familiariser les participants avec les outils et méthodes d'évaluation et de pilotage des politiques publiques.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A la fin de la session, les participants seront en mesure de :

- Réaliser une évaluation de leurs activités ou projets
- Prendre en compte les questions d'éthique dans leurs processus d'évaluation de projets et politique

CIBLE

Directeur, Chefs de services, Cadres, tout public.

STRATEGIE PEDAGOGIQUE

- Études de cas
- Travaux pratiques
- Travaux en équipe

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES SUR L'ÉVALUATION DES POLITIQUES PUBLIQUES

La mise en œuvre d'une politique
L'évaluation d'une politique

THÈME 2 : L'ÉVALUATION

Les étapes du processus évaluatif (étude de faisabilité, mandat, réalisation, suivi)
Les étapes d'une évaluation : de la formulation des attentes à l'utilisation des résultats

THÈME 3 : LES MÉTHODES ET INSTRUMENTS DE SUIVI ET D'ÉVALUATION

L'évaluation quantitative
Les approches expérimentales
L'évaluation qualitative

THÈME 4 : LE CONTRÔLE DE LA QUALITÉ ET LES ENJEUX ÉTHIQUES D'UNE DÉMARCHE ÉVALUATIVE

Les standards de qualité
Les enjeux éthiques de l'évaluation
Éthique et évaluation : un mariage mixte
Dilemmes et tensions éthiques

THÈME 5 : DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES ET DES STRUCTURES ÉVALUATIVES

Présentation des concepts
Le développement des capacités évaluatives

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser la méthodologie et les outils de la gestion axée sur les résultats (GAR).

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- S'approprier les principes de la GAR en tant que mode efficace de management et d'amélioration de la performance
- mener un processus de planification stratégique
- Utiliser les outils et instruments associés à la GAR
- Participer et contribuer efficacement au sein d'un processus de planification opérationnelle

CIBLE

Responsables et membres au sein de projets dans les administrations et chez les bailleurs de fonds. Hauts Cadre, Directeurs, Chefs de service dans les administrations et auprès des bailleurs de fonds ou d'ONG.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : HISTORIQUE DE LA GAR

Origines, principes, concepts
Enjeux dans le contexte des OMD et du DSCR

THÈME 2 : CONCEVOIR ET METTRE EN PLACE UN PROJET/ PROGRAMME, CADRAGE ET PLANIFICATION STRATÉGIQUE

Le cadre logique
La structure des travaux
Calendrier
Budget

THÈME 3 : ETABLIR LE CADRE DE MESURE DU RENDEMENT

Le CMR
Éléments clés du CMR : indicateurs, sources de données, méthodes de collecte...
Définition et sélection des indicateurs de rendement
Compléter le CMR

THÈME 4 : PLANIFIER LES ACTIVITÉS, PLANIFICATION OPÉRATIONNELLE

Les structures de découpage des produits, des travaux, de l'organisation...
Les échéanciers : Utilisation des outils informatiques et progiciels de gestion

THÈME 5 : SUIVI CONTRÔLE ET REDDITION DE COMPTE

Qu'est-ce que le contrôle et suivi des activités ?
Outils de contrôle et de suivi
Evaluation des résultats
Reddition de compte et préparation des rapports et recommandations
Leçons tirées

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Fournir aux participants les outils leur permettant de cerner la réglementation en matière de décentralisation au Gabon et d'appréhender les relations entre les administrations de l'Etat et les collectivités locales.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de la formation, l'agent participant sera capable de :

- comprendre les enjeux de la décentralisation pour le développement du Gabon
- mieux apprécier le fonctionnement des collectivités locales
- identifier les interlocuteurs habilités à engager les collectivités locales
- mesurer le niveau des responsabilités des acteurs qui y interviennent

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Etudes de cas

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : HISTORIQUES ET DÉFINITIONS

Contexte historique

Définition : déconcentration, décentralisation, évolution des collectivités

THÈME 2 : LE CADRE JURIDIQUE ET LES OBJECTIFS DE LA DÉCENTRALISATION

Les objectifs de la décentralisation au Gabon

La responsabilité des décisions aux citoyens

L'adéquation aux besoins locaux

La transparence des structures et des responsabilités

Recentrer le code de l'Etat

Optimiser le rendement administratif tant de l'Etat que des organisations décentralisées.

Le cadre juridique de la décentralisation

La constitution

Les textes législatifs et textes réglementaires

Les lois de décentralisation et la mise en œuvre des décrets d'application

THÈME 3 : ORGANISATION TERRITORIALE DE L'ETAT

L'organisation administrative

Les Administrations locales : Mode de désignation

Mission et champs de compétence d'une collectivité

Fonctionnement d'une collectivité locale et responsabilité de ses acteurs

Le maire agent de l'Etat et de la commune

Le contrôle et la responsabilité des élus

Le contrôle de l'égalité et le rôle de la tutelle

La responsabilité des élus

THÈME 4 : FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS LOCAUX

Les principes de gestion de la collectivité publique

Les moyens de financement des investissements publics locaux

Les ressources propres et les autres modes de financement

Incidences d'un investissement sur les finances de la collectivité et l'élaboration d'un plan pluriannuel d'investissement

THÈME 5 : LE CONTRÔLE DE LA LÉGALITÉ DES ACTES DES COLLECTIVITÉS LOCALES

Le contrôle administratif

Le contrôle juridictionnel

Les procédures contentieuses

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Renforcer les capacités des acteurs de la décentralisation dans l'élaboration et l'exécution d'un budget participatif d'une collectivité locale, afin de les professionnaliser dans la gestion du développement local et la promotion des bonnes pratiques de gouvernance administrative, sociale, économique, financière et technique.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Connaître les origines, principes, concepts clés, contenu du Budget Participatif (BP)
- Fournir aux participants une démarche méthodologique sur l'élaboration et l'exécution d'un budget participatif d'une collectivité locale, pour rendre opérationnelle la formation reçue et pouvoir les démultiplier
- Présenter et fournir aux participants des outils pratiques applicables dans leur travail en tant qu'acteurs du développement local

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Études de cas
- Travaux pratiques
- Travaux en équipe

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : LE CADRE JURIDIQUE ET LA PRÉPARATION DU BUDGET

Cadre juridique
Principes budgétaires généraux
Présentation du budget
Préparation et vote du budget

THÈME 2 : NOTIONS GÉNÉRALES SUR LE BUDGET PARTICIPATIF (BP)

Du budget classique au budget participatif
Le budget participatif en Afrique
Les principes de base
Les avantages du BP pour la collectivité locale et les citoyens
Le budget participatif et les OMD
Les conditions du BP

THÈME 3 : LE CYCLE DU PROCESSUS DE MISE EN ŒUVRE

La volonté politique
État des lieux
Définitions des règles
Diagnostic et priorisation
Formation des alliances
Mise en œuvre
Suivi-évaluation
Exemples de cycle de BP au Gabon
Limites et difficultés dans la mise en œuvre

THÈME 4 : LE CONTRÔLE DES COLLECTIVITÉS

Les organes de contrôle et procédures de vérification
La portée et les sanctions

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Renforcer les capacités des acteurs de la décentralisation dans la planification locale intégrant le genre, afin de les professionnaliser dans la gestion du développement local et la promotion des bonnes pratiques de gouvernance administrative, sociale, économique, financière et technique.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Connaître les origines, principes, concepts clés et contenu du concept genre et de la planification locale prenant en compte la dimension genre
- Fournir aux participants une démarche méthodologique pour une planification locale intégrant le genre, pour rendre opérationnelle la formation reçue et pouvoir les démultiplier
- Présenter et fournir aux participants des outils pratiques applicables dans leur travail en tant qu'acteurs du développement local

CIBLE

Directeur, Chefs de services, Cadres, tout public.

STRATEGIE PEDAGOGIQUE

- Études de cas
- Travaux pratiques
- Fiche

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : NOTIONS DE BASE SUR LE GENRE

Comprendre le genre

- Le terme « genre »
- L'approche intégrée du genre
- L'analyse selon le genre
- L'égalité homme-femme

La décentralisation et la prise en compte du genre

- Décentralisation VS déconcentration
- Décentralisation et développement local (intégrant le genre)

THÈME 2 : CADRAGE POLITIQUE ET JURIDIQUE DU GENRE AU GABON

- Contexte politique
- Stratégie d'égalité et d'équité de genre au Gabon
- La dimension genre au Gabon : diagnostic actuel

THÈME 3 : LA DIMENSION GENRE DANS LA PLANIFICATION LOCALE : CAS D'UN PLAN COMMUNAL

Qu'est-ce que la planification ?

- Objectifs de la planification intégrant le genre
- Le processus de planification communale

Phase préparatoire

- Information, sensibilisation
- Comité de pilotage

Phase de diagnostic

Phase vision, orientations stratégiques et objectifs

- Vision
- Orientations stratégiques et objectifs
- Guides pour un cadre logique d'intervention intégrant le genre

Phase de programmation

Phase d'arbitrage et validation

Mise en œuvre

- Mise en œuvre
- Lobbying/ plaidoyer

Suivi évaluation

Clés pour la réussite de la planification intégrant le genre

PRO 1 Réussir vos projets avec PMP : Project Management Professional	Durée : 5 jours
PRO 2 Manager vos projets avec la méthodologie Prince 2	Durée : 4 jours
PRO 3 Elaborer votre cahier des charges	Durée : 2 jours
PRO 4 Organiser et réussir une mission de maîtrise d'ouvrage	Durée : 3 jours
PRO 5 Elaborer un plan d'affaires	Durée : 5 jours
PRO 6 Montage, mise en œuvre et suivi évaluation de projet	Durée : 5 jours
PRO 7 Analyse de projets	Durée : 4 jours
PRO 8 Evaluation des projets/programmes de développement	Durée : 5 jours
PRO 9 Devenez un utilisateur averti de MS PROJECT	Durée : 5 jours
PRO 10 Techniques d'élaboration d'une étude d'impact environnemental et social (EIES) : aspects socio-économiques	Durée : 4 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

S'approprier les diverses techniques et méthodes entourant la conduite de projets selon l'approche de certification PMP du Project Management Institut (PMI).

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Etre capable de mettre en oeuvre les pratiques exemplaires de gestion de projets et reconnues par le PMI
- Maitriser et appliquer les divers domaines de connaissances du « Project Management Body Of Knowledge Book » afin de gérer efficacement toutes les étapes d'un projet
- Se préparer au processus de certification PMP

CIBLE

Responsables de projets au sein d'entreprises, Cadres, Managers, Chefs de service et toutes personnes intéressées par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : CADRE DU MANAGEMENT DE PROJET

Fondements et pratiques
Cycle de vie du projet et organisation

THÈME 2 : NORME DE MANAGEMENT DE PROJET, PROCESSUS DE MANAGEMENT D'UN PROJET

L'adéquation aux besoins locaux

THÈME 3 : DOMAINE DE CONNAISSANCE DE MANAGEMENT DE PROJET

Management de l'INTEGRATION du projet
Management du CONTENU du projet
Management des DELAIS du projet
Management des COUTS du projet
Management de la QUALITE du projet
Management des RESSOURCES HUMAINES du projet
Management des COMMUNICATIONS du projet
Management des RISQUES du projet
Management des APPROVISIONNEMENTS du projet
Projection d'un film « Comment animer et gérer un projet »

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

S'approprier les concepts et la méthodologie entourant l'approche PRINCE 2 (PROJECTS IN CONTROLLE ENVIRONNEMENTS).

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Situer la place, l'importance et l'utilité du référentiel PRINCE2 en tant que bonne pratique de gestion et de gouvernance de projets
- Etre en mesure de distinguer les principes, les processus, les composants et les aspects techniques du système PRINCE 2
- Adapter l'utilisation du référentiel PRINCE2 au projet envisagé et à l'environnement dans lequel il sera réalisé
- Développer les compétences requises à l'application de la méthode PRINCE 2
- Se préparer au processus d'obtention des certifications

CIBLE

Responsables de projets au sein d'entreprises et participants aux projets d'entreprise.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : HISTORIQUE ET INTRODUCTION À PRINCE 2

THÈME 2 : LES 04 PHASES DE PRINCE 2

Démarrage (SU)
Initialisation (IP)
Exécution (CS, MP, SB,)
Clôture (CP)

THÈME 3 : LES 08 PROCESSUS DE PRINCE 2

Elaborer un projet (SU)
Initialiser un projet (IP)
Diriger un projet (DP)
Contrôler une séquence (CS)
Gérer la livraison des produits(LP)
Gérer les limites des séquences(LS)
Clôre un projet (CP)
Planifier (PL)

THÈME 4 : LES 08 COMPOSANTS DE PRINCES 2

Cas d'affaires
Organisation
Plans
Contrôle
Management du risque
La Qualité dans un environnement Projet
Gestion de la configuration
Maîtrise des changements

THÈME 5 : LES 03 ASPECTS TECHNIQUES

Planification basée sur les produits
Technique de contrôle de la qualité
Technique de contrôle des changements

THÈME 6 : LES AUTRES ÉLÉMENTS À PRENDRE EN COMPTE

Le Plan Qualité de Projet
Les Principaux documents
Gestion des Risques
Gestion des Changements

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

S'approprier les approches méthodologiques et les techniques d'élaboration efficace d'un cahier des charge.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Situer la place et l'importance d'un cahier des charges
- Identifier les niveaux d'objectifs à atteindre dans le cadre d'un projet
- Déterminer le macro-planning et l'enveloppe budgétaire dans la phase amont du projet
- Concevoir et rédiger le cahier des charges selon un modèle pertinent et approprié

CIBLE

Chefs de projet, Directeurs et Responsables de projet.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : IDENTIFIER LA PLACE DU CAHIER DES CHARGES DANS LE PROCESSUS PROJET

- Les différents types de cahiers des charges
- Le cahier des charges générique
- Le cahier des charges fonctionnel
- Le cahier des charges technique

THÈME 2 : DÉTERMINER LES OBJECTIFS ET LES RÉSULTATS ATTENDUS

- Faire exprimer les objectifs premiers du projet
- Formaliser les objectifs d'impact pour l'entreprise
- Formuler une expression fonctionnelle du besoin
- Indiquer les éventuelles solutions à explorer
- Lister les livrables du projet

THÈME 3 : DÉFINIR L'ORGANISATION DU PROJET

- Définir l'équipe projet
- Définir les règles de prise de décision, les pouvoirs de signature et les règles de communication

THÈME 4 : DÉTERMINER LES DONNÉES CHIFFRÉES

- Elaborer un macro-planning pour le projet
- Déterminer une évaluation budgétaire intégrant une enveloppe pour risques et aléas
- Formaliser les hypothèses prises

THÈME 5 : INITIALISER UNE ANALYSE DES RISQUES

THÈME 6 : RÉDIGER ET UTILISER LE CAHIER DES CHARGES

- Utiliser un plan type de cahier des charges
- Pour communiquer : s'appuyer sur le cahier des charges pour élaborer la note de lancement
- Pour structurer le processus d'achat

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Acquérir les compétences requises à l'organisation d'une mission efficace de maîtrise d'ouvrage.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Développer les capacités et habiletés requises à la gestion méthodique des activités clés
- Prévoir et gérer les risques et incertitudes
- Cultiver les facteurs de succès du projet
- Gérer efficacement les partenariats et les relations de soustraction
- Animer et mobiliser les collaborateurs et acteurs impliqués dans l'ouvrage

CIBLE

Chefs de projets, Directeurs et Responsable de projets, Chargés de mission, Chefs de services impliqués dans des projets et membres de l'équipe de projet et toute autre personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : QUELLE MAÎTRISE D'OUVRAGE AUJOURD'HUI ?

Maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'oeuvre
Maîtrise d'ouvrage stratégique, déléguée ou opérationnelle
Maître d'ouvrage et directeur de projet : profils, compétences, motivations

THÈME 2 : QUELLE ORGANISATION POUR LES UTILISATEURS

Quels représentants des utilisateurs, profils et disponibilité ?
Comment obtenir l'adhésion des utilisateurs ?
Organiser l'animation d'un métier, les groupes de travail, règles et bonnes pratiques

THÈME 3 : LES LIEUX DE DÉCISION DES MAÎTRISES D'OUVRAGES

Comité de pilotage, comité de suivi, comités utilisateurs : rôles et frontières
Organiser les niveaux de décision entre les comités
La remontée d'alertes, la prise de décision et l'homogénéité de l'information

THÈME 4 : LES TÂCHES DÉLÉGABLES AU SEIN D'UNE MAÎTRISE D'OUVRAGE

Comment déléguer la planification, la gestion, les vérifications et contrôles, les animations de réunions ?
Quels rôles pour les assistants maîtres d'ouvrage ?
Savoir les choisir : compétences fonctionnelles, techniques ou organisationnelles ?
La définition et le contrôle de la délégation

THÈME 5 : METTRE EN PLACE SES OUTILS DE COMMUNICATION

Organiser un plan de communication et l'exécuter
Les outils de base : les lettres projets, l'intranet ...
Comment faire partager une vision commune, informer sur l'état d'avancement, avertir à temps, s'assurer de la bonne réception du message

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Acquérir les connaissances et les habiletés requises pour élaborer un plan d'affaires professionnel de haut niveau.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Comprendre et maîtriser les principaux éléments qui composent un plan d'affaires pertinents
- Etre en mesure de décrire l'idée d'affaire ou le projet envisagé
- S'approprier les outils méthodologiques et techniques d'étude de marché et d'analyse financière du projet ou de l'idée d'affaire
- Bien intégrer les informations et les dimensions qu'un plan d'affaire doit comporter

CIBLE

Promoteurs de projet, Chefs de services, Entrepreneurs, Responsables de financement de projet et toute personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : PRÉSENTER LES PROMOTEURS

Présentation de l'équipe dirigeante et de ses responsabilités
Structure organisationnelle

THÈME 2 : DÉCRIRE L'IDÉE-PROJET

Historique de l'idée
Déterminer les missions, finalité, vision et justification de l'idée-projet
Décrire les activités de l'idée-projet

THÈME 3 : RÉALISER DES ANALYSES ÉCONOMIQUES ET DE MARCHÉS

Analyser le marché qualitativement et quantitativement
Identifier les risques et y associer un plan de management
Définir la stratégie marketing et les hypothèses diverses
Déterminer les moyens à mettre en oeuvre

THÈME 4 : RÉALISER L'ANALYSE FINANCIÈRE DU PROJET

Le tableau des investissements
Le tableau de financement initial
Le plan de trésorerie
Le seuil de rentabilité
Le plan de financement (CT, MT, et LT)

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Renforcer les capacités des acteurs de la décentralisation dans le montage, la mise en œuvre, la gestion et le suivi évaluation des projets, afin de les professionnaliser dans la gestion du développement local et la promotion des bonnes pratiques de gouvernance administrative, sociale, économique, financière et technique.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Connaître les origines, principes, concepts clés et contenu du montage, de la mise en œuvre, de la gestion et du suivi évaluation des projets
- Fournir aux participants une démarche méthodologique pour le montage, la mise en œuvre, la gestion et le suivi évaluation des projets, pour rendre opérationnelle la formation reçue et pouvoir les démultiplier
- Présenter et fournir aux participants des outils pratiques applicables dans leur travail en tant qu'acteurs du développement local

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : GÉNÉRALITÉS

L'historique et définition d'un projet
Les différents types de projets
Les objectifs du montage de projet

THÈME 2 : CONCEPTION ET MONTAGE D'UN PROJET

Identification d'une idée de projet
Méthodologie de recherche d'une idée de projet
Cadre logique d'un projet : arbre de problèmes, arbre de solution
Éléments à considérer pour le montage d'un projet

THÈME 3 : CONDUITE ET GESTION D'UN PROJET

Planification
Management et leadership
Gestion financière
Gestion de production et de vente

THÈME 4 : SUIVI-ÉVALUATION DU PROJET

Définition
Différence entre suivi et évaluation
Evaluation externe
Evaluation interne
Evaluation conjointe

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Donner aux responsables des aptitudes à programmer, réaliser et analyser des projets de développement dans les contextes socio-économiques et culturels divers.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser les méthodes d'identification des besoins
- S'approprier les outils de diagnostic et d'analyse
- Contrôler et suivre efficacement vos projets

CIBLE

Managers de projets, Promoteurs de projets, Entrepreneurs, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés et discussions
- Travaux pratiques et illustration de cas en plénière

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : MÉTHODES ET DÉMARCHES D'IDENTIFICATION DES BESOINS ET OUTILS DE DIAGNOSTIC

Définir le cadre logique et sa mise en œuvre

Les critères de viabilité de la gestion de projets; technique, organisationnelle, politique, économique, financière, environnementale, sociale et culturelle

Outils d'analyse (Taux de rendement interne, VAN, etc)

Gouvernance

THÈME 2 : DÉVELOPPEMENT DU PROJET

Étude des processus au travers d'autres cas de projets ou d'expériences connues

Méthodes et outils de management de projet

Élaboration cahier des charges et relations avec les parties prenantes

Budget et outils d'analyse financière

THÈME 3 : GESTION ET SUIVI

Démarches, techniques et outils d'évaluation à mi-parcours et finale

Les outils de suivi

La construction des indicateurs (construire et analyser des tableaux de bord et outil de suivi financier)

Techniques de rédaction de rapports d'activité, de suivi et d'évaluation

Plan de transfert

THÈME 4 : ANALYSE DE PROJETS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Articuler les dimensions économiques, sociales et environnementales dans l'analyse et la conduite des projets

Acteurs sociaux et approche genre (relation femme-homme)

Élaborer des projets qui intègrent les dimensions éthiques,

d'équité, sociétale et économique

Concevoir une gestion concertée et intégrée des ressources

Internaliser les coûts (approche Coût/bénéfice)

Développer des synergies et de réciprocités entre les acteurs concernés par le projet

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Fournir aux participants les techniques, outils et méthodes nécessaires pour évaluer un projet ou un programme de développement.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Conseiller les acteurs, les décideurs et partenaires financiers dans les orientations et décisions, avec le souci de veiller à la gestion saine des ressources et à l'amélioration des conditions de vie des populations concernées tant au niveau économique, social et environnemental tout en assurant la durabilité des activités planifiées.
- déployer les compétences recherchées par les organisations internationales, nationales, locales, publiques ou parapubliques (qui financent des activités de développement, projet ou programme)
- assurer efficacement les missions proposées au sein d'équipes pluridisciplinaires dans l'évaluation des projets/programmes de développement tout en impliquant étroitement les partenaires locaux : élus, administrations, associations, populations et leurs représentants.

CIBLE

Tout public, niveau supérieur ou individus ayant au moins 5 années d'expérience pratique dans la gestion de projet dans l'administration privée, publique ou parapublique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Approche andragogique en tenant compte des caractéristiques des participants(es)
- Exposés et discussions
- Travaux pratiques et illustration de cas en plénière

DURÉE
5 jours

THÈME 1 : TECHNIQUES DE PRÉPARATION D'UN PLAN D'ÉVALUATION DE PROJET

Quelques concepts clés et terminologie de l'évaluation de projets
Objectifs de l'évaluation et pourquoi évaluer un projet ou un programme
Application des critères d'évaluation : pertinence, efficacité, efficience viabilité et impact
Planification de l'évaluation d'un projet
Approbation d'un plan d'évaluation
Présentation, diffusion des résultats de l'évaluation

THÈME 2 : DIFFÉRENTES DÉMARCHES ET OUTILS UTILISÉS DANS L'ÉVALUATION DE PROJETS

Listes de contrôle
Matrices d'impact
Méthodes d'aide à la décision
Cadre logique
Approche GAR (Gestion axée sur les résultats)
Grille d'analyse de développement durable

THÈME 3 : VÉRIFICATION DE L'OPTIMISATION DES RESSOURCES

Définitions, objectifs, responsabilisation et accès à l'information
Relations entre la fonction de vérification et la politique gouvernementale
Facteurs clés associés à l'exécution d'un mandat de vérification des ressources
Processus de planification
Règles de conduite de la vérification de l'optimisation des ressources

THÈME 4 : NIVEAUX D'ÉVALUATION D'UN PROJET/PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT

Une évaluation des ressources (humaines, matérielles, financières et informationnelles)
Une évaluation des processus (atteinte d'objectifs-méthodes et pratiques de gestion)
Une évaluation des résultats (extrants – effets et impact)
Une évaluation de l'impact du projet par rapport au but et à l'objectif final

THÈME 5 : NIVEAUX D'ÉVALUATION D'UN PROJET/PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT

Définitions, objectifs et principes de développement durable
Gouvernance
Élaboration et conduite d'un plan de développement
Élaboration et interprétation d'indicateurs de mesure du développement durable (bilan social-bilan environnemental bilan économique et bilan de gouvernance)
Vérification des principes du développement durable
Gestion du développement durable, comme projet organisationnel (Allocation des ressources, Études de faisabilité, délais, budget, communications, qualité, risques, équipes de projet, achats et approvisionnements (choix des fournisseurs, appel d'offres, etc.)
Évaluation d'un projet sous l'angle de développement durable (utilisation de la grille de développement durable, méthode des bilans)

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Se familiariser aux fonctionnalités de MS PROJECT en tant que logiciel de gestion de projets à utiliser dans la conduite de projets.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Planifier et piloter les différentes activités d'un projet
- Ordonner un projet
- Optimiser les données et ressources du projet
- Contrôler l'avancement du projet et des coûts

CIBLE

Responsables de projets, chefs de service, Directeurs, Professionnels, managers et toute autre personne intéressée par MS PROJECT.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé Oral
- EtudeS de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : INTRODUCTION À MS PROJECT

Navigation

Tâches (dépendances, durée, délais, chevauchement, contraintes temporelles)

Ressources (création, plan de charge)

THÈME 2 : PLANIFICATION DANS MS PROJECT

Ordonnement des tâches (diagramme de GANTT, chemin critique, PERT)

Durée

THÈME 3 : OPTIMISATION DANS MS PROJECT

Optimisation de l'ordonnement des tâches et nivellement des ressources

Suivi de lancement du projet

THÈME 4 : CONTRÔLE DE L'AVANCEMENT DES COÛTS

Tables

Tri

Filtres

Rapports

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les techniques d'élaboration
d'une étude d'impact.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Savoir conduire une EIES
- Parvenir à une meilleure prise en compte
de la dimension humaine dans un projet

CIBLE

Bureaux d'études, professions libérales.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Présentation par PowerPoint
- Simulation

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : LE PROJET

Présentation du projet
Parties prenantes

THÈME 2 : ETAT INITIAL

Les acteurs en présence
La zone du projet

THÈME 3 : IMPACTS ET ATTENTES DES ACTEURS

Les impacts
Les attentes

THÈME 4 : PLAN DE GESTION SOCIAL

Actions à engager
Objectifs
Responsables



Marketing-Vente-Communication

MARKETING (MAR)

MAR 1

De la planification au plan marketing

Durée : 5 jours

MAR 2

Améliorer votre accueil client

Durée : 3 jours

MAR 3

Gestion de l'accueil physique et téléphonique

Durée : 3 jours

MAR 4

Les fondamentaux de la relation client téléphonique
(émission et réception)

Durée : 2 jours

MAR 5

Manager la qualité de service et améliorer la productivité

Durée : 4 jours

MAR 6

Gérer les réclamations et mieux servir vos clients

Durée : 4 jours

MAR 7

Mieux gérer les files et le temps d'attente

Durée : 4 jours

MAR 8

Le contrôle des activités marketing

Durée : 3 jours

MAR 9

La veille stratégique et concurrentielle

Durée : 2 jours

MAR 10

Le Marketing Bancaire

Durée : 3 jours

VENTE (VEN)

VEN 1

La promotion des ventes : conception, gestion et évaluation

Durée : 3 jours

VEN 2

Comment mieux vendre vos produits et développer votre
chiffre d'affaires

Durée : 4 jours

VEN 3

Les techniques de vente

Durée : 4 jours

VEN 4

Perfectionnement à la négociation commerciale

Durée : 2 jours

VEN 5

Manager son secteur de vente

Durée : 2 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11



Marketing-Vente-Communication (suite)

VENTE (VEN)

VEN 6

Les techniques de vente et relation clientèle au téléphone

Durée : 4 jours

VEN 7

Le comportement et l'organisation pour une relation au téléphone

Durée : 2 jours

COMMUNICATION (COM)

COM 1

La communication globale d'entreprise : de la stratégie au plan de la communication

Durée : 3 jours

COM 2

Fondamentaux de la communication d'entreprise

Durée : 3 jours

COM 3

Initiation à la communication institutionnelle

Durée : 4 jours

COM 4

La communication événementielle : conception, gestion et évaluation

Durée : 3 jours

COM 5

Réussir votre communication en interne

Durée : 2 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser l'analyse stratégique marketing qui découle sur la mise en place des plans cohérents et efficaces des actions commerciales.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Savoir implémenter une analyse stratégique marketing et gérer les variables du mix
- Savoir construire un plan marketing

CIBLE

Responsables d'analyse marketing, Marketeur, Managers, Directeurs & chefs d'entreprises.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Les notions et les outils seront présentés oralement en 15heures sur un support Powerpoint, en favorisant les échanges avec les participants.
- Les présentations seront soutenues par des études de cas en 25 heures, traités en atelier (les échanges et les partages des expériences seront encouragés).

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : LA FONCTION ET LES METIERS DU MARKETING

Organisation de la fonction marketing, les outils, les techniques des prévisions, des analyses et de la planification des activités marketing

Atelier 1 : l'organisation des activités marketing dans une entreprise

THÈME 2 : L'ANALYSE DIAGNOSTIC EN MARKETING

Outils de l'analyse diagnostic & la problématique du choix des outils utiles à l'analyse diagnostic en marketing, les liens avec la stratégie d'entreprise

Atelier 2 : la réalisation d'une analyse diagnostic marketing

THÈME 3 : LA STRATEGIE MARKETING

Diagnostic et choix des activités à la fixation des objectifs, de la stratégie d'entreprise à la stratégie marketing ; l'analyse des segments et du choix des marchés ciblés au positionnement marketing

Atelier 3 : l'implémentation d'une stratégie marketing

THÈME 4 : LA GESTION DES VARIABLES DU MIX

Eléments qui impacteront la construction d'une politique de produit, de prix, de distribution & de communication, tous cohérents avec la stratégie marketing retenue

Atelier 4 : le choix des politiques cohérentes avec la stratégie marketing retenue

THÈME 5 : LA MISE EN ŒUVRE ET LE SUIVI D'UN PLAN MARKETING

Eléments d'un plan marketing, les moyens utilisés, les différents budgets, le calendrier de réalisation, et les problématiques du suivi

Atelier 5 : la construction du plan marketing et ses implications

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Améliorer vos compétences d'accueil en face et au téléphone.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Savoir gérer efficacement l'accueil téléphonique et physique

CIBLE

Personnels d'accueil.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etudes de cas
- Projections de films
- Témoignages et discussions

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LES FONDEMENTS DE L'ACCUEIL CLIENT

THÈME 2 : L'ACCUEIL EN FACE À FACE

- Comment assurer la prise de contact
- Faire le filtrage
- Analyser et traiter la demande du visiteur
- Projection d'un film «Accueillir et servir vos clients : La démarche d'accueil»
- Assister et prendre en charge le visiteur
- Gérer l'attente du visiteur
- Projection d'un film «Incivilité clients»
- Conclure l'accueil en face à face
- Projection d'un film «Accueil client en face en face»

THÈME 3 : L'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

- Recevoir les appels entrants et internes
- Qualifier et filtrer les appels
- Assurer le conseil aux appelants
- Gérer les retours d'appel et les appels en attente
- Gérer les autres fonctions (transfert d'appel, prise de notes, prise de rendez-vous, prise de congé)
- Projection d'un film «Accueil client au téléphone »

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Identifier les critères de qualité de l'accueil client face à face et téléphonique
- S'appuyer sur les compétences et qualités personnelles requises
- Définir ses axes personnels d'amélioration afin de réussir l'accueil face à face et l'accueil téléphonique

CIBLE

Personnels de front et back office ainsi que leurs Responsables

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Projection de films
- Témoignages et discussion

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : AUTODIAGNOSTIC DU STYLE D'ACCUEIL DE VOTRE ORGANISATION

Se faire une idée de son style d'accueil

Faire face à vos compétences personnelles en matière d'accueil client

THÈME 2 : LES FONDAMENTAUX DE L'ACCUEIL CLIENT

Les fondements de l'accueil client

Le rôle de l'environnement du point de vente

Préparer l'accueil du client

Le personnel d'accueil est déterminant

THÈME 3 : ABORDER MIEUX ET PLUS SEREINEMENT VOTRE ACCUEIL CLIENT EN FACE À FACE

Les fondamentaux de l'accueil client en face à face

Film : « Accueillir et servir vos clients »

La démarche d'accueil

Gérer les réclamations, les conflits et l'agressivité du visiteur

Film : « Incivilité clients »

Les aptitudes nécessaires : langage corporel, verbal, voix...

Film : « Accueil client en face à face »

THÈME 4 : AMÉLIORER VOTRE ACCUEIL CLIENT TÉLÉPHONIQUE

Maîtriser le savoir-faire : les outils indispensables

Faire preuve d'empathie et instaurer le respect et la confiance : le savoir-être

Film : « Accueil client au téléphone »

CONTENU

THÈME 1 : DESCRIPTION DES OUTILS (SAVOIR FAIRE)

Introduction à la relation client
Le script
Le traitement d'objections
La directivité / Questionnement
La reformulation

THÈME 2 : LA QUALITÉ DE SERVICE (SAVOIR ÊTRE)

L'écoute / L'écoute active
La convivialité
La valorisation
Le dédoublement
Le discours professionnel

OBJECTIF GENERAL

S'approprier les bases de la relation client téléphonique.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser les outils de la relation client au téléphone
- Garantir une qualité de service optimale

CIBLE

Chargés de clientèles, service client, téléconseillers.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Cas pratiques

DURÉE

2 jours

CONTENU

THÈME 1 : INTÉGRER LES STRATÉGIES DE PRODUCTIVITÉ ET DE QUALITÉ DE SERVICE

THÈME 2 : QU'EST-CE QUE LA QUALITÉ DE SERVICE ?

Les définitions

Qualité des services Vs Qualité des produits

THÈME 3 : LE MODÈLE DES ÉCARTS (UN OUTIL CONCEPTUEL POUR IDENTIFIER ET CORRIGER LES PROBLÈMES DE QUALITÉ DE SERVICE)

Identifier les écarts de service

Corriger ou réduire les écarts

Projection d'un film «Mieux servir vos clients»

THÈME 4 : MESURER ET AMÉLIORER LA QUALITÉ DE SERVICE

Les mesures de qualité de service

Les outils d'identification et d'analyse des problèmes de qualité de service

Le Retour Sur Qualité (ROQ: Return On Quality)

Projection d'un film «Manager la qualité de service»

THÈME 5 : DÉFINIR ET MESURER LA QUALITÉ DE SERVICE

La productivité dans un contexte de service

Efficience du service, productivité et efficacité

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Analyser les problèmes de qualité de service
- Maîtriser les outils d'amélioration de la qualité

CIBLE

Cadres des Directions commerciales et marketing.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Supports de présentation
- Travaux en équipe

DURÉE

4 jours

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Comprendre les raisons et les attentes des plaintes des clients
- Fournir des solutions aux réclamations des clients

CIBLE

Cadres des Directions commerciales et marketing, personnel des services «Réclamation» et des services en contact avec la clientèle.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Supports de présentation

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : LA PLAINTÉ (RÉCLAMATION) DANS LE COMPORTEMENT DU CLIENT

Les types de réactions possibles des clients face aux défaillances de service
Comprendre les réactions du client face aux défaillances
Qu'attendent les clients une fois qu'ils se sont manifestés?

THÈME 2 : LES RÉACTIONS DES CLIENTS À UNE SOLUTION EFFICACE

L'impact du Service Après Vente (SAV) ou du traitement des réclamations sur la fidélité du client
Le paradoxe du SAV ou du traitement des réclamations
Projection d'un film «Les clients mécontents»

THÈME 3 : LES PRINCIPES D'UN SERVICE APRÈS VENTE (SAV)

Permettre aux clients de donner facilement leurs avis
Mettre en place un SAV efficace
Comment gérer une réclamation ?
L'impact des compensations dans la réparation du préjudice
Projection d'un film «Mieux servir vos clients»

THÈME 4 : LES GARANTIES

Le pouvoir des garanties et leur pertinence
Comment élaborer des garanties ?
Les types de garanties possibles

THÈME 5 : DRESSER LE BILAN EXPÉRIENTIEL DES PLAINTES DES CLIENTS

Les objectifs d'un système de remontées d'informations (CFS : Customer Feed-back System)
Les outils de collecte de réclamation
Encourager et faciliter les feed-back non-sollicités
Analyse, reporting et communication des feed-back clients

MAR 7

Mieux gérer les files et le temps d'attente

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Adapter les stratégies marketing aux fluctuations de la demande
- Rendre moins pénible le temps d'attente
- Comprendre l'impact de l'environnement du service sur les individus

CIBLE

Cadres des Directions commerciales et marketing, personnels d'accueil ou des points de vente.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etudes de cas

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : L'ATTENTE

L'attente: phénomène universel
Pourquoi les files d'attente ?
Les différentes formes de files d'attente
Adapter le système de file d'attente aux segments du marché

THÈME 2 : MODÈLES ET DÉTERMINANTS DES FLUX DE FRÉQUENTATION

Comprendre les modèles de flux de fréquentation
Analyser les moteurs de flux de fréquentation
Planifier et commercialiser des services

THÈME 3 : MINIMISER LA PERCEPTION DE LA FILE ET DU TEMPS D'ATTENTE

Expliquer aux clients les raisons de l'attente
Les éléments psychologiques de l'attente
Le rôle du décor de l'environnement de service
L'impact de l'atmosphère générale

THÈME 4 : GÉRER LA FILE D'ATTENTE

Ajuster la capacité pour répondre à la demande de service
L'organisation spatiale: signes, symboles, artefacts
Les stratégies marketing appropriées

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Evaluer l'efficacité de la gestion marketing d'une entreprise.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Connaître la démarche de contrôle d'une gestion marketing
- Conduire une mission de contrôle marketing
- Rendre compte auprès des directions stratégiques afin de justifier les budgets

CIBLE

Gestionnaires des fonctions et des activités marketing, Managers, Directeurs & chefs d'entreprises.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etudes de cas

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : DEFINITION DU CONTROLE MARKETING

Objectifs & organisation de l'activité de contrôle

Atelier 1 : l'ordonnancement des activités de contrôle marketing dans une entreprise

THÈME 2 : LE CONTROLE DU PLAN MARKETING

Analyse des ventes, des parts de marché, les ratios de dépense par rapport au CA, l'analyse financière

Atelier 2 : le rapport de contrôle du plan marketing

THÈME 3 : LE CONTROLE DE LA RENTABILITE

Analyse de la rentabilité marketing, l'identification des actions correctives, les coûts directs et les coûts complets

Atelier 3 : le rapport de contrôle de la rentabilité d'un produit/marché

THÈME 4 : LE CONTROLE DE LA PRODUCTIVITE & STRATEGIQUE

Productivité marketing, les éléments de l'audit marketing

Atelier 4 : le rapport global de contrôle des activités marketing

MAR 9

La veille stratégique et concurrentielle

CONTENU

THÈME 1 : LA VOCATION D'UN SERVICE DE VEILLE

THÈME 2 : LES BÉNÉFICES D'UN SERVICE DE VEILLE

THÈME 3 : LES ÉTAPES CLÉS AVANT LA MISE EN PLACE

THÈME 4 : LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

OBJECTIF GENERAL

Adopter une démarche de veille au sein de son entreprise, en acquérant des outils et méthodes de mise en œuvre d'une politique de veille.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Comparer et développer son savoir-faire
- Mettre en place un projet d'innovation

CIBLE

Responsable d'activités, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercice d'application
- Etude de cas

DURÉE

2 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Comprendre la fonction et la discipline pour obtenir des résultats propres au secteur banque.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Positionner le marketing dans le processus stratégique de la gestion de la banque et de son fonctionnement
- Intégrer les outils marketing fondamentaux (marketing stratégique et opérationnel essentiellement) et se les approprier dans son univers sectoriel et son contexte concurrentiel
- Etre capable de diffuser la notion de client interne au centre du dispositif de la banque

CIBLE

Cadres et Responsables d'agences en charge de questions marketing mais qui n'ont pas eu un cursus marketing spécifique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés à travers un processus d'apprentissage collectif (animateurs et participants);
- Travaux d'application en groupes (ateliers)

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LE MARKETING AUJOURD'HUI DANS L'UNIVERS BANCAIRE

Le concept marketing dans la banque
Les principes clés de la démarche du marketing
Les tendances observées

THÈME 2 : CONNAISSANCE DU CLIENT

Segmenter son marché, puis cibler (Atelier)
Les matrices de segmentation
Les critères de segmentation

THÈME 3 : LE POSITIONNEMENT

Le positionnement et la construction de l'avantage concurrentiel
Le cahier des charges d'un positionnement efficient
Les pistes du positionnement différenciateur

THÈME 4 : MARKETING DES PRODUITS ET SERVICES

Construire son offre en s'appuyant sur les attentes clients (processus écoute client, client interne, notion de parcours client, moments de vérité (Atelier)
Politique de produits et services

THÈME 5 : COMMUNICATION, RELATION CLIENTÈLE

Approche multicanal
Marketing et communication
Le poids de la marque
Revitaliser la vente et la relation clientèle (Atelier)

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les principes et les techniques de promotion afin d'encourager l'achat d'un produit ou d'un service.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Comprendre comment fonctionne la promotion consommateur et quelles en sont les différentes techniques
- Savoir quels sont les éléments à prendre en compte, dans le choix des techniques de promotion et les formes de promotions destinées aux distributeurs, aux vendeurs et aux prescripteurs
- Concevoir, gérer et évaluer une campagne de promotion.

CIBLE

Média planeur, Responsable de la communication commerciale, Managers, Directeurs de la communication.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etudes de cas

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LES PRINCIPES DE LA PROMOTION DES VENTES

Objectifs, démarche et élaboration d'une stratégie de promotion de vente destinée aux clients

Atelier 1 : La place de la promotion des ventes dans les activités marketing de l'entreprise

THÈME 2 : LES MOYENS DE LA PROMOTION DES VENTES

Outils d'élaboration d'une promotion des ventes, l'alignement de ces outils avec la stratégie marketing

Atelier 2 : Travaux sur le choix d'outils d'élaboration d'une promotion des ventes

THÈME 3 : LA GESTION DE LA CAMPAGNE DE PROMOTION DES VENTES

Planification des actions, la gestion (budget, acteurs, actions), la planification et le suivi avec Ms Project, les pré et post tests

Atelier 3 : La gestion d'une campagne de promotion des ventes

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser les techniques efficaces de vente
- Améliorer son chiffre d'affaires

CIBLE

Cadres des Directions commerciales et marketing, Vendeurs.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Tests
- Projection de film
- Etude de cas
- Jeux de rôles

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : LES DISPOSITIONS POUR VENDRE

Le contexte marketing
La maîtrise du savoir-faire

THÈME 2 : QU'EST-CE QUE LA VENTE?

Ce que ne devrait pas être la vente
Ce que devrait être la vente

THÈME 3 : LA CONDUITE DE L'ACTE DE VENTE

L'état d'esprit
La démarche et les techniques de vente
Préparer la visite
Rencontrer le client
Analyser les besoins
Travailler l'argumentaire
Intégrer l'objection
Conclure la vente
Projection d'un film «Vendre nos services»

THÈME 4 : FIDÉLISER ET PROSPECTER POUR DÉVELOPPER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

Projection d'un film «Comment développer son chiffre d'affaires»

CONTENU

THÈME 1 : LA PRISE DE CONTACT

THÈME 2 : L'EXPRESSION PHYSIQUE ET VERBALE

THÈME 3 : LA DÉCOUVERTE DU CLIENT

THÈME 4 : ARGUMENTER, CONVAINCRE

THÈME 5 : RÉPONDRE AUX OBJECTIONS

THÈME 6 : CONCLURE

OBJECTIF GENERAL

Piloter efficacement la relation client ;
Développer des attitudes et comportements
de vendeur efficace.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Déceler le besoin du client /prospect
- Adopter ses techniques de vente à
chaque client
- Convaincre le client en développant les
techniques adoptées

CIBLE

Collaborateur entrant en fonction,
tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercice d'application
- Ateliers
- Etude de cas

DURÉE

4 jours

CONTENU

THÈME 1 : LE RÉSEAUTAGE

THÈME 2 : LA GESTION DE LA CLIENTÈLE

THÈME 3 : LES VENTES ADDITIONNELLES

THÈME 4 : ORGANISER SES DÉPLACEMENTS

THÈME 5 : LA GESTION DU TEMPS DES VENDEURS

OBJECTIF GENERAL

Optimiser sa prospection commerciale en développant son portefeuille client ; Intégrer la notion de réseau et de gestion du temps.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Elaborer et mettre en œuvre sa tactique de négociation.

CIBLE

Vendeur confirmé souhaitant optimiser ses compétences, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercice d'application
- Ateliers
- Etude de cas

DURÉE

2 jours

CONTENU

THÈME 1 : CONFIGURER VOTRE PORTEFEUILLE

THÈME 2 : ADAPTER VOS TOURNÉES

THÈME 3 : PRÉPARER ET RENTABILISER VOS TOURNÉES

OBJECTIF GENERAL

Manager son secteur de vente pour optimiser ses performances.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Adapter ses actions de vente à chaque segment
- Suivre les actions de vente

CIBLE

Vendeur confirmé souhaitant optimiser ses compétences, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercice d'application
- Ateliers
- Etude de cas

DURÉE

2 jours

CONTENU

THÈME 1 : EMISSION ET RÉCEPTION D'APPELS

THÈME 2 : L'EXPRESSION PHYSIQUE ET VERBALE

THÈME 3 : LA DÉCOUVERTE DU CLIENT

THÈME 4 : ARGUMENTER, CONVAINCRE

THÈME 5 : RÉPONDRE AUX OBJECTIONS

THÈME 6 : CONCLURE

OBJECTIF GENERAL

Piloter efficacement la relation client avec une force de vente assise.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Développer une présence chaleureuse et professionnelle au téléphone
- Valoriser le service et les solutions apportées
- Résoudre les solutions délicates avec tact

CIBLE

Collaborateur entrant en fonction, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercice d'application
- Ateliers
- Etude de cas

DURÉE

4 jours

CONTENU

THÈME 1 : LA PRÉPARATION

THÈME 2 : LA GESTION DE LA CLIENTÈLE

THÈME 3 : LES TECHNIQUES D'ANCRAGE
ET L'EXPRESSION DES SENTIMENTS

THÈME 4 : LA TECHNIQUE DE CLOSING

OBJECTIF GENERAL

Comprendre les mécanismes de l'agressivité.
S'armer pour faire face aux appels clients difficiles dans la relation client par téléphone.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Conduire l'entretien téléphonique
- Apporter une réponse juste, précise et rapidement

CIBLE

Vendeur confirmé souhaitant optimiser ses compétences, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercice d'application
- Ateliers
- Etude de cas

DURÉE

2 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Rendre positive et cohérente l'image d'une entreprise auprès de ses cibles.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Appréhender la communication globale d'une entreprise
- Savoir élaborer une stratégie de communication globale
- Savoir élaborer un plan de communication stratégique.

CIBLE

Média planeur, Responsable de communication (d'entreprise, commerciale), Managers, Directeurs de la communication.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etudes de cas

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : L'IMAGE ET LES OBJECTIFS DE COMMUNICATION D'UNE ENTREPRISE

Les composantes, la formation, l'importance & l'évaluation de l'image, les cibles & la démarche stratégique de communication, les moyens de communication d'une entreprise

Atelier 1 : La construction d'une image cohérente

THÈME 2 : LA COMMUNICATION GLOBALE

Les objectifs, lien entre stratégie d'entreprise - marketing - communication, la recherche de cohérence et de synergies dans les actions, les intervenants dans la communication

Atelier 2 : Implémentation d'une stratégie de communication globale

THÈME 3 : LE PLAN DE STRATEGIE DE COMMUNICATION

Les étapes de la démarche, la planification des actions, la budgétisation, le suivi et le contrôle du plan

Atelier 3 : L'élaboration d'un plan de communication global

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Connaître les sources d'information internes et externes à l'entreprise. Connaître les techniques et les outils de communication et d'information.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Utiliser les canaux de communication pour transmettre l'information aux interlocuteurs concernés
- Identifier l'idée-force d'un message pour transmettre en valeur l'information et définir les modalités de diffusion
- Mettre en cohérence les outils de communication en fonction de l'impact recherché
- Adapter sa stratégie de communication à l'actualité
- Développer les relations avec les partenaires divers (journalistes, personnalités politiques...)

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

Exposé oral

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LES SOURCES INTERNES

Les sources internes

Les sources externes

Cas pratiques : « Construire un protocole de collecte et de traitement de l'information »

THÈME 2 : LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION EN ENTREPRISE

La transmission de l'information

La construction de l'image

La communication orientée vers un but

La communication dans le management de l'organisation

L'évaluation et la sélection des sources d'information

Cas pratiques : « Elaborer un schéma de diffusion à partir d'un cas »

THÈME 3 : LA MISE EN PLACE D'UN DISPOSITIF DE VEILLE INFORMATIONNELLE

Définition de l'information stratégique

Définition de l'information ponctuelle

Définition des cibles

Organisation d'une veille informationnelle

Cas pratiques : « Lecture d'un cas »

THÈME 4 : OUTILS ET TECHNIQUES DE LA COMMUNICATION

Outils relatifs à la signature de l'entreprise

Le bulletin

Le discours institutionnel

Le parrainage

L'évènementiel

Les techniques de la presse

Les techniques de communication en interne

Cas pratiques : « Construire un plan de communication interne/ construire un plan média »

THÈME 5 : OUTILS NTIC

Site internet, intranet

Télécommunications

Autres techniques (lettres, affichages, séminaires...)

Cas pratiques : « Evaluer l'efficacité et le coût d'un outil de communication »

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Rendre dynamique la communication institutionnelle au sein de votre entreprise.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Bâtir l'image et la réputation de l'intuition (la bonne gouvernance, la crédibilité, le relationnel)
- Consolider les relations des acteurs en interne
- Construire une relation de confiance avec le public

CIBLE

Personnels et Responsable communication, Managers, Directeurs de la communication.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude cas
- Fiches
- Travaux pratiques.

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : LES CONCEPTS

Définition de la communication institutionnelle
La communication interne
La communication externe
La communication hors-média/média
La communication de crise

THÈME 2 : LES OBJECTIFS

Bâtir l'image et la réputation de l'institution (la bonne gouvernance, la crédibilité, le relationnel)
Consolider les relations des acteurs en interne
Construire une relation de confiance avec le public

THÈME 3 : LES MARQUEURS D'IDENTITÉ

Le logotype
Les codes vestimentaires / code couleur
Les slogans, devises

THÈME 4 : LE PARRAINAGE

Le Sponsoring
Le mécénat

THÈME 5 : LA COMMUNICATION ÉVÈNEMENTIELLE

Les foires/salons
Les journées portes-ouvertes
Manifestations sportives et culturelles

THÈME 6 : LA COMMUNICATION MÉDIA

Bulletin d'information
Communiqué de presse
Le dossier de presse
Interviews de presse...
La conférence de presse

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Rendre dynamique la communication institutionnelle au sein de votre entreprise.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Bâtir l'image et la réputation de l'institution (la bonne gouvernance, la crédibilité, le relationnel)
- Consolider les relations des acteurs en interne
- Construire une relation de confiance avec le public

CIBLE

Personnels et Responsables communication, Managers, Directeurs de la communication.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude cas
- Fiches
- Travaux pratiques.

DURÉE

4 jours

THÈME 7 : GÉRER LE DIAGNOSTIC DE LA COMMUNICATION INTERNE

Conceptualisation et définition des missions de l'institution
La précision des cibles
Le tableau SWOT pour l'évaluation
Le Carrefour stratégique et les recommandations

THÈME 8 : PLANIFIER LA STRATÉGIE D'UNE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

Définir la cible
Elaborer un message cohérent : image, notoriété ou interaction
Les moyens de la communication institutionnelle

THÈME 9 : ELABORER LE PLAN DE CRÉATION D'UN BULLETIN D'INFORMATION/LETTRE D'INFORMATION

Justifier et rédiger la ligne éditoriale
Identifier les rubriques
Préciser la périodicité
Lister les acteurs
Faire un budget prévisionnel de fonctionnement

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Concevoir et réaliser un événement concernant l'entreprise ou l'un de ces produits suscitant l'intérêt de ces cibles.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Comprendre pourquoi réaliser un événement et quelles en sont les différentes techniques
- Savoir quels sont les éléments à prendre en compte, dans le choix du montage d'un événement
- Concevoir, gérer et évaluer une campagne événementielle

CIBLE

Média planeur, Organisateur d'événement et de spectacle, Responsables de la communication (d'entreprise, commerciale), Managers, Directeurs de la communication.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etudes de cas

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LES PRINCIPES DE LA COMMUNICATION
ÉVÉNEMENTIELLE

Les objectifs, la démarche & l'élaboration d'une communication événementielle

Atelier 1 : la place de la communication événementielle dans l'entreprise

THÈME 2 : LES MOYENS DE LA COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

Les moyens d'élaboration d'une communication événementielle, l'alignement de ces moyens avec la stratégie marketing & communication

Atelier 2 : Travaux sur l'élaboration d'une communication événementielle

THÈME 3 : LA GESTION DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

La planification des actions, la gestion (actions, budget, acteurs), la planification et le suivi avec Ms Project, les prés et les post tests

Atelier 3 : la gestion d'une campagne de communication événementielle

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Améliorer les process et impacts de collaboration au sein des différentes unités de votre organisation.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Identifier les enjeux de la communication interne au sein de l'organisation
- Repérer les situations de communication les plus fréquentes dans la vie professionnelle et adopter les bons comportements dans chacune de ces situations
- Passer d'un langage réactif à un langage proactif
- Renforcer son écoute active
- Améliorer sa relation au sein des équipes

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Etudes de cas
- Ateliers

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : IDENTIFIER LES GRANDS PRINCIPES, LES MISSIONS ET LES OBJECTIFS DE LA COMMUNICATION INTERNE

Les fondamentaux de la communication interne : enjeux, objectifs, acteurs et relais
 Quel positionnement pour le responsable de communication interne, du cadre multi-fonctions au pilote de projet

THÈME 2: INTÉGRER LA DIMENSION HUMAINE DANS LA DYNAMISATION ET LA DÉMULTIPLICATION DE LA COMMUNICATION INTERNE

Identifier les atouts et les limites des principaux outils et méthodes de communication interne
 Favoriser la communication de proximité et la démultiplication par la ligne managériale
 La technologie au service de la communication managériale

THÈME 3 : ADOPTER DES COMPORTEMENTS EFFICACES

Identifier le sens des messages non-verbaux
 Repérer vos différents registres de communication
 Maîtriser vos émotions et gagner en sérénité

THÈME 4 : COMMUNIQUER AVEC UN GROUPE DE TRAVAIL

Identifier les rôles et les motivations de chacun
 S'assurer de l'écoute et de la compréhension
 Etre actif et s'affirmer
 Veiller à l'atteinte des objectifs communs

THÈME 5 : COMMUNIQUER AVEC VOS COLLABORATEURS

Favoriser l'initiative individuelle
 Savoir faire face aux imprévus
 Donner du feed-back et en recevoir
 Valoriser l'équipe



LAD 1 Optimiser vos déclarations de douane	Durée : 4 jours
LAD 2 Le contentieux douanier	Durée : 4 jours
LAD 3 Management des achats	Durée : 3 jours
LAD 4 Le contrat d'achat, outils et méthodes, négociation d'achat	Durée : 3 jours
LAD 5 Tenue des stocks et inventaires	Durée : 2 jours
LAD 6 Gestion des stocks et des approvisionnements	Durée : 4 jours
LAD 7 Logistique et transport	Durée : 4 jours
LAD 8 Incoterms 2010	Durée : 3 jours
LAD 9 Droit du transport aérien	Durée : 3 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Maîtriser le processus de déclaration de marchandises importées.

CIBLE

Entreprises d'import/export, Agents maritimes, Consignataires, Transitaires, Personnel en charge des opérations douanières dans les entreprises.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Travaux pratiques
- Fiches

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : FORMALITÉS PRÉALABLES AU DÉDOUANEMENT

Saisie du manifeste
Dépôt du manifeste
Apurement du manifeste

THÈME 2 : PROCESSUS DE DÉDOUANEMENT

Dépôt physique de la Déclaration En Détail (DED)
Recevabilité
Sélectivité et cotation

THÈME 3 : ETUDE DOCUMENTAIRE ET VÉRIFICATION DES MARCHANDISES

Saisie d'une DED
Déclaration en Admis Conforme (A/C)
Déclaration en Visite Physique (V/P)
Calcul des droits et taxes

THÈME 4 : RÉGIMES ÉCONOMIQUES EN DOUANE

Admission temporaire (ATN et ATS): Demande et décision (exonération et taux réduit)
Entrepôt
Transit
Transbordement

THÈME 5 : LE DOCUMENT ADMINISTRATIF UNIQUE (DAU)

Caractéristiques
Objectifs
Forme
Enonciations

CONTENU

NB: La formation est organisée en 4 thèmes complémentaires.

THÈME 1 : LES INFRACTIONS DOUANIÈRES

THÈME 2 : LA PREUVE DES INFRACTIONS DOUANIÈRES

THÈME 3 : LA RESPONSABILITÉ

THÈME 4 : L'EXTINCTION DU CONTENTIEUX DOUANIER

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Sensibiliser le personnel des sociétés au contentieux douanier
- Initier les apprenants et leur rappeler comment se constituent les infractions douanières. De quoi se composent lesdites infractions ? Comment déterminer les responsabilités ? Comment mettre fin à un contentieux douanier?

CIBLE

Entreprises d'import/export, Agents maritimes, Consignataires, Transitaires, Personnels en charge des opérations douanières dans les entreprises.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Présentation orale
- Pédagogies opérationnelles s'appuyant sur le diagnostic, et discussion des méthodes en usage dans les différentes entreprises
- Etudes de cas en ateliers

DURÉE

4 jours

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Maîtriser les nouveaux enjeux de la fonction Achat, et en faire un élément de création de valeur au sein de l'organisation.

CIBLE

Directeurs, Managers, cadre de la Direction Achats/Approvisionnements.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LA FONCTION ACHAT AU SEIN DE L'ENTREPRISE

Nouveau contexte économique
Nouveau levier de profitabilité
Nouvelle organisation
Nouvelle stratégie ou Marketing Achat

THÈME 2 : LES MÉCANISMES D'ACHAT

La sélection des fournisseurs
Les outils de sourcing
La sélection des offres
Le suivi des fournisseurs
La passation et suivi de commande
La négociation
Les appels d'offre
Transport et assurance
Les conditions générales d'achat
Les contrats

THÈME 3 : MESURE DES PERFORMANCES

Progiciel de gestion intégré (PGI)
Les indicateurs achats
Les tableaux de bord
Les ratios

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les nouveaux enjeux de la fonction Achat, et en faire un élément de création de valeur au sein de l'organisation.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser le processus de rédaction des contrats d'achat
- Comprendre les outils et méthodes de la négociation d'achat

CIBLE

Directeurs, Managers, cadre de la Direction Achats/Approvisionnements.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LE CONTRAT D'ACHAT

Module 1 : Le contrat d'Achat : Définition

Les différentes formes de contrat d'Achat
Les conditions générales d'Achat

Module 2 : Pourquoi rédiger un contrat d'Achat ?

La pérennisation des relations commerciales
La maîtrise des risques
Le respect dans l'exécution des travaux/prestations/Fournitures du cahier de charges

Module 3 : Comment rédiger un contrat d'Achat

Les qualités d'un bon contrat
Les clauses obligatoires du contrat
Le suivi du contrat

THÈME 2 : LE SERVICE ACHATS (OUTILS ET MÉTHODES DE GESTION)

Module 1 : Le référencement ou homologation de fournisseurs

Le sourcing ou e-sourcing
Les places de marché
Le questionnaire de référencement

Module 2 : La sélection des offres

La matrice de sélection des offres
L'évaluation des travaux /prestations/fournitures

Module 3 : Le reporting et les indicateurs de performance Achats

Le suivi mensuel
Les tableaux de bord

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les nouveaux enjeux de la fonction Achat et en faire un élément de création de valeur au sein de l'organisation.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser le processus de rédaction des contrats d'achat
- Comprendre les outils et méthodes de la négociation d'achat

CIBLE

Directeurs, Managers, cadre de la Direction Achats/Approvisionnements.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

THÈME 3 : LA NÉGOCIATION D'ACHAT

Module 1 : Une négociation se prépare

Le plan de négociation
Les buts attendus

Module 2 : Préparation des questions

Prix
Règlement
Délai
Qualité
Service après vente
Modification de l'offre technique, des conditions de dispositions des produits, de la quantité minimum de livraison, de la fréquence de livraison, de la remise de fin d'année

Module 3 : Négocier

Etat d'esprit
Connaître
Convaincre
Conclure

Module 4 : Le suivi de la négociation

La transmission de l'information
Comment rédiger en cas de litige ?

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Fournir aux candidats les outils leur permettant de :

- Gérer des stocks physiques
- Réaliser efficacement un inventaire
- Déterminer le moyen de réduire les écarts

CIBLE

Directeurs, Cadres, Chefs de services, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : NOTIONS SUR LES STOCKS

- Définir ce qu'est un stock
- Ressortir une typologie des stocks
- Méthodes de classification des stocks
- Dire le rôle qu'il remplit
- Souligner les causes de l'existence des stocks

THÈME 2 : LE MOUVEMENT DES STOCKS

- Stock initial, Stock final, Stock minimum, Stock de sécurité et Stock d'alerte
- Détermination du stock final à l'aide du cadencier
- La fiche de stock

THÈME 3 : MISE À JOUR DU NIVEAU DU STOCK (INVENTAIRE)

- Taux de fiabilité et organisation de l'inventaire
- La démarque
- Amélioration de la fiabilité des données

THÈME 4 : LA FORMULE DE WILSON

- Le coefficient de rotation des stocks
- La durée de rotation des stocks

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Fournir aux stagiaires les outils leur permettant de :

- Décider de la nature et du volume des marchandises à tenir disponibles en magasin (gestion des stocks)
- Déterminer quand passer une commande et combien commander de façon à minimiser les coûts de gestion de stock, c'est-à-dire quel système d'approvisionnement mettre en place

CIBLE

Agents en charge de l'approvisionnement et la gestion des Stocks.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : NOTIONS SUR LES ACHATS

Faire ressortir le rôle de la fonction achat
Souligner les interactions avec les autres maillons de la supply chain

THÈME 2 : NOTIONS SUR LES STOCKS

Définir ce qu'est un stock
Ressortir une typologie des stocks
Dire le rôle qu'il remplit
Souligner les causes de l'existence des stocks

THÈME 3 : INCIDENCE FINANCIÈRE DE LA GESTION DES STOCKS

A l'aide de la classification des stocks, faire ressortir les groupes nécessitant une attention particulière
Effectuer la valorisation des stocks : par la méthode du CUMP, du FIFO, LIFO

THÈME 4 : LES MÉTHODES D'APPROVISIONNEMENT

Le modèle de Wilson (quantité économique et cadence)
Le système de reapprovisionnement périodique
Le système à point de commande
Définition d'un stock idéal

THÈME 5 : LE STOCK DE SÉCURITÉ

Rôle du stock
Différentes méthodes de détermination de ce stock

CONTENU

THÈME 1 : LE CHOIX DES INTERVENANTS

Les différents auxiliaires de transport
Le choix des prestations logistiques

THÈME 2 : LES INCOTERMS

Présentation des incoterms
Utilisation des incoterms
Limites des incoterms

THÈME 3 : LES MODES DE TRANSPORT

Les différents modes de transport
Le choix d'une solution de transport

THÈME 4 : LA MISE EN OEUVRE DU TRANSPORT

Les différentes phases du transport
Evaluation du service et suivi

THÈME 5 : LES ASPECTS JURIDIQUES DU TRANSPORT

Le contrat de transport
La responsabilité du transporteur
La mise en cause de la responsabilité du transporteur

THÈME 6 : L'ASSURANCE TRANSPORT DE MARCHANDISES

L'assurance transport
La mise en place du contrat d'assurance
La mise en jeu du contrat d'assurance - transport

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Fournir aux stagiaires les outils leur permettant de :

- Mettre en place une solution transport
- Piloter les opérations logistiques en relation avec le transport

CIBLE

Agents en charge de l'approvisionnement et la gestion des Stocks.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

4 jours

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Fournir aux stagiaires les outils leur permettant de :

- Comprendre les évolutions du contexte juridique du commerce international
- Comprendre et maîtriser le rôle des Incoterms à l'import et à l'export

CIBLE

Entreprises d'import/Export, Agents maritimes, Consignataires, Transitaires, personnel en charge des opérations douanières dans les entreprises

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé théorique
- Etude de cas
- Fiches
- Travaux en groupes
- Plénières

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : PRESENTATION DES INCOTERMS

Ce que sont les Incoterms?
Rôle des Incoterms
Nature juridique des Incoterms
Classification des Incoterms

THÈME 2 : LES PRINCIPALES INNOVATIONS DES INCOTERMS 2010

Quels sont les principaux changements?
Quels choix possibles?
Comment éviter les risques de différend?
Quelles solutions apportent la jurisprudence?

THÈME 3 : Pour conclure

CONTENU

THÈME 1 : PRESENTATION GENERALE DU TRANSPORT AERIEN

Convention de Varsovie
Convention de Montréal

THÈME 2 : RESPONSABILITE CONTRACTUELLE

Contrat de transport aérien
Responsabilité en cas de retard de vol
Responsabilité en cas d'annulation de vol
responsabilité en cas de surréservation

THÈME 3 : REPARATION OU CAS DE LITIGE (INDEMNISATION DU VOYAGEUR)

THÈME 4: INDEMNISATION EN MATIERE DE BAGAGES

Perte ou avarie de bagages à main
Perte ou avarie de bagages enregistrés
Réclamation (droit de réclamation auprès des transporteurs ou gestionnaires de l'aéroport)

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Comprendre et maîtriser l'optimisation des opérations de transport aérien

CIBLE

Entreprises d'import/Export, Agents maritimes, Consignataires, Transitaires, personnel en charge des opérations douanières et de voyage dans les entreprises

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé théorique
- Etude de cas
- Fiches
- Travaux en groupes
- Plénières

DURÉE

3 jours



Efficacité de la fonction Assistante de Direction

EFA 1

Organiser son activité de secrétaire

Durée : 3 jours

EFA 2

Les basiques de la communication pour la fonction secrétariat

Durée : 2 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Gérer de manière parcimonieuse le temps ;
Définir clairement vos activités.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Allier efficacité maximale à une fatigue minimale dans un cadre agréable
- Améliorer le confort de la station de travail pour augmenter la productivité
- Organiser de façon harmonieuse et efficace le déroulement de la réunion
- Décharger le responsable de tout souci matériel afin qu'il utilise au mieux le temps dont il dispose

CIBLE

Assistante de direction, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercice d'application
- Apports théoriques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LA SECRÉTAIRE ET LES CARACTÉRISTIQUES DE SON RÔLE

Définition
Fonctions
Carrière
Spécialisations

THÈME 2 : LA NÉGOCIATION D'ACHAT

Le mobilier
Le matériel

THÈME 3 : LE STOCKAGE

Les ordres de classement
Les modes de classement
L'archivage électronique
La numérotation et référence du courrier

THÈME 4 : L'ORGANISATION DES RÉUNIONS ET MANIFESTATIONS

THÈME 5 : LA PRÉPARATION DES VOYAGES D'AFFAIRES

CONTENU

THÈME 1 : LE PROCESSUS DE COMMUNICATION

THÈME 2 : LA COMMUNICATION ÉCRITE EXTERNE

La lettre commerciale

Deux présentations de lettres

Les règles de fond à respecter (norme NF Z 11-001)

La lettre administrative

Comment se préparer à la rédaction administrative

Les caractères de la rédaction administrative

La lettre à la forme personnelle

La lettre entre services

Lettres à des personnalités et lettres courantes

OBJECTIF GENERAL

Améliorer la qualité rédactionnelle des outils ;
Maîtriser les grands outils de la communication.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Identifier les objectifs des messages professionnels
- Reconnaître des attitudes dans des situations de communication professionnelle
- Savoir écrire vite et bien
- Connaître la fonction et les caractéristiques de la lettre

CIBLE

Assistante de direction.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exercice d'application
- Ateliers
- Apports théoriques

DURÉE

2 jours



Comptabilité-Finance Réglementation Sociale et Juridique Contrôle de Gestion

COMPTABILITE

CPB 1

Plan comptable CIPRES

Durée : 5 jours

FINANCE

FIN 1

Améliorer le fonctionnement de la fonction finance

Durée : 3 jours

REGLEMENTATION SOCIALE ET JURIDIQUE

RSJ 1

Fiscalité et calcul des salaires

Durée : 1 jour

RSJ 2

Gestion et Contrôle des cotisations sociales

Durée : 1 jour

RSJ 3

Notion sur la législation du travail

Durée : 3 jours

RSJ 4

Procédure d'emploi des travailleurs étrangers au Gabon

Durée : 2 jours

RSJ 5

Gestion du recouvrement

Durée : 2 jours

RSJ 6

Organisation judiciaire gabonaise

Durée : 3 jours

RSJ 7

Optimiser votre gestion du contentieux juridique

Durée : 3 jours

RSJ 8

Manager le risque pays par voie d'arbitrage

Durée : 2 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com



Comptabilité-Finance Réglementation Sociale et Juridique Contrôle de Gestion (suite)

REGLEMENTATION SOCIAL ET JURIDIQUE

RSJ 9

Aspects pratiques de la réglementation du travail

Durée : 2 jours

RSJ 10

Rupture de contrat et traitement de la liquidation des droits légaux

Durée : 1 jour

CONTROLE DE GESTION

CDG 1

Initiation au contrôle de gestion

Durée : 5 jours

CDG 2

Perfectionnement au contrôle de gestion

Durée : 5 jours

CDG 3

La gestion budgétaire

Durée : 3 jours

CDG 4

L'analyse et la maîtrise des coûts

Durée : 4 jours

CDG 5

Elaboration de tableaux de bord et reporting

Durée : 3 jours

CDG 6

Méthodes d'analyse des coûts et charges dans le domaine industriel

Durée : 3 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Etre capable de concevoir et de mettre en place un système de comptabilité conforme aux directives de la CIPRES.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Avoir une bonne connaissance de l'organisation, du fonctionnement et des objectifs poursuivis par CIPRES
- Maitriser une comptabilité d'engagement des Organismes de Prévoyance Sociale
- Maitriser les éléments clés du plan comptable CIPRES
- Maitriser la nomenclature, la codification des comptes suivant le plan CIPRES
- Maitriser le contenu et le mécanisme de fonctionnement des comptes
- Maitriser les ratios prudentiels des Organismes de Prévoyance Sociale
- Maitriser l'analyse comparée du plan comptable actuel au plan comptable CIPRES
- Présenter des états financiers fiables selon le plan comptable CIPRES

CIBLE

Le personnel du Budget et Contrôle de Gestion en charge de la Comptabilité et tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : PRÉSENTATION DU CIPRES

Historique du CIPRES

Cadre juridique du CIPRES

Cadre institutionnel du CIPRES

Système comptable actuel

Présentation des différentes Gestions et leur codification

Limites du Plan comptable initial

Principales innovations apportées

THÈME 2 : ORGANISATION DE LA COMPTABILITÉ DU CIPRES

Plan de comptes annotés du CIPRES

Classement et codification des comptes

Contenu et fonctionnement de comptes du CIPRES

Règles d'évaluation des éléments d'actif et de passif du CIPRES

Présentation des Etats financiers suivant le Plan comptable du CIPRES

Présentation du Bilan

Présentation du Compte de Résultat

Tableau des emplois et des ressources

Tableau de Correspondances Postes Etats financiers/Regroupement de comptes concernés

CONTENU

THÈME 1 : LES MISSIONS DE LA FONCTION FINANCE

THÈME 2 : COMPRENDRE L'IMPACT DES ACTIVITÉS DE LA FONCTION FINANCE DANS LE FONCTIONNEMENT DES AUTRES UNITÉS DE L'ENTREPRISE

Contenu et fonctionnement de comptes du CIPRES

THÈME 3 : LES COMPÉTENCES TECHNIQUES À FAIRE VALOIR DANS LA FONCTION

Améliorer la performance de la fonction FINANCE

Contribuer à la stratégie financière de l'entreprise

Mettre en place un plan stratégique et opérationnel à court, moyen et long terme en réponse à la stratégie et à la vision de la hiérarchie

THÈME 4 : LES COMPÉTENCES MANAGÉRIALES À OBSERVER

Adapter les tableaux de bord à la stratégie de l'entreprise

Faire preuve de réactivité et être proactif

Rendre le langage des chiffres accessible aux autres unités de l'entreprise

Intégrer la dimension éthique dans la gestion au quotidien

OBJECTIF GENERAL

Savoir utiliser les outils de la gestion et d'analyse financière ; Concevoir et gérer les missions de la fonction finance.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Comprendre les raisons et les attentes des plaintes des clients
- Fournir des solutions aux réclamations des clients

CIBLE

Direction des finances, tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Supports didactiques
- Etudes de cas

DURÉE

3 jours

CONTENU

THÈME 1 : LE CADRE JURIDIQUE DE LA PAYE

Les sources du Droit
La documentation sociale
Etudes de cas et simulations

THÈME 2 : ELÉMENTS DE LA RÉMUNÉRATION

Composantes de la rémunération
Conséquences sur le bulletin de paye

THÈME 3 : LES COTISATIONS SOCIALES ET PRÉLÈVEMENTS FISCAUX

Les cotisations sociales
Les prélèvements fiscaux
Les crédits d'impôts
Les autres rémunérations des dirigeants
Etudes de cas et simulations

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les règles de la fiscalité et de calcul des salaires au Gabon.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Fournir aux stagiaires les outils leur permettant de :

- Connaître l'éventail des techniques de rémunération individuelles, ou collectives
- Optimiser les coûts sociaux au profit d'une meilleure gestion des Ressources Humaines

CIBLE

Responsables et membres des services en charge des questions de rémunération.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

1 jour

CONTENU

THÈME 1 : PRÉSENTATION DU DISPOSITIF LÉGAL
EN MATIÈRE DE COTISATIONS SOCIALES

Dispositions législatives générales
Obligations sociales de l'employeur
Assiette de cotisations sociales
Notions de tranches et de plafonds de cotisations sociales

Mesures nouvelles issues du Nouveau Code de Sécurité Sociale

THÈME 2 : MÉCANISMES DE CALCUL ET CONTRÔLE
DES COTISATIONS SOCIALES

Mécanismes de calcul des cotisations sociales
Calcul de la cotisation
Calcul des impôts et taxes sur les salaires

Contrôles préventifs de contentieux sur les cotisations sociales
Savoir lire et interpréter les données fournies par l'employeur
Rapprochements comptables utiles
Introduction au contrôle de gestion sociale
Quelques astuces à la disposition du recouvreur

OBJECTIF GENERAL

Prévenir les risques de contentieux par la maîtrise, l'analyse et la résolution des problèmes posés par la gestion courante des cotisations sociales.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Intégrer et appliquer les dispositions législatives les plus récentes du code de Sécurité Sociale
- Maîtriser la gestion des assiettes de cotisation sociale
- Optimiser et fiabiliser le calcul des cotisations sociales
- Maîtriser les formules de calcul des plafonds, des tranches
- Interpréter des données comptables fournies par l'employeur et proposer des redressements.

CIBLE

Tout public en charge des questions de contrôle ou de gestion des cotisations sociales.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers
- Grilles d'analyse

DURÉE

1 jour

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Acquérir une vision globale de la réglementation sociale.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser les sources du droit de travail et les organismes compétentes
- Maîtriser les conditions relatives à l'embauche

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Etudes de cas
- Fiches
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LES SOURCES DU DROIT DU TRAVAIL

Sources législatives et réglementaires
Sources conventionnelles

THÈME 2 : LES ORGANISMES ET JURIDICTIONS SOCIALES

L'inspection du travail
Les tribunaux
Organismes consultatifs

THÈME 3 : LES CONDITIONS GÉNÉRALES DU TRAVAIL

Discipline
Médecine du travail
Hygiène et sécurité

THÈME 4 : LA REPRÉSENTATION SALARIALE AU SEIN DE L'ENTREPRISE

Les délégués du personnel
Le comité Permanent de Concertation Economique et Sociale
Les syndicats professionnels

THÈME 5 : LES CONDITIONS RELATIVES À L'EMBAUCHE D'UN TRAVAILLEUR**THÈME 6 : FORMATION, EXÉCUTION ET FIN DU CONTRAT DE TRAVAIL**

Les différents contrats de travail
Formation, suspension et résiliation du contrat de travail

CONTENU

THÈME 1 : L'AUTORISATION D'EMPLOI

Constitution du dossier
Dépôt et étude
Délivrance

THÈME 2 : LE CONTRAT DE TRAVAIL

Constitution du dossier
Visa de conformité

THÈME 3 : LA CARTE DE TRAVAILLEUR ETRANGER

Constitution du dossier
Délivrance

THÈME 4 : LE RENOUVELLEMENT

Constitution du dossier
Dépôt et étude
Délivrance

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser la procédure d'emploi des
travailleurs étrangers au Gabon.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Comprendre les spécificités qui ont trait à l'em-
bauche des travailleurs étrangers au Gabon

CIBLE

Tout Public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Présentation par diapositives
- Études de cas

DURÉE

1 jour

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maitriser les recours face aux impayés.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Maîtriser les techniques et procédures de recouvrement
- Maitriser les procédures de sûretés judiciaires, de mise en demeure et de transaction

CIBLE

Managers, Responsables recouvrement, toute personne désirant s'initier aux meilleures pratiques de la fonction recouvrement.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : RECouvreMENT À L'AMIABLE

Les mesures conservatoires
 La prescription
 La saisie conservatoire
 Les sûretés judiciaires
 Le recouvrement précontentieux
 La mise en demeure
 Avocats et huissiers
 La transaction
 Les procédures rapides
 L'injonction de payer
 Le référé-provision
 Le recouvrement des chèques sans provision
 Le protêt

THÈME 2 : QUANT ET COMMENT UTILISER LES PROCÉDURES « AU FOND » ?

Les mesures conservatoires
 L'opposition
 Les saisies-arrêts
 La saisie conservatoire générale
 L'hypothèque judiciaire provisoire
 Les principes généraux de la procédure civile
 Le principe du conservatoire
 La procédure accusatoire
 Les voies de recours
 La compétence
 Le déroulement de la procédure
 Comment préparer une affaire
 La demande
 Les supports (les preuves et le dossier)

CONTENU

THÈME 1 : PRÉSENTATION DU SYSTÈME JUDICIAIRE GABONAIS

Les juridictions de droit commun
Les juridictions d'exception

THÈME 2 : LES SAISINES DES JURIDICTIONS

Les saisines des juridictions de droit commun
Les saisines des juridictions d'exception

THÈME 3 : LES PROCÉDURES

Les procédures ordinaires
Les procédures d'exception

OBJECTIF GENERAL

Maitriser le schéma de fonctionnement du système judiciaire gabonais.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Saisir la ou les juridictions qui gèrent le contentieux relevant de son activité
- Maitriser le ou les modes de saisine de ces juridictions
- Avoir recours aux procédures qui mettent en mouvement l'action de ces juridictions

CIBLE

Le personnel la Direction des Affaires Juridiques et tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers

DURÉE

3 jours

CONTENU

THÈME 1 : COMPRENDRE LE CONTEXTE JURIDIQUE GABONAIS

Le fonctionnement institutionnel
L'influence de certains acteurs du système

THÈME 2 : ANALYSER ET COMPRENDRE LES PROCÉDURES JURIDIQUES USUELLES

Les procédures contentieuses
Les procédures non contentieuses

THÈME 3 : QUELLES SOLUTIONS JURIDIQUES PRÉCONISER EN CAS DE LENTEUR DANS LE TRAITEMENT DES PROCÉDURES?

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser les procédures juridiques et les dispositions OHADA
- Réduire l'incidence financière liée aux procédures juridiques

CIBLE

Cadres, dirigeants d'entreprise, Managers et Responsables juridiques.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches

DURÉE

3 jours

CONTENU

THÈME 1 : LE DOMAINE DE L'ARBITRAGE OHADA

Les critères d'arbitrabilité des litiges
Les matières arbitrables

THÈME 2 : LA CONVENTION D'ARBITRAGE

La clause compromissoire
Le compromis d'arbitrage

THÈME 3 : LES FORMES D'ARBITRAGE

L'arbitrage ad'hoc
L'arbitrage institutionnel

THÈME 4 : L'EXÉCUTION DE LA SENTENCE ARBITRALE

La sentence arbitrale
L'exequatur de la sentence

THÈME 5 : LES VOIES DE RECOURS

L'annulation de la sentence
La tierce opposition
La révision

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Initier les apprenants aux règles de l'arbitrage OHADA
- Comprendre l'intérêt du consensualisme dans le règlement des litiges

CIBLE

Personnels du service achat, juridique, commerce international.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches

DURÉE

2 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les aspects pratiques de la réglementation du travail au Gabon.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Mieux comprendre la réglementation du travail au Gabon
- Connaître toutes règles ayant trait au travail au Gabon

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Présentation par diapositive
- Études de cas

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : LE SYSTÈME DE POINTAGE

Pointage de présence
Pointage horaire

THÈME 2 : LA DÉTERMINATION DES HEURES SUPPLÉMENTAIRES

La durée hebdomadaire
Les heures supplémentaires
L'autorisation administrative

THÈME 3 : LE PAIEMENT DES HEURES SUPPLÉMENTAIRES

Les taux applicables
La répartition des heures

THÈME 4 : LES ACCIDENTS DE TRAVAIL

Définition de l'accident de travail
Définition de l'accident de trajet

THÈME 5 : LA FICHE DE DÉCLARATION

Remplissage
Délais de transmission

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maitriser la législation en matière de rupture contractuelle et le calcul des droits du salarié.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Reconnaître les formes de rupture de contrat
- Maitriser les procédures à appliquer en cas de rupture de contrat salarié
- Prendre les dispositions adaptées en cas de rupture de contrat salarié
- Maitriser parfaitement le calcul des droits y relatifs

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers

DURÉE

1 jour

THÈME 1 : SOURCES JURIDIQUES DE LA RUPTURE DE CONTRAT

Le contrat de travail
Le Code du travail
Les sources conventionnelles

THÈME 2 : LES DIFFÉRENTS TYPES DE RUPTURES DE TRAVAIL ET DROITS LÉGAUX ASSORTIS

La démission
Le licenciement
Le départ en retraite
Le départ négocié

THÈME 3 : LE TRAITEMENT DE LA LIQUIDATION DES DROITS LÉGAUX INHÉRENTS À LA RUPTURE DE CONTRAT**Liquidation du préavis****Liquidation des indemnités et droits sociaux :**

En cas de démission
En cas de licenciement personnel
En cas de licenciement collectif

Le départ à la retraite

Les transactions
Les indemnités et droits sociaux

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Amener les participants à comprendre les fondements de l'analyse des coûts et des budgets pour saisir la manière de les utiliser afin, éventuellement, de mettre ces outils de pilotage de la performance, en place dans leurs entreprises.

CIBLE

Cadres d'entreprises : ingénieurs, responsables, gestionnaires de projets, toute personne ayant des bases en comptabilité et voulant approfondir ses connaissances dans le domaine du contrôle de gestion. Toute personne désirant comprendre les mécanismes fondamentaux du contrôle de gestion.

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : DÉFINITION DU CONTRÔLE DE GESTION

Qu'est-ce que le contrôle de gestion ?
Le périmètre du contrôle de gestion dans l'entreprise
Les acteurs du contrôle de gestion
La place du système d'information dans la sphère du contrôle de gestion ou le système d'information décisionnel
La démarche de pilotage

THÈME 2 : LES PRINCIPES ET CONCEPTS DE LA COMPTABILITÉ ANALYTIQUE

Place de l'analyse des coûts dans le système comptable de l'entreprise
La relation entre comptabilité générale et comptabilité analytique
Classification des charges: directes / indirectes / variables / fixes
Définition de la notion de coût
Les composantes des coûts
Les caractéristiques d'un coût
La problématique de la méthode de calcul

THÈME 3 : MESURE DES COÛTS ET EVALUATION DES PERFORMANCES (LA MÉTHODE DES COÛTS COMPLETS)

Principe de la méthode
La ventilation entre charges directes et charges indirectes
Choix des unités d'oeuvre (UE)
Le traitement des charges indirectes
Exercices pratiques pour mettre en évidence les avantages et limites de la méthode

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Amener les participants à comprendre les fondements de l'analyse des coûts et des budgets pour saisir la manière de les utiliser afin, éventuellement, de mettre ces outils de pilotage de la performance, en place dans leurs entreprises.

CIBLE

Cadres d'entreprises : ingénieurs, responsables, gestionnaires de projets, toute personne ayant des bases en comptabilité et voulant approfondir ses connaissances dans le domaine du contrôle de gestion. Toute personne désirant comprendre les mécanismes fondamentaux du contrôle de gestion.

DURÉE

5 jours

THÈME 4 : MESURE DES COÛTS ET EVALUATION DES PERFORMANCES : LA MÉTHODE DES COÛTS PARTIELS

La méthode des coûts variables : mise en oeuvre du direct Costing

L'imputation rationnelle des charges fixes

Le coût marginal

Exercices pratiques pour mettre en évidence les avantages et limites de la méthode

THÈME 5 : MESURE DES COÛTS ET EVALUATION DES PERFORMANCES : LA MÉTHODE ABC (ACTIVITY BASED COSTING)

Les principes de la méthode ABC

Notion d'activité, de processus et d'inducteurs

Démarche de calcul d'un coût ABC

Exercices pratiques pour mettre en évidence les avantages et limites de la méthode

THÈME 6 : PRÉVISION ET CONTRÔLE BUDGÉTAIRE

La méthode des standards

L'élaboration des Budgets

L'analyse des écarts

CONTENU

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Comprendre les enjeux de la gestion des performances
- Être force de proposition auprès des décideurs opérationnels : réduction des coûts, création de valeur...
- Savoir prioriser les processus opérationnels selon les objectifs stratégiques et perfectionner les compétences dans l'utilisation de la gestion pour la prise de décision

CIBLE

Responsables ayant des fonctions de contrôle de gestion et/ou de planification.
Responsables d'unités opérationnelles,
Managers impliqués dans la mise en oeuvre d'un système de pilotage.

DURÉE

5 jours

THÈME 1 : DÉFINIR LE CONTRÔLE DE GESTION DANS L'ORGANISATION

Diagnostic stratégique de l'organisation (analyse SWOT)
Positionner la mission du contrôle dans l'organisation
Le contrôle de gestion : courroie de transmission entre la stratégie et l'exploitation

THÈME 2 : RAPPEL DE LA NOTION DE COÛT ET DES DIFFÉRENTES MÉTHODES DE CALCUL

Les méthodes des coûts complets :

La méthode des coefficients
La méthode des centres d'analyse
La méthode ABC

Les méthodes des coûts partiels :

L'imputation rationnelle des coûts fixes
Le Direct Costing

THÈME 3 : LE CONTRÔLE BUDGÉTAIRE

Les différentes étapes du contrôle
Notions de budget flexible et actualisation budgétaire
Les écarts sur achats, sur coûts et sur ventes
L'analyse des écarts en écarts, volume et prix

THÈME 4 : CHOIX DE LA MÉTHODE LA PLUS APPROPRIÉE POUR LE CALCUL DES COÛTS

Adapter son système de gestion à son environnement interne et externe
Mettre en oeuvre le pilotage stratégique : L'alignement des objectifs et des plans d'actions Construire le tableau de bord prospectif

THÈME 5 : ÉLABORER LE TABLEAU DE BORD

Principes généraux
La collecte des informations et la détermination des indicateurs de performance et de pilotage
En faire un support de communication avec le reste de l'entreprise

THÈME 6 : LES OUTILS INFORMATIQUES

Initiation aux ERP et progiciels intégrés les plus utilisés

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les éléments de la gestion budgétaire en liaison avec la planification et la stratégie des entreprises.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Faire de la gestion prévisionnelle, du suivi et du contrôle budgétaire
- Analyser les écarts budgétaires

CIBLE

Gestionnaire de budget et/ou de la budgétisation, Managers, Directeurs & chefs d'entreprises.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etudes de cas

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : INTRODUCTION A L'ETUDE BUDGETAIRE

Notions de budget, l'objet de la gestion budgétaire et les outils de la gestion budgétaire

Atelier 1 : L'implémentation d'une gestion budgétaire dans l'entreprise

THÈME 2 : LA PROCEDURE BUDGETAIRE

Planification budgétaire, l'hierarchisation & l'interdépendance des budgets, les techniques d'élaboration des budgets, la gestion des négociations et des conflits dans la planification

Atelier 2 : L'organisation d'une procédure budgétaire dans l'entreprise

THÈME 3 : LA GESTION PREVISIONNELLE

Techniques de prévision des ventes, de la production, des approvisionnements, des investissements, de trésorerie, du compte de résultat et du bilan prévisionnel

Atelier 3 : Le pilotage de la gestion prévisionnelle dans l'entreprise

THÈME 4 : LE SUIVI ET LE CONTROLE BUDGETAIRE

Techniques de suivi et de contrôle budgétaire

Atelier 4 : Le pilotage du suivi et du contrôle budgétaire

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser l'analyse des coûts pour des prises de décisions stratégiques et opérationnelles dans l'entreprise.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Utiliser une méthode de calcul pour déterminer les coûts
- Faire une analyse à partir du calcul des coûts
- Utiliser cette analyse pour le pilotage de la stratégie

CIBLE

Gestionnaires des centres de coûts, Managers, Directeurs & chefs d'entreprises.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etudes de cas

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : INTRODUCTION A L'ANALYSE DES COUTS

Notions de coûts, de charges, la logique de la formation des coûts & l'utilité de l'analyse des coûts.

Atelier 1 : Simulation (cas d'entreprise commerciale et industrielle).

THÈME 2 : LA METHODE DES COUTS COMPLETS

Centres d'analyse des coûts, les coûts variables et spécifiques, l'imputation rationnelle des charges fixes, la problématique des stocks et encours, la détermination des coûts complets.

Atelier 2 : Simulation (cas d'entreprise commerciale et industrielle).

THÈME 3 : LA METHODE ABC

Principes de la méthode, les notions d'inducteurs et la démarche de calcul, l'intérêt et les limites de la méthode.

Atelier 3 : Simulation (cas d'entreprise commerciale et industrielle).

THÈME 4 : LA METHODE DU COUT STANDARD, MARGINAL, DIFFERENTIEL, DES COUTS SPECIFIQUES & CIBLES

Principes des différentes méthodes, les notions et les démarches de calcul, l'intérêt et les limites des différentes méthodes.

Atelier 4 : Simulation (cas d'entreprise commerciale et industrielle).

THÈME 5 : L'ANALYSE DES COUTS

Analyse du seuil de rentabilité et du risque d'exploitation, l'analyse des écarts de coûts, des coûts cachés, contrôlables, déterminés, irréversibles, les prix de cession interne...

Atelier 5 : Simulation (cas d'entreprise commerciale et industrielle).

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser l'élaboration et l'utilisation d'un tableau de bord, nécessaire à la prise de décision rapide, pour un pilotage optimum de la stratégie.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Identifier et lire les indicateurs importants pour le pilotage de la stratégie
- Elaborer un tableau de bord utile à l'exploitation de l'entreprise
- Faire les remontées d'informations nécessaires à la prise de décision appropriée.

CIBLE

Responsables de fonction contrôle de gestion et des centres de prise de décision, managers, directeurs, chefs d'entreprise et tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Etudes de cas
- Ateliers

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : DÉFINITION ET PRINCIPES DE CONCEPTION D'UN TABLEAU DE BORD

Contenu synoptique et indicateurs d'un tableau de bord
La cohérence de la définition d'un tableau de bord
Les principes de conception d'un TB avec l'organigramme
La lecture des indicateurs clés et la transmission des informations

Atelier 1 : l'alimentation en informations pour une prise de décision rapide.

THÈME 2 : LES MÉTHODES DE CONSTRUCTION D'UN TABLEAU DE BORD

Le choix des indicateurs pertinents
Les différentes méthodes de construction de TB financier, TB prospectif... avec Microsoft Excel

Atelier 2 : Les différences entre un TB financier et un TB prospectif dans la prise de décision.

THÈME 3 : LA REMONTÉE D'INFORMATION OU LE REPORTING

Les différents niveaux de remontée
Les objectifs de la remontée rapide des informations
Les différents types de reporting

Atelier 3 : Simulations, retard de prise de décisions, analyse des problèmes causés et proposition d'un bon reporting.

THÈME 4 : FAIRE VIVRE LE TABLEAU DE BORD

Faire adhérer l'ensemble des collaborateurs au modèle de pilotage
Faire piloter les actions par des collaborateurs responsables de centres d'activités
Communiquer et faire circuler les indicateurs

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Au terme de la formation, les participants devraient être en mesure d'opérer une classification des coûts et d'évaluer les coûts.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

De manière spécifique, il s'agira pour les participants de :

- Faire distinction entre charges directes et charges indirectes
- Etablir le tableau de répartition des charges indirectes
- Calculer les principaux coûts : coût d'achat, coût de production, coût de distribution, coût de revient
- Procéder à un inventaire permanent des stocks
- Déterminer le résultat analytique

CIBLE

Responsables de fonction contrôle de gestion et des centres de prise de décision, managers, directeurs, chefs d'entreprise et tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Etudes de cas
- Ateliers

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : DISTINGUER LES CHARGES

Charges directes
Charges indirectes

THÈME 2 : ELABORER LE TABLEAU DE RÉPARTITION DES CHARGES INDIRECTES

Centres auxiliaires
Centres principaux
Répartition primaire
Répartition secondaire

THÈME 3 : CALCULER LES COÛTS

Coûts d'achats
Coûts de production
Coûts de distribution
Coûts de revient

THÈME 4 : CALCULER LE RÉSULTAT ANALYTIQUE

QSH 1 Identifier les dangers et évaluer les risques professionnels	Durée : 4 jours
QSH 2 Analyse et gestion des accidents du travail	Durée : 4 jours
QSH 3 Manager la responsabilité sociale de l'entreprise	Durée : 2 jours
QSH 4 Recyclage des chauffeurs de transport du personnel	Durée : 4 jours
QSH 5 Prévention et secours civique (PSC)	Durée : 2 jours
QSH 6 Equipier de première intervention	Durée : 1 jour
QSH 7 Hygiène et Sécurité au Travail (HST)	Durée : 1 jour
QSH 8 Sauveteur secourisme du travail (SST)	Durée : 3 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser la méthodologie nécessaire à l'identification du danger et à la gestion du risque.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Identifier les dangers associés aux activités professionnelles
- Appliquer les techniques de recherche de cause
- Identifier les risques afférents
- Proposer des mesures de prévention s'intégrant parfaitement à la situation

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers
- Outils et fiches personnalisables
- Check-list et questionnaires
- Référentiels
- Grilles d'analyse
- Laboratoire

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : APPROCHE CONCEPTUELLE

Les enjeux de l'évaluation des risques SST
Coût des risques professionnels
Inventaire des unités de travail
Identification des risques professionnels ou SST
Le programme SST
Les solutions correctives et préventives

THÈME 2 : APPROCHE OPÉRATIONNELLE

La relation entre le risque et le danger
Analyse des activités critiques
Importance et objectifs de l'évaluation des risques
Mesure de l'impact des dangers et mesures de prévention
Méthode et outils d'évaluation
Classification et hiérarchisation des risques professionnels ou SST
Le Rapport d'évaluation des risques professionnels ou SST

CONTENU

THÈME 1 : GESTION DES ACCIDENTS

Définition des notions de base
 Mécanisme de l'accident
 Matrice de sévérité
 Organisation et responsabilités
 Etude de cas

THÈME 2 : ANALYSE DES ACCIDENTS SELON LA MÉTHODE
DE L'ARBRE DES CAUSES

Place de l'arbre des causes dans une Politique de prévention
 Une méthode d'analyse des accidents de travail
 Pourquoi analyser les accidents / incidents
 Quand et qui participe à l'analyse ?
 Construction d'un arbre des causes
 L'exploitation des résultats
 Les démarches de progrès en HSE

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les stratégies de gestion d'un accident de travail.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Préparer et piloter une mission d'évaluation des risques professionnels en général et d'accident de travail en particulier
- Identifier les causes d'un accident de travail et de proposer les solutions
- Identifier, inventorier, décrire, classier et hiérarchiser les risques professionnels en général et d'accident de travail en particulier
- Proposer des mesures de prévention s'intégrant parfaitement à la situation
- Définir et piloter un programme SST
- Proposer des améliorations du système ergonomique

CIBLE

Le personnel en charge de la prévention des risques.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers
- Outils et fiches personnalisables
- Check-list et questionnaires
- Référentiels
- Grilles d'analyse/Laboratoire

DURÉE

4 jours

CONTENU

THÈME 1 : GÉNÉRALITÉS SUR LA RSE : CONCEPT,
ÉMERGENCE ENJEUX, PRINCIPES

THÈME 2 : LA POLITIQUE RSE

THÈME 3 : LE DIAGNOSTIC RSE

THÈME 4 : LE PROGRAMME RSE

THÈME 5 : L'AUDIT RSE

THÈME 6 : LE REPORTING RSE

THÈME 7 : L'AMÉLIORATION DU PROGRAMME RSE

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les contours de la RSE.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Développer, piloter, évaluer, et améliorer une démarche RSE
- Identifier les parties prenantes
- Réaliser le diagnostic et un audit RSE
- Définir un programme
- Effectuer le reporting RSE

CIBLE

Dirigeant, Administrateur,
Responsable RH.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Outils fiches personnalisables
- Référentiels
- Echanges de Bonnes Pratiques
- Questionnaires
- Etudes de cas
- Grilles d'analyse
- Laboratoire et Plan d'action

DURÉE

2 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

S'imprégner des nouvelles données dans le transport du personnel.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Avoir un aperçu général sur les dispositions du transport du personnel
- Développer un contact facile avec les passagers
- Maîtriser la conduite des poids lourds avec ou sans passagers
- Maîtriser les attitudes à adopter face aux attaques personnelles
- Maîtriser les interdits dans la conduite du personnel
- Veiller à son accoutrement, son comportement pour mieux représenter l'entreprise
- Maîtriser l'équipement des véhicules, documents à bord, les obligations particulières du conducteur
- Maîtriser les gestes de premier secours en cas d'accident

CIBLE

Le personnel des parcs automobiles.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Cas pratiques
- Ateliers

DURÉE

4 jours

MODULE I: Eléments techniques du transport du personnel**THÈME 1 : GÉNÉRALITÉS**

Rappel des notions élémentaires du Code de la Route
La catégorisation des permis de conduire
Equipements et documents réglementaires

THÈME 2 : LA CONDUITE PRÉVENTIVE

La responsabilité du conducteur
Le conducteur et son environnement

THÈME 3 : LES ENGAGEMENTS DU CONDUCTEUR**THÈME 4 : L'ÉPREUVE PRATIQUE****MODULE II: Aspects comportementaux du transport du personnel****THÈME 1 : LA FONCTION CHAUFFEUR DU PERSONNEL (DIFFICULTÉS ET STRESS Y ASSOCIÉES)****THÈME 2 : L'AMBIANCE DANS VOTRE VÉHICULE ET LES RÉACTIONS DU PASSAGER****THÈME 3 : ANALYSER CE QUE LE PASSAGER RESSENT****THÈME 4 : CARACTÉRISTIQUES DE LA QUALITÉ DE VOTRE STYLE D'ACCUEIL****THÈME 5 : BIEN ACCUEILLIR VOS PASSAGERS****THÈME 6 : ADOPTER UNE ATTITUDE POSITIVE, GÉRER LES CONFLITS ET L'AGRESSIVITÉ DU PASSAGER**

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les réactions et réflexes à observer en cas d'accidents en situation de travail ou dans la vie quotidienne.

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches

DURÉE

2 jours

THÈME 1 : LA PROTECTION

THÈME 2 : L'ALERTE

THÈME 3 : LA VICTIME S'ÉTOUFFE

La désobstruction des voies aériennes chez l'adulte
La désobstruction des voies aériennes chez le nourrisson
L'obstruction partielle des voies aériennes

THÈME 4 : LA VICTIME SAIGNE ABONDAMMENT

La compression locale
La pose du garot
Le saignement par le nez, la bouche ou autre
Cas concret de synthèse

THÈME 5 : LA VICTIME EST INCONSCIENTE

THÈME 6 : LA VICTIME NE RESPIRE PAS

La RCP et le principe d'utilisation du DEA
La RCP chez l'enfant et le nourrisson
Cas concrets de synthèse

THÈME 7 : LA VICTIME SE PLAINT APRÈS UN TRAUMATISME

La plaie grave
La plaie simple
La brûlure
Les brûlures particulières
Le traumatisme du dos, du cou et/ou de la tête
Le traumatisme du membre
Cas concret de synthèse

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser un début d'incendie au sein de l'entreprise et mettre les occupants à l'abri de ses effets.

CIBLE

Tout personnel impliqué dans l'organisation de l'intervention en cas d'incendie.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Présentation par diapositives
- Etude de cas

DURÉE

1 jour

THÈME 1 : NOTIONS THÉORIQUES

Prévenir les occupants de la présence d'un début d'incendie dans l'entreprise : l'alarme
Etude du feu: quelles peuvent être ses origines? Comment peut-il se propager?
Comment peut-on l'éteindre?
Apprendre à limiter les dangers liés à l'incendie

THÈME 2 : NOTIONS PRATIQUES

Maîtriser un feu d'huile de friture (cuisine)
Maîtriser une fuite de gaz enflammée
Obturer une fuite de gaz non enflammée
Eteindre un début de feu d'hydrocarbure et des liquides inflammables
Appréhender un feu de bois
Supprimer le feu d'origine électrique

CONTENU

THÈME 1 : HYGIÈNE

Hygiène individuelle (personnel et matériel)
Hygiène collective
Hygiène de l'environnement

THÈME 2 : SÉCURITÉ

Les différents équipements de protection individuelle adaptée à la mission confiée
Prendre les mesures de protection pour éviter la transmission des maladies et des infections
Intervenir en cas d'accidents de travail en assurant sa propre sécurité, celle de la victime et des tiers
Dégager en urgence une personne de la zone de danger en toute sécurité
Les gestes ergonomiques

OBJECTIF GENERAL

Sensibiliser et informer à l'hygiène et sécurité des personnels pour prévenir les maladies et accidents de travail.

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Exposé oral
- Etude de cas
- Fiches

DURÉE

1 jour

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Acquérir les connaissances nécessaires à la bonne exécution des gestes de premier secours et la prise en charge d'une victime au sein de l'entreprise en attendant les secours spécialisés.

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Présentation par diapositives
- Pratiques
- Mise en situation

DURÉE

3 jours

THÈME 1 : LE SAUVETAGE-SECOURISME DU TRAVAIL

THÈME 2 : RECHERCHER LES DANGERS PERSISTANTS POUR PROTÉGER

THÈME 3 : EXAMINER LA VICTIME

THÈME 4 : ALERTER OU FAIRE ALERTER

THÈME 5 : LA VICTIME S'ÉTOUFFE

THÈME 6 : LA VICTIME SAIGNE ABONDAMMENT

THÈME 7 : LA VICTIME NE RÉPOND PAS, ELLE RESPIRE

THÈME 8 : LA VICTIME NE RÉPOND PAS, ELLE NE RESPIRE PAS

THÈME 9 : LA VICTIME RÉPOND, ELLE SE PLAINT DE SENSATIONS PÉNIBLES ET/OU PRÉSENTE DES SIGNES ANORMAUX

THÈME 10 : LA VICTIME RÉPOND, ELLE PRÉSENTE UNE PLAIE QUI NE SAIGNE PAS ABONDAMMENT

THÈME 11 : LA VICTIME RÉPOND, ELLE PRÉSENTE UNE BRÛLURE

THÈME 12 : LA VICTIME RÉPOND, ELLE PRÉSENTE UNE DOULEUR QUI EMPÊCHE CERTAINS MOUVEMENTS (TRAUMATISMES)

ANG

Formation niveau 1

Durée : 108 heures

Formation niveau 2

Durée : 72 heures

Formation niveau 3

Durée : 72 heures

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

Au sortir de la formation, suivant leurs groupes respectifs d'appartenance, les stagiaires seront capables d'améliorer leur expression, compréhension et lecture en anglais.

Notre offre est structurée en trois (3) niveaux graduels, répartis ainsi qu'il suit :

Durée mensuelle par type de formation

Durée mensuelle par niveau de formation			
Niveaux	Durée (en h)	Normale (en mois)	Intensive (en mois)
1	108	3	1,5
2	72	3	1,5
3	72	3	1,5
Volume horaire	252		

Nombre de séances			
Niveaux	Durée (en h)	Normale (en mois)	Intensive (en mois)
1	108	3*3 j=9h/semaine	18 h/semaine
2	72	2*3 j=6h/semaine	12 h/semaine
3	72	2*3 j=6h/semaine	12 h/semaine
Volume horaire	252		

Le tableau ci-haut présente les trois (3) niveaux de formation ainsi que les durées y associées.

Pour passer d'un niveau à un autre, il faut valider le programme d'apprentissage correspondant audit niveau.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Les principaux objectifs consistent à développer :

- Le Learning
- Le Listening
- Le Speaking

CIBLE

Tout public.

DURÉE

108 heures

soit : 3*3 j = 9h/semaine

BUR 1 Microsoft Windows	Durée : 1 jour
BUR 2 Microsoft Word (Niveau 1)	Durée : 5 jours
BUR 3 Microsoft Word (Niveau 2)	Durée : 3 jours
BUR 4 Microsoft Access (Niveau 1)	Durée : 4 jours
BUR 5 Microsoft Access (Niveau 2)	Durée : 3 jours
BUR 6 Microsoft Excel (Niveau 1)	Durée : 4 jours
BUR 7 Microsoft Excel (Niveau 2)	Durée : 4 jours
BUR 8 Microsoft Outlook	Durée : 1 jour
BUR 9 Microsoft Powerpoint	Durée : 3 jours
PAO 1 Initiation pratique à Adobe Indesign	Durée : 3 jours
PAO 2 Initiation pratique à Photoshop	Durée : 2 jours

En raison des évolutions dans les différents champs disciplinaires, le Cabinet se réserve la possibilité de modifier le contenu de toute session comprise dans ce catalogue.

Pour toute information :

Tél. : +241 01 44 53 10 / Mob. : +241 06 09 98 55 / 56 / Fax : +241 01 44 53 11

Email : info@ulyssconseil.com / Site web : www.ulyssconseil.com / Hub : www.u-lynk.com

CONTENU

THÈME 1 : PRÉSENTATION DU MICRO-ORDINATEUR

Physique

Logiciel (Initiation, suppression, version, mise à jour)

THÈME 2 : PRÉSENTATION DE WINDOWS7

THÈME 3 : SÉCURITÉ INFORMATIQUE

Virus et antivirus

Sauvegarde du système

Restauration du système

Précaution du système

THÈME 4 : SÉCURITÉ WINDOWS. MAINTENIR SON ORDINATEUR À JOUR AVEC MICROSOFT UPDATE

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les fonctionnalités importantes de WINDOWS.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Découverte du micro-ordinateur
- Présentation de Windows (selon la version utilisée) et des options de sécurité

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

1 jour

CONTENU

THÈME 1 : INTRODUCTION, LANCEMENT ET PRÉSENTATION DE WORD 2007

THÈME 2 : ETUDE DE LA NOUVELLE BARRE DE MENU

THÈME 3 : ETUDE DU CLAVIER DANS WORD POUR LA SAISIE DES CARACTÈRES

THÈME 4 : SAISIE DE TEXTE

THÈME 5 : LA CORRECTION DES TEXTES

THÈME 6 : GESTION DES DOCUMENTS

THÈME 7 : SÉLECTION DE TEXTE

THÈME 8 : COPIER, DÉPLACER, EFFACER ET COLLER

THÈME 9 : L'IMPRESSION

THÈME 10 : RÉCAPITULATIF

THÈME 11 : MISE EN FORME DE DOCUMENTS

THÈME 12 : INSERTION D'IMAGES

THÈME 13 : TABULATION

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les fonctions usuelles du traitement de texte avec un bon degré d'autonomie.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Accéder aux connaissances de base de Word

CIBLE

Tout Public

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Outils et fiches personnalisables
- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

5 jours

CONTENU

THÈME 1 : GESTION DES TABLEAUX

THÈME 2 : INSERTION DE SOMMAIRE

THÈME 3 : LES MODÈLES

THÈME 4 : PUBLIPOSTAGE

THÈME 5 : TABLEAUX DYNAMIQUES CROISÉS

THÈME 6 : LIAISON WORD-EXCEL

OBJECTIF GENERAL

Accélérer la production de document répétitif ;
Faciliter la création de courriers à des destinataires multiples.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser les fonctionnalités avancées de Microsoft Word
- Le publipostage les feuilles de styles
- Avoir des connaissances approfondies de Word

CIBLE

Tout Public

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

CONTENU

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les fonctions principales d'ACCESS.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser les fonctionnalités de base
- Concevoir une base de données
- Définir, créer et modifier les tables
- Explorer les formulaires
- Exploiter la base
- Elaborer des états, des étiquettes
- Créer des requêtes de sélection triée
- Créer des requêtes multi tables
- Avoir des connaissances approfondies de Word

CIBLE

Tout Public

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

4 jours

THÈME 1 : INTRODUCTION À ACCESS 2007

THÈME 2 : CONCEVOIR ET ORGANISER SA BASE DE DONNÉES

- Organiser et répartir ses données entre différentes tables
- Créer des tables, définir les champs
- Identifier la clé primaire d'index
- Définir les relations, assurer l'intégrité référentielle
- Importer, exporter et attacher des données

THÈME 3 : INTERROGER UNE BASE DE DONNÉES AVEC DES REQUÊTES

- Requêtes sélection : choix des champs, ordre de tri, définition des critères de sélection, ajout d'un champ calculé
- Regroupement sur un champ, sur une expression
- Requêtes multi tables et d'analyse croisée
- Requêtes action : mise à jour, ajout, suppression, création de table

THÈME 4 : SAISIR LES DONNÉES AVEC FORMULAIRES

- Créer des formulaires simples
- Formulaires fondés sur des requêtes
- Présentation et mise en forme
- Les sous-formulaires : création, intégration dans un formulaire
- Les listes déroulantes modifiables

CONTENU

THÈME 1 : RÉVISION DU NIVEAU 1

THÈME 2 : EDITER DES RÉSULTATS AVEC LES ÉTATS

Principes de base
Création d'états colonne ou tabulaires
Tri et regroupement
Etat de publipostage
Impression

THÈME 3 : CRÉER DES MACROS SIMPLES

Recherche une fiche avec une liste déroulante
Associer des macros à des boutons
Personnaliser le volet de navigation
Créer un menu d'accueil
Automatiser avec des macros simples
Associer des macros à des boutons

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les fonctions principales d'ACCESS.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Maîtriser les fonctionnalités de base
- Concevoir une base de données
- Définir, créer et modifier les tables
- Explorer les formulaires
- Exploiter la base
- Elaborer des états, des étiquettes
- Créer des requêtes de sélection triée
- Créer des requêtes multi tables
- Avoir des connaissances approfondies de Word

CIBLE

Tout Public

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

CONTENU

THÈME 1 : INTRODUCTION, LANCEMENT ET PRÉSENTATION D'EXCEL 2007

THÈME 2 : ETUDE DE L'INTERFACE D'EXCEL

THÈME 3 : UTILISATION DE LA SOURIS : COMMANDES EXPLOITABLES AVEC LA SOURIS

THÈME 4 : LA SAISIE D'INFORMATION

THÈME 5 : OPÉRATIONS SUR LES FEUILLES

THÈME 6 : MISE EN FORME DES TABLEAUX COPIE ET DÉPLACEMENT DES DONNÉES

THÈME 7 : COPIE ET DÉPLACEMENT DES DONNÉES

THÈME 8 : PREMIERS CALCULS

THÈME 9 : LA FONCTION SOMME

THÈME 10 : LA MISE EN PAGE

THÈME 11 : L'IMPRESSION

THÈME 12 : GESTION DES CLASSEURS

THÈME 13 : EXERCICE RÉCAPITULATIF

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser les fonctions principales du logiciel Excel afin d'être autonome.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Construire et mettre en forme des tableaux de calcul
- Mettre en page
- Imprimer, créer un graphique

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

4 jours

CONTENU

THÈME 1 : GESTION DES FEUILLES

THÈME 2 : MESSAGES D'ERREUR

THÈME 3 : LES FONCTIONS

THÈME 4 : CHAMP NOMMÉ

THÈME 5 : CRÉATION ET GESTION D'UN GRAPHISME

THÈME 6 : BASE DES DONNÉES

THÈME 7 : RÉCAPITULATIF

THÈME 8 : FONCTIONS DE RECHERCHE : INDEX ET EQUIV

THÈME 9 : FONCTIONS DATE ET HEURE

THÈME 10 : VALIDATION DES DONNÉES

THÈME 11 : LIAISON ENTRE FEUILLES

THÈME 12 : LIAISON ENTRE CLASSEURS

THÈME 13 : LES STYLES

THÈME 14 : TABLEAUX CROISÉS DYNAMIQUES

THÈME 15 : LES MACROS

THÈME 16 : LIAISON WORD – EXCEL 2007

OBJECTIF GENERAL

Optimiser son travail avec les modèles et le paramétrage ; Exploiter les fonctions pour automatiser les tableaux Excel.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Construire et mettre en forme des tableaux avec de calcul
- Mettre en page
- Imprimer, créer un graphique

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

4 jours

CONTENU

THÈME 1 : OUTLOOK : PRÉSENTATION ET DÉMARRAGE

THÈME 2 : ENVOI DES MESSAGES

THÈME 3 : OPTION D'ENVOI DE MESSAGES

THÈME 4 : OUVERTURE DE MESSAGES

THÈME 5 : GESTION DU CARNET D'ADRESSES

THÈME 6 : GESTION DES MESSAGES

THÈME 7 : CONTACTS

THÈME 8 : CALENDRIER

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Saisir, présenter, envoyer, recevoir des courriers électroniques avec ou sans pièce jointe
- Visualiser, enregistrer, exploiter et organiser les éléments reçus
- Organiser efficacement la liste des contacts
- Utiliser les fonctions essentielles du calendrier

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

1 jour

CONTENU

THÈME 1 : INTRODUCTION, LANCEMENT ET PRÉSENTATION DE POWERPOINT 2007/2010

THÈME 2 : ETUDE DE LA NOUVELLE BARRE DE MENU

THÈME 3 : ETUDE DE L'INTERPHASE GRAPHIQUE

THÈME 4 : CRÉATION DE DOCUMENT

THÈME 5 : LE VOLET DU PLAN

THÈME 6 : LE VOLET DES COMMENTAIRES

THÈME 7 : MISE EN PAGE DES DIAPOSITIVES

THÈME 8 : FONCTIONS DE DESSIN

THÈME 9 : ORGANISATION D'UN DOCUMENT

THÈME 10 : ORGANISATION DE LA DIAPOSITIVE

THÈME 11 : MODIFICATION DU MASQUE

THÈME 12 : LES ORGANIGRAMMES

THÈME 13 : EFFET D'ANIMATION

THÈME 14 : DIAPORAMA

THÈME 15 : PRÉSENTATION À EMPORTER

OBJECTIF GENERAL

Réussir ses présentations ; Illustrer les présentations avec des tableaux ou des graphiques.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Savoir créer un diaporama
- Intégrer des images
- Créer des boutons de navigation
- Animer votre diaporama

CIBLE

Tout public.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

CONTENU

THÈME 1 : L'INTERFACE

Outils, palettes, navigation
Paramétrer les préférences

THÈME 2 : LE DOCUMENT

Les règles, les repères et les grilles
Les pages types, les blocs, les calques
Foliotage automatique
Fichiers Indesign importés

THÈME 3 : LE TEXTE

Saisir, importer et chaîner du texte
Mise en forme des caractères
Mise en forme des paragraphes
Les feuilles de styles
Tabulations, lettrines

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser la PAO grâce aux fonctions de bases et avancées d'Adobe Indesign, afin d'être autonome dans la conception et la création de supports de communication (brochure, catalogue, affiches Flyers, plaquettes, dépliants).

CIBLE

Tout public, futurs infographistes.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Etude de cas
- Exercices d'applications
- Travaux pratiques

DURÉE

3 jours

CONTENU

THÈME 1 : INTERFACE

Outils, palettes, navigation,
Paramétrer les préférences

THÈME 2 : TUTORIAL

Correction de la couleur et du ton
Correction des défauts
Sélection de zones et d'images
Création d'une image
Création d'une image à l'aide de calques
Ajout de formes à une image
Impression avec la gestion des couleurs.

OBJECTIF GENERAL

Maîtriser la PAO grâce aux fonctions de base d'adobe photoshop.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Analyser correctement une image
- Maîtriser les fonctions pour laisser libre cours à la créativité
- Automatiser des traitements à l'aide des scripts

CIBLE

Utilisateurs et futurs infographistes dans les secteurs d'arts suivants : graphiques, de l'internet, de la publicité, et de la communication, Toute personne intéressée par la thématique.

STRATÉGIE PÉDAGOGIQUE

- Outils et fiches personnalisables
- Etudes de cas
- Ateliers

DURÉE

2 jours

Merci !



Intitulé de la formation :

Nom (s):

Prénoms(s) :

Titre (Monsieur, Madame, Mademoiselle) :

Profession :

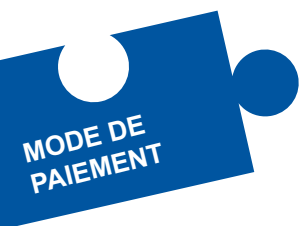
Fonction :

Société :

Boîte postale :

Adresse e-mail :

Contact(s) :



ESPECES

CHEQUE

VIREMENT

NB : paiement total avant début de la formation. En cas de désistement, prévenir 15 jours avant le début de la formation. Dans le cas contraire, aucun remboursement ne sera envisageable.

Signature et Cachet



ULYSS GABON
Quartier LOUIS,
Lieu-dit « Chez Jeannot »
Résidence Mathilda d'Adrien,
BP 11156 Libreville - GABON
Tél. : +241 01 44 53 10

ULYSS RDC
Appartement 5A,
Immeuble ZECODIAM
Avenue Comité Urbain n°41,
Commune de la GOMBE - Kinshasa
REP. DEMOCRATIQUE DU CONGO
Tél. : +243 813 617 654

Email : info@ulyssconseil.com
Site web : www.ulyssconseil.com
Hub : www.u-lynk.com

