

Diriger la stratégie et mobiliser les ressources d'une entreprise

RS6924 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	310
Formacode(s)	32054
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	28/11/2024
Date d'échéance	28/11/2029

Certificateur(s)

INSTITUT D'ETUDES POLITIQUES DE PARIS - SCIENCES PO (IEP) · SIRET : 19753431600017

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les équipes dirigeantes sont confrontées aujourd'hui à des défis d'un nouveau genre.

En effet, au-delà des seuls aspects économiques et financiers, elles doivent désormais intégrer de nouveaux paramètres, comme la réputation de leur entreprise, la responsabilité sociale, sociétale et environnementale, les mutations du travail et du management, la transformation numérique, les basculements géopolitiques, les demandes d'ordre éthique et les nouvelles formes de gouvernance. De même, elles doivent faire face à une sensibilité accrue de la société vis-à-vis des questions liées à la parité des instances dirigeantes, à la prise en compte des besoins d'adaptation et des opportunités de carrière des personnes en situation de handicap.

Dans ce contexte, les membres des équipes dirigeantes doivent non seulement développer une vision pertinente de leur marché et leurs avantages compétitifs, une aptitude à s'appuyer sur la Sociologie des organisations pour maîtriser les jeux d'acteurs et comprendre les dynamiques sociales tout en ayant une lecture éclairée d'eux-mêmes et de leurs responsabilités éthiques. Pour répondre à ce besoin, le projet de certification « Diriger la stratégie et mobiliser les ressources d'une entreprise » s'adresse principalement à des directeurs ou futurs directeurs de société/PME/PMI/ETI/ filiales de groupe français ou international, associations/ ONG désireux de développer des entreprises singulièrement responsables dont la « raison d'être » intègre et dépasse la logique du profit en admettant qu'il n'est pas d'entreprise qui gagnent vraiment dans un monde qui perd.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1 Élaborer la « raison d'être » d'une entreprise,

- en définissant une vision à moyen et long termes du marché,
- en interrogeant le « Pourquoi » de son existence,
- en analysant des indicateurs économiques, sociaux et environnementaux ainsi que politiques et éthiques, afin d'orienter la stratégie de l'entreprise dans un environnement incertain.

C2 Définir des axes de développement stratégiques RSE cohérents avec la « raison d'être »,

- en utilisant des outils d'analyse stratégique,
- en appliquant des méthodes de prospective pour anticiper les évolutions futures tout en reconnaissant leurs limites,
- et en incluant un agenda RSE et développement durable, afin de mettre en perspective les enjeux et les opportunités de l'entité au regard de son environnement concurrentiel, financier, social et environnemental.

C3 Assurer une gouvernance d'entreprise conforme et éthique,

- en veillant au respect des engagements statutaires et légaux,
- en contrôlant la nature des communications entre les acteurs concernés (i.e. : membres du Conseil d'administration, actionnaires/sociétaires, membres de l'Excom et partenaires sociaux)

- en mettant en place des mécanismes de prévention des irrégularités, afin de renforcer la transparence, de prévenir les conflits internes et les crises externes, et de faciliter le bon fonctionnement des instances dirigeantes.

C4 Définir une politique financière et budgétaire,

- en prenant en compte les résultats d'analyse des comptes, les prévisions d'activités et les projets d'investissement inhérents à la stratégie,
- en identifiant les sujets critiques et les points de vigilance,
- en exploitant des données d'indicateurs critiques pour l'activité, ainsi que le rapport coûts/bénéfice des projets considérés,
- et en évaluant les conséquences financières des décisions stratégiques de l'entreprise, dans le but de formuler une proposition stratégique pertinente et de préserver durablement la santé financière de l'entreprise.

C5 Concevoir les outils de pilotage de la stratégie d'entreprise,

- en interprétant

les outils d'analyse stratégique et les indicateurs de performance financiers, commerciaux, environnementaux ou relatifs au climat social de l'entreprise,

- en caractérisant l'environnement global (tendances du marché, innovations techniques et scientifiques), à l'aide du modèle et outils d'analyse VUCA (cf. :

SWOT, Matrice BMC, Google Analytics),

- et en proposant une organisation cohérente avec ces analyses stratégiques, afin de répondre plus rapidement aux changements du marché et d'optimiser les choix stratégiques en temps réel.

C6 Construire un plan marketing innovant pour lancer un produit ou un service,

- en identifiant les opportunités de développement répondant aux besoins clients, et en prenant en compte les besoins des utilisateurs finaux en situation de handicap,
- à partir d'un historique de résultats et d'une analyse des 6 P (Push, Pull, Performance, Price, Place et Profit) en s'appuyant notamment sur une série d'outils ad hoc (cf. :

SWOT, Matrice BMC, Google Analytics),

- et en définissant les moyens de mise en œuvre stratégique (publicité, communications, force de vente, hotline, budget), afin de maximiser l'impact et la réussite du projet et de favoriser une croissance durable de l'entreprise.

C7 Piloter un projet de transformation organisationnelle,

- en réalisant un diagnostic organisationnel de la structure,
- en repérant notamment le niveau d'acceptabilité ainsi que les zones de résistance au changement,
- en définissant la meilleure stratégie de mise en œuvre possible et son plan d'actions correspondant,
- et en mobilisant et en engageant les équipes impliquées dans le projet,
- et en prenant les dispositions nécessaires à l'inclusion des collaborateurs en situation de handicap, dans le but de faciliter la transformation organisationnelle de la structure et d'en assurer l'inclusivité.

C8 Mettre en place une stratégie de communication et d'influence,

- en élaborant une cartographie des risques réputationnels,
- en animant un réseau relationnel de haut niveau avec des relais d'opinion et des partenaires fiables,
- en supervisant des outils d'enquête qualitative et tableaux de bord dédiés au suivi des actions de communication,
- et en utilisant des stratégies de gestion proactive des crises, afin de renforcer l'image de marque et la réputation de l'entreprise et d'accroître l'engagement des parties prenantes.

C9 Représenter l'organisation dans le cadre de négociations stratégiques (investissements, achats), commerciales (ventes, contrats) et sociales (contrats, non-discrimination, rémunération, avantages et sanctions),

- en animant des réunions professionnelles et en négociant avec des partenaires,
- en définissant un message percutant,
- en utilisant la technique de négociation « getting to yes »
- et en élaborant une stratégie de présentation orale en fonction du public cible, afin de défendre les intérêts prioritaires de l'organisation.

Secteur d'activité et type d'emploi

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

sans objet

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

- Être titulaire d'un titre de niveau 6
- 5 ans minimum d'expérience professionnelle
- Des demandes de dérogation peuvent être envisagées si le candidat n'a pas le niveau académique et/ou l'expérience professionnelle requis

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Pour valider la certification, le participant doit valider chaque compétence (obtenir une note supérieure ou égale à 10/20 à l'épreuve demandée pour chaque compétence) et le projet professionnel (obtenir une note supérieure ou égale à 10/20 à l'issue de la soutenance).

Assiduité : la présence à toutes les sessions de formation inscrites au programme est obligatoire pour l'obtention de la certification. Pour des motifs circonstanciés professionnels ou personnels, les absences sont admises sur justificatif à envoyer par mail à l'équipe pédagogique dans la limite de quatre journées durant toute la durée de la formation, exception faite du voyage apprenant (présence obligatoire pour l'obtention de la certification).

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

Le jury de certification est composé :

- du président du jury, extérieur à Sciences Po, ayant une expertise particulière dans le secteur lié à la certification,
- d'un membre du jury, extérieur à Sciences Po, ayant une expertise particulière dans le secteur lié à la certification,
- du directeur de la certification au sein de Sciences Po Executive Education.

Base légale

Date de décision	28/11/2024
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	28/11/2029
Date de dernière délivrance possible	27/05/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	18	—	—	—
2023	12	—	—	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RS5998

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.sciencespo.fr/executive-education/fr/programmes-pour-les-individus/executive-masters/trajec-toires-dirigeants/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/6924/>