

PARCOURS DIRIGEANT

Responsable de Petite et Moyenne Structure

Réf. : PDi – VO – 10/2025

Titre professionnel



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Être capable de diriger et gérer une entreprise, un établissement, une association, de moins de 50 salariés, dans ses dimensions stratégique, humaine, commerciale, productive, financière, administrative et sociétale. Organiser le fonctionnement conformément aux objectifs fixés dans le respect d'un cadre réglementaire. Traduire les orientations stratégiques en objectifs opérationnels.



MODALITÉS GÉNÉRALES

**Dates 2025**

De mars 2026 à Mars 2027

Rythme

2 jours par mois en centre de formation (cf.planning en page 3)

**Durée**

147 heures, 21 jours

Horaires

9h00-12h30
13h30-17h00

**Modalité pédagogique**

Présentiel

Lieu

Centre de formation
Auch

**Tarif**

4410 € HT (5292 € TTC)

Eligibilité CPF

Code RNCP 38575 en date du 23/01/2024
Certificateur Ministère du Travail du plein emploi et de l'insertion

**Public concerné**

Jeunes dirigeants ou managers de centre de profit

**Pré-requis**

Candidature validée par l'organisme de formation

**Accessibilité aux personnes en situation de handicap**

Lieux aménagés et modalités adaptées pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes en situation de handicap.

**Sanction de formation**

Titre Professionnel de niveau 5 « Responsable de Petite et Moyenne Structure » ou validation partielle par bloc de compétences.

Code diplôme : 36T31001
Code RNCP : 38575

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Diriger une structure avec une équipe
- Mettre en œuvre l'objet social de la structure
- Établir et présenter un rapport d'activité de la structure

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports théoriques et de mises en situation
- Opérationnelle et interactive, basée sur les problématiques et le vécu des stagiaires.
- Retour d'expériences des stagiaires et échange de best-practices, Jeux de rôles, Ateliers de Co-construction
- Productions contextualisées des stagiaires

MODALITÉ D'ACCÈS

- Dossier de candidature soumis à validation du centre
- Entretien individuel

MÉTHODES D'ÉVALUATION

- Des acquis de la formation : Présentation à l'examen du Titre Professionnel « Responsable de Petite et Moyenne structure »
- De la satisfaction du stagiaire : Questionnaire de satisfaction

PROFIL DES FORMATEURS

Equipe de formateurs confirmés dans la gestion d'entreprise

PROCÉDURES DE POSITIONNEMENT ET D'INDIVIDUALISATION

Test de positionnement réalisé en amont de la formation, questionnaire ou grille d'auto-positionnement pouvant donner lieu à une individualisation du parcours.

APRÈS LA FORMATION

- Poursuite d'études :
 - Licence management et gestion des organisations
 - Bachelor Gestion des entreprises
 - Diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion
- Les métiers possibles :
 - Directeur de centre de profit
 - Gérant d'entreprise

05 62 61 62 32 – www.cci-formation-gers.fr

PLANNING 2026

CP	Thème	Durée	Dates
CP3	Manager aujourd'hui : enjeux, rôle et positionnement	2 jours	5 et 26 mars 2026
CP1	Développer une vision systémique de la structure	2 jours	7 et 16 avril 2026
CP4	Marketing et Stratégie commerciale	2 jours	19 et 20 mai 2026
CP5	De la stratégie Marketing au plan d'action commercial	2 jours	19 et 26 juin 2026
CP3	Animer les différents types d'entretiens	1 jour	22 septembre 2026
	Bilan intermédiaire et présentation de l'examen	0,5 jour	29 septembre 2026
CP2	S'engager dans une démarche RSE	2 jours	2 et 9 octobre 2026
CP6	Stocks, approvisionnements, Approche processus et qualité	2 jours	23 et 26 novembre 2026
CP3	Disposer des indispensables du droit social	1 jour	8 décembre 2026
CP7	Analyser le bilan de la structure	2 jours	11 et 12 janvier 2027
CP8	Analyser le compte de résultat de la structure	2 jours	3 et 4 février 2027
CP9	Rédiger le rapport d'activité de la structure	1 jour	8 mars 2027
CP2	Développer sa visibilité sur internet et les réseaux sociaux	1 jour	9 mars 2027
	Examen Titre Professionnel	0,5 jour	26 mars 2027
	TOTAL	21 JOURS	

PROGRAMME**CCP1 - DIRIGER UNE STRUCTURE AVEC UNE ÉQUIPE**

CP1 - Développer une vision systémique de la structure dans son environnement (2 jours)

- Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement externe
 - Cycle de vie marché et cycle de vie produit
 - La concurrence élargie et les forces en puissance
 - Anticiper les évolutions macro-économiques
 - La segmentation des Domaines d'Activités Stratégiques (DAS)
- Apprécier les compétences internes clés de l'entreprise
 - Les 7 défis stratégiques de l'entreprise
 - L'analyse de la chaîne de la valeur

05 62 61 62 32 – www.cci-formation-gers.fr

- Évaluer les aires de business actuelles et potentielles
- Mesurer l'attractivité du marché et les capacités de l'entreprise
- Utiliser les matrices d'aide à la décision : BCG, Mc Kinsey et ADL
- L'audit S.W.O.T
- Identifier les facteurs clés de succès et les enjeux pour l'entreprise
- Déterminer les choix stratégiques de l'entreprise
- De l'audit S.W.O.T au choix d'axes stratégiques
- Les 3 stratégies de M. Porter : domination par les coûts, focalisation, différenciation.
- Les stratégies de développement :
 - Croissance
 - Diversification
 - Océan bleu

CP2 - Inscrire la structure dans son territoire (3 jours)

- S'engager dans une démarche RSE (2 jours)

Cadre général et enjeux de la RSE

- Identifier les lignes directrices relatives à la Responsabilité sociétale
- Déterminer les enjeux prioritaires en matière de RSE contribuant au développement durable
- Comprendre les enjeux d'une stratégie développement durable

Structuration de la politique RSE

- Identifier et comprendre le contexte et les enjeux RSE de l'entreprise pour répondre aux finalités du développement durable
- Identifier les forces et faiblesses de l'organisation
- Valider la nature et les engagements de l'entreprise

Structuration du plan d'action RSE

A partir des 7 piliers énoncés par la norme ISO 26000, structurer le projet et les étapes de la mise en œuvre des actions

- État des lieux de ses pratiques
- Hiérarchisation et pondération des enjeux et des parties prenantes
- Identification des points faibles de l'entreprise en matière de développement durable
- Identification des indicateurs : environnementaux, sociaux, de gouvernance ... :

- Assurer une visibilité sur Internet et les réseaux sociaux : Construire une stratégie B2B sur LinkedIn permettant d'asseoir crédibilité & autorité (1 jour)

LinkedIn : bâtir l'autorité en B2B, Facebook : utiliser les fonctionnalités avancées

- Présentation des attentes et des pratiques existantes sur LinkedIn et Facebook
- Diagnostic des niveaux, outils disponibles, cas d'usage pro
- Tour d'horizon des opportunités B2B sur LinkedIn et des fonctionnalités avancées de Facebook (ciblage, lookalikes, audiences personnalisées)

Contenus & formats : ce qui fonctionne sur chaque plateforme

- Sur LinkedIn et FB : types de contenus les plus engageants
- Adapter le message selon la plateforme / audience / contexte
- Bonnes pratiques : branding, design, tonalité, appel à l'action clair

Stratégie croisée Facebook + LinkedIn

- Définir des objectifs clairs (génération de leads, notoriété, recrutement, etc.)
- Plan éditorial et plan media : quelle plateforme pour quel objectif, complémentarité
- Budget & ressources : répartir les efforts, maximiser le ROI
- Mesure de performance : KPIs à suivre, outils d'analyse

CP3 - Manager et animer une équipe (4 jours)

- Manager aujourd'hui : enjeux, rôle et positionnement (2 jours)

- S'affirmer de façon crédible dans son rôle de responsable
- Se positionner clairement vis-à-vis de ses différents interlocuteurs
- S'approprier des bonnes pratiques de communication managériale pour renforcer ses qualités de communicant
- Adapter son leadership avec souplesse à la diversité de ses collaborateurs et des situations rencontrées.

- Animer les différents types d'entretiens managériaux : Entretiens annuels d'évaluation, entretiens professionnels (1 jour)

- Acquérir les méthodes et outils pour mener à bien les entretiens individuels
- Utiliser l'entretien annuel comme outil de management, mais aussi de motivation et de fidélisation
- Différencier sa posture et ses réactions en fonction du type d'entretien

- Disposer des indispensables du droit social (1 jour)

Objectifs

- Acquérir des rudiments de base en droit social
- Intégrer la réglementation sociale dans son management
- Identifier les réflexes et comportements à adopter et ceux à proscrire en tant que manager pour respecter le droit social

CCP2 - METTRE EN ŒUVRE L'OBJET SOCIAL DE LA STRUCTURE

CP4 - Adapter l'offre de la structure à la demande (2 jours)

- Marketing et stratégie commerciale

Objectifs

- Organiser une veille efficace pour suivre les tendances et innovations du marché (benchmark de la concurrence)
- Etudier et analyser les données de marché : critères de segmentation du marché
- Analyser les données clients pour comprendre leurs besoins et comportements
- Définir ou ajuster sa stratégie marketing : positionnement voulu vs perçu, critères de différenciation

- Stratégie tarifaire

Objectifs

- Maîtriser les composantes du coût, marge, seuil de rentabilité : coût complet vs coût marginal
- Appréhender les différentes approches tarifaires : pénétration, écrémage, tarification différenciées, tarification dynamique, offres packagées, promotion
- Savoir choisir et mettre en place différentes stratégies tarifaires selon contexte, marché et objectifs de l'entreprise

CP5 - Organiser et développer la diffusion de l'offre (2 jours)

- De la stratégie marketing au positionnement commercial (1/2 jour)

Objectifs

- Définir les choix de positionnement qui vont guider les actions commerciales
- Mettre en cohérence marketing et vente
- Prioriser les cibles et les segments à traiter

- Construction du Plan d'Action Commercial (1 jour)

Objectifs

- Détailler les actions commerciales : prospection, fidélisation, partenariats, canaux de distribution, communication commerciale
- Définir les moyens : ressources, budget, supports, outils de vente
- Planification dans le temps : calendrier / séquençage des actions

- Fixation des objectifs commerciaux opérationnels (1/2 jour)

Objectifs

- Définir des objectifs quantitatifs et qualitatifs (SMART)
- Contexte vs objectifs : contraintes de marché, ressources humaines et matérielles
- Détermination des indicateurs de performance (KPI commerciaux)
- Traduction des objectifs marketing en objectifs de vente ou prospection

CP6 - Organiser la production (2 jours)

- Stocks et approvisionnements (1 jour)
 - Comprendre l'impact financier des stocks pour éviter surstockage ou rupture : Introduction à la gestion de stocks : Méthode de gestion des stocks, rotation des stocks, taux de couverture
 - Optimiser la gestion des stocks dans le cadre de la production
 - Savoir choisir une stratégie d'approvisionnement adaptée selon les contraintes de production et marché : Flux poussé vs flux tiré, Juste-à-Temps, Kanban
 - Interface avec les fournisseurs et logistique amont
- Approche processus et qualité (1 jour)
 - Approche de la qualité : Définition d'un processus vs procédure vs mode opératoire
 - Articulation des processus (relations client / fournisseur internes)
 - Gestion documentaire des processus
 - Choisir des indicateurs pertinents
 - Surveiller et mesurer les résultats (indicateurs, tableaux de bord)
 - Assurer un pilotage efficace (analyse et optimisation)

CCP3 - ETABLIR ET PRÉSENTER UN RAPPORT D'ACTIVITÉ DE LA STRUCTURE

CP7 - Analyser le bilan de la structure (2 jours)

- Présentation des documents comptables
 - Les états financiers : bilan, compte de résultat, annexe
 - Principes comptables de base : régularité, sincérité, prudence, permanence
 - Différents types de sociétés et impacts sur la structure du bilan (formes juridiques)
- Analyse du bilan : structure & fonctions
 - Savoir lire les éléments du bilan, évaluer la structure financière, la liquidité et la solvabilité :
 - Les rubriques de l'actif : immobilisations, stocks, créances, actif circulant, trésorerie
 - Les rubriques du passif : capitaux propres, dettes financières et d'exploitation, passif circulant
 - Bilan fonctionnel : emplois, ressources stables, fonctionnement, cycle d'exploitation
 - Fonds de roulement, besoin en fonds de roulement, trésorerie nette
 - Diagnostiquer la performance et la santé financière d'une structure à partir de chiffres et indicateurs
 - Principaux ratios de structure (solvabilité, endettement), ratios de liquidité
 - Ratios de rentabilité
 - Ratios d'exploitation (rotation des stocks, délais de paiement clients/fournisseurs)
 - Capacité d'autofinancement (CAF)

CP8 - Analyser le compte de résultat de la structure (2 jours)

- Identifier les leviers de rentabilité
 - Produits et charges : exploitation, financier, exceptionnel
 - Mécanisme des amortissements, des provisions, variation des stocks
 - Soldes intermédiaires de gestion (SIG) : marge commerciale, valeur ajoutée, EBE, résultat d'exploitation, résultat net
 - Analyse des résultats et évolution dans le temps
- Diagnostic financier & interprétation
 - Synthèse des analyses bilan / résultat / ratios
 - Identification des points forts et des risques financiers : liquidité, structure, rentabilité
 - Travail sur des scénarios : que se passe-t-il si BFR augmente, si dettes montent, si marges baissent
- Mise en place de tableaux de bord
 - Définir des indicateurs clés pour la structure
 - Créer un tableau de suivi des indicateurs

CP9 - Rédiger le rapport d'activité de la structure (1 jour)

- Construction du rapport d'activité N-1

A partir des actions menées, des résultats obtenus et des objectifs poursuivis, rédiger un document d'information et de communication qui rend compte de l'activité, de l'organisation et du fonctionnement de la structure.