

PROJET DEMARCHE COMPETENCES IKEA France				
RUBRIQUES	MOTS CLES	NIVEAUX DE FORMATION		
		BAC PRO GESTION	BAC STG	BTS GESTION
INSTRUMENTALISATION DE LA DEMARCHE COMPETENCES Articulation compétences et politique de formation Nouveaux outil RH et process	<ul style="list-style-type: none"> - Besoins et plan de formation - Dialogue social - Entretien d'évaluation - Evolution des emplois - Facteurs de motivation - Nouvelles méthodes de travail - Outils de management 	Pôle GESTION DE L'ENTREPRISE <i>La gestion des ressources humaines</i> . Les besoins en personnel . Le recrutement . La formation et la promotion du personnel <i>Le projet personnel et professionnel</i> . L'accroissement de son potentiel . Les profils du vendeur PÔLE ECONOMIQUE <i>La gestion des ressources humaines</i> . Les besoins en personnel . Le recrutement . La rémunération . La formation et la promotion du personnel PÔLE JURIDIQUE <i>Les dispositions législatives, réglementaires ou conventionnelles en matière de durée du travail, de rémunération et de formation</i> . La rémunération . La formation <i>La représentation et l'action collective des salariés</i> . La négociation collective . Le droit d'expression des salariés . Les syndicats	MANAGEMENT DES ORGANISATIONS - Spécialités "Communication" et "Gestion" <i>4. Le management : organiser la production et répartir le travail</i> 4.2. Les différentes formes d'organisation du travail <i>5. Le management : animer et mobiliser des hommes</i> 5.1. Les différents acteurs et leurs rôles 5.2. La recherche de compétences 5.3. La rémunération et la motivation INFORMATION ET COMMUNICATION - Spécialité "Communication" B. LA COMMUNICATION 1. <i>Les notions de base</i> 1.3. Enjeux de la communication C. L'INFORMATION 1. <i>Définition et les concepts associés</i> 1.3. Rôles de l'information COMMUNICATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES - Spécialité "Communication et gestion des ressources humaines" C. LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES 1. <i>Les spécificités des ressources humaines dans les organisations</i> 2. <i>Le parcours professionnel</i> 2.1. Recrutement 2.2. Gestion de l'évolution professionnelle D. L'ORGANISATION 1. <i>L'organisation, facteur de performance des groupes</i> 2. <i>L'amélioration de la performance</i> 2.1. L'organisation du travail	MERCATIQUE La relation commerciale <i>Le contexte organisationnel de la relation commerciale</i> . l'organisation managériale et les ressources humaines . l'agencement de l'unité commerciale MANAGEMENT COMMERCIAL ET/OU DE L'UNITE COMMERCIALE <i>Le manager de l'unité commerciale</i> <i>Les missions du manager</i> . <i>organisation et coordination de l'unité commerciale</i> . <i>veille managériale</i> . <i>information, animation, mobilisation et accompagnement de l'équipe</i> . <i>contrôle et évaluation des performances individuelles et collectives et de l'UC</i> Le management de l'équipe de l'unité commerciale <i>La valorisation du potentiel de l'équipe commerciale</i> . enjeux . évaluation du potentiel . formation . motivation et stimulation MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES L'organisation de l'équipe <i>Le management de projet</i> . méthodes de conduite de projet . techniques de mise en oeuvre de projet . méthodes d'évaluation de projet Animation d'équipe . Formation . Motivation . Accompagnement individualisé . Gestion des performances individuelles et collectives L'ORGANISATION ET LE MANAGEMENT DE L'ACTIVITE COMMERCIALE <i>Evaluation de la performance commerciale</i> . Mise en place et utilisation d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs de mesure de performance . Evaluation du degré des objectifs et analyse des résultats . Evaluation individuelle et collective des compétences . Formulation de propositions pour améliorer le fonctionnement de l'équipe commerciale <i>Participation à la constitution et à l'organisation de l'équipe commerciale</i> . Définition des missions, profils et statuts adaptés . Confrontation des besoins aux compétences disponibles . Mise en place de la structure de l'équipe commerciale et du réseau . Choix et mise en place d'une organisation et d'une communication interne . Choix et mise en oeuvre des modalités de recrutement et de formation . Suivi des carrières