

# Contenu pédagogique

## 1<sup>ère</sup> partie :

### GENERALITES : 200 heures

#### 1 : Secteur emballage et ses moyens

- ❑ Données générales et ses enjeux

#### 2 : Les besoins en emballage

#### 3 : Les matériaux ( Cartons, les papiers, les sacs, les étiquettes, l'aluminium, acier, plastique, etc ... )

- ❑ Les matières premières
- ❑ Les produits issus des ses matières
- ❑ La conception
- ❑ La fabrication
- ❑ Les techniques d'impression

#### 4 : Supply Chain ou la chaîne d'approvisionnement à travers la logistique.

- ❑ Les flux en production : tendu, tiré, poussé
- ❑ Les stocks services
- ❑ Le juste à temps

#### 5 : Normes, qualités, environnement

- ❑ Normes en vigueur, exigences et suivi
- ❑ Fiche de spécification technique et le cahier des charges
- ❑ Les brevets, une licence d'exploitation

#### 6 : Gestion de projet

- ❑ Analyse de la valeur (remise en cause de l'existant)
- ❑ Les produits nouveaux ( gestion du projet )
- ❑ Cahier des charges fonctionnels, analyse fonctionnelle.

#### 7 : Gestion et Finance :

- ❑ Finances :  
Les conditions de paiement, mode de paiement (traites, billet à ordre,etc...)  
conditions de vente ( remise conjoncturelle, remise sur chiffre d'affaire, etc...)
- ❑ Contrôle de gestion :  
Le compte d'exploitation (prévisionnel et réel)  
La comptabilité générale (clients, fournisseurs)  
Les achats, les prix de revient, prix de vente.
- ❑ Déontologie des affaires :

#### 8 : Communication, techniques de négociation, langue vivante (lexique technique), vocabulaires des métiers.

#### 9 : Notion de stratégie

- ❑ Connaissances du marché, de la concurrence.
- ❑ Suivi de l'innovation (veille technologique, les produits nouveaux)

## 2<sup>ème</sup> partie :

### LES ACHATS ( la demande ) : 100 heures

#### Sa Mission :

*Le responsable des achats négocie et conclut et approvisionne de tous les produits techniques et services nécessaires à la production de l'entreprise et à son bon fonctionnement.*

- 1 : Typologie des acheteurs
- 2 : Les méthodes et procédures d'achats
  - Faire spécifier les besoins des services internes et de production.
- 3 : Elaboration du cahier des charges fournisseurs.
  - Les fiches de spécifications techniques ( fournisseurs et produits)
  - Le CdC Achats
  - Délimitation du prix de revient acceptable
  - Analyse des besoins, engagement annuel
- 4 : Lancement des commandes
  - Négociation avec les fournisseurs en place ( Prix quantité, délais, services.
  - Contrat d'achat et conditions d'achat
  - Etablissement des commandes
- 5 : Recherches de produits nouveaux et de nouveaux fournisseurs.
  - Prospection de nouveaux marchés, recherche d'informations.
  - Mise en concurrence des fournisseurs.
- 6 : Suivi des fournisseurs
  - Notation qualitative
  - Résolution de litiges (recueil des informations nécessaires au suivi des fournisseurs)
  - Contrôle et suivi des livraisons (service –qualité)
- 7 : Stratégie et information
  - Participe à la stratégie de l'entreprise
  - Applique une stratégie ad hoc à ses achats
  - Anticipe et informe sa direction.
  - Force de propositions et d'amélioration.
- 8 : Budget prévisionnel et suivi du budget (le « reporting »)
- 9 : Finances Achats
- 10 : Structure du service Achat
- 9 : Reporting, indicateurs de performance, suivi budgétaire

## 3<sup>ème</sup> partie : LES VENTES (l'offre) : 100 heures

*Sa Mission : Le responsable des ventes ou vendeurs applique la politique commerciale définie par la direction à la quelle il participe. Il est responsable de la réalisation des objectifs arrêtés par la direction.*

***Il prospecte les clients nouveaux, fidélise les clients existants et négocie avec les clients importants.***

1 : Typologie des vendeurs ( caractère, comportement, attitude des vendeurs face aux Acheteurs)

2 : gérer son secteur commercial

- Fixer ses objectifs
- Animer et gérer ses clients
- Analyser ses résultats
- Pratiquer des réajustements nécessaires
- Gestion du temps

3 : Négociation, méthode de ventes et moyens ( bureau d'études, recherche développement)

- Techniques des ventes
- Administration des ventes et bureau d'études

4 : Optimisation des actions et moyens confiés.

5 : Reporting, suivi du budget, indicateur de performance.

**4<sup>ème</sup> partie : 3 mois**

Le stage industriel et soutenance d'un mémoire