

# Trame Pédagogique

## IFAG

TPI

2008-2009

Collection

# Les indispensables

Stratégie  
Gestion financière  
Ressources humaines

Ecole Supérieure de Management  
Business Management School

# IFAG

Strategy  
Financial management  
Human resources

Chers nouveaux Etudiants de l'IFAG,

Vous voici aux premières heures de votre formation à l'IFAG, où la pédagogie suit une progression qui n'est pas le fruit du hasard : votre temps de pratique en entreprise ira ainsi en croissant fortement durant ces 3 années.

De plus, l'importance primordiale de la connaissance de l'Anglais des affaires vous amènera à suivre à l'IFAG trois étapes :

- des cours tout au long des 3 années
- un séminaire intensif en 2ème année (4 semaines - IES Intensive English Seminar)
- semaines dans un pays européen (BEES Business English European Seminar)

Vous arrivez aujourd'hui "étudiant" et vous nous quitterez "professionnel" dans 33 mois environ.

Vous trouverez ci-joint le programme des 3 années et l'explication de la progression pédagogique qui va accompagner votre "essor".

Profitez-en.

Bonnes années à l'IFAG.

**Le Conseil de Direction**



## SOMMAIRE

<b>1 - L'architecture pédagogique du cursus</b> .....	p. 04
1.1 Introduction.....	p. 04
1.2 Le concept d'approche globale de l'entreprise.....	p. 04
1.3 Intégrer les logistiques et les pratiques de l'entreprise.....	p. 06
1.4 Travailler en équipe.....	p. 07
<b>2 - Trois métiers et leurs principaux savoir-faire</b> .....	p. 08
2.1 Tronc commun.....	p. 08
2.2 Responsable opérationnel de centre de profit.....	p. 09
2.3 Pilote de projet.....	p. 09
2.4 Créateur ou repreneur d'entreprise.....	p. 09
<b>3 - Le cursus IFAG</b> .....	p. 10
3.1 Le plan du cursus.....	p. 10
3.2 Les programmes et volumes horaires.....	p. 10
<b>4 - La dotation pédagogique</b> .....	p. 14
4.1 Dotation 1ère année.....	p. 14
4.2 Dotation 2ème année.....	p. 14
4.3 Dotation 3ème année.....	p. 14

Pour mémoire : les calendriers annuels sont présentés ici à titre indicatif et n'ont pas valeur contractuelle.

Chaque Centre pourra, en fonction de la disponibilité des intervenants, apporter des modifications, dans le respect de la pédagogie, de la certification CNCP et des objectifs et de l'esprit IFAG.

## 1 - L'ARCHITECTURE PÉDAGOGIQUE DU CURSUS

### 1.1 INTRODUCTION

La pédagogie de l'IFAG -issue des méthodes de la Formation Continue (ICG)- tout au long de ses 3 années d'études s'appuie sur 3 grands principes et un ensemble d'outils cohérents.

Elle reste fortement liée à son origine : la formation au management stratégique des cadres et dirigeants d'entreprise.

#### A - Les 3 grands principes

- Connaître et comprendre les fonctionnements fondamentaux de l'entreprise en vision globale
- Intégrer progressivement les logiques et les pratiques de l'entreprise en 7 projets, individuels ou collectifs.<sup>(1)</sup>
  - Gestion de projet/développement durable (1A)
  - Étude Marketing terrain ou Audit Fonctionnel en Entreprise réelle (1A)
  - Mission professionnelle en entreprise réelle (1A)
  - Diagnostic stratégique d'une entreprise en activité (2A)
  - Projet de création d'entreprise (3A)
  - Emploi CDI/CDD en 3ème année et son mémoire professionnel avec préparation à l'emploi (IPRO)
  - Le cas final de SPE, Stratégie et Pilotage d'Entreprise : Epreuve de synthèse managériale
- Le travail en équipe pluridisciplinaire

#### B - Une dotation pédagogique performante et unique : 16 manuels méthodologiques, (voir page 14).

- 4 ouvrages de référence en matière de Pilotage de Projet, Création d'Entreprise, Diagnostic Stratégique et Management
- 2 manuels méthodologiques spécifiques à l'IFAG : ils détaillent, en appui de la pédagogie ci-dessus, les apports méthodologiques et les compétences à acquérir tout au long des 3 années de l'IFAG (voir page 19).

<sup>(1)</sup> L'IFAG est la seule Ecole Supérieure de Management et Gestion qui conjugue l'ensemble de ces 7 exercices pratiques. Vous apprendrez enfin à les utiliser dans votre activité professionnelle.

### 1.2 LE CONCEPT D'APPROCHE GLOBALE DE L'ENTREPRISE

Toute la pédagogie de l'IFAG repose sur le concept d'Approche Globale de l'Entreprise, en relation avec son environnement.

Votre réussite future en tant que Manager dans une entre-

prise repose sur la construction des modes de pensée en vision globale. Elle se fera progressivement tout au long de la formation.

- Vous rencontrerez d'abord les termes de : stratégie, DAS (Domaine d'Activité Stratégique), segmentation stratégique, vision globale, etc.
- Vous en intégrerez ensuite les définitions.

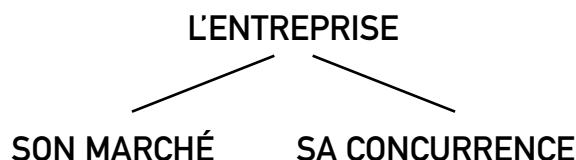
#### A - Les principes de l'approche globale de l'entreprise

Vous garderez à l'esprit et appliquerez les grands principes suivants lors de vos travaux :

Gestion de Projet en développement Durable, Mission Professionnelle, Projet de Création d'Entreprise, Diagnostic Stratégique, Mémoire Professionnel, Stratégie et Pilotage d'Entreprise, etc.

En effet :

- Une entreprise doit répondre à un ou plusieurs besoins de son environnement.
- Une entreprise n'existe de façon durable que lorsque ses recettes sont supérieures à ses dépenses.
- Dans un environnement et un contexte donnés, on regarde toujours en premier lieu l'interaction entre :



- On cherche à identifier les forces et faiblesses relatives de l'entreprise par rapport aux attentes du marché et aux pratiques de ses concurrents. Ces forces et faiblesses résultent des savoir-faire différenciateurs qui découlent de la maîtrise relative de certains facteurs clés du succès (FCS).

■ On cherche à construire des voies possibles stratégiques ou opérationnelles, cohérentes avec la stratégie en cours et respectueuses du cadre de référence des dirigeants.

■ Puis on valide dans chacun des grands domaines de l'entreprise la pertinence et la faisabilité de l'opérationnalisation des préconisations.

■ Pour cela on traite les interactions entre :

- l'environnement et l'entreprise : état des lieux, contraintes, risques de rupture
- l'interne et l'externe à partir des grands constituants internes de l'entreprise.
- Marketing : on s'impose de partir des attentes et contraintes des marchés
- Technique - Production - Organisation : à partir des validations marketing retenues, contraintes internes.
- Gestion Financière : en analyses successives à partir des

interactions entre le Marketing et la Technique

- Management et Ressources humaines : conformément au cadre de référence des dirigeants et aux orientations stratégiques retenues
- Juridique et Fiscalité : pour garantir la cohérence de l'ensemble conformément aux lois, règles, etc.

■ On regarde de façon transversale 4 points particuliers :

- la qualité
- l'informatique : au service de l'ensemble et jamais comme un pôle (qui aurait alors tendance à devenir hégémonique, véritable Etat dans l'Etat, perdant de vue qu'il est au service de chaque entité de l'entreprise)
- la communication interne : moyen indispensable pour transformer la stratégie en plans d'action et réguler les tensions internes.
- le pilotage de projet : moyen opérationnel de mener à terme, conformément aux orientations et aux objectifs, l'opérationnalisation de tout ou partie de la stratégie à chacun des différents niveaux de l'entreprise.

■ Chaque exercice pratique, au cours des 3 années à l'IFAG, vous permettra d'atteindre le niveau de performance attendu par les entreprises dans le développement des compétences suivantes :

- Capacité à travailler en groupe
- Maîtrise de l'expression orale
- Maîtrise de l'expression écrite
- Pensée analytique
- Pensée synthétique
- Résolution de problèmes
- Pertinence des propositions
- Applications correctes et adéquates des concepts, méthodes et outils enseignés au cours de la formation
- Prise de décisions pertinentes

## B - Les grands constituants internes

■ Marketing et commercial

- Comprendre les marchés : identifier les «couples produits/marchés» stratégiques
- Comprendre la concurrence : identifier les forces et faiblesses relatives de l'entreprise par rapport aux pratiques des concurrents
- Comprendre les démarches commerciales : quelle distribution ? Quel prix de vente ? Quelle communication commerciale ?

■ Technique, production et logistique

- Maîtrise des technologies
- Maîtrise de la production et de la logistique
- Organisation cohérente pour produire les quantités nécessaires dans une «qualité» donnée en fonction du marché et des démarches de commercialisation

- Maîtrise des achats en relation avec les différents fournisseurs, en relation avec les démarches de production et de commercialisation
- Maîtrise des contraintes de stockage en amont et en aval de la production en relation avec les achats et la commercialisation

Regarder toujours l'impact de ces choix sur la trésorerie et la gestion

■ Gestion, finance

- Maîtrise et respect des règles comptables de base
- Maîtrise des raisonnements et outils de la Gestion Financière (analyse des SIG : soldes intermédiaires de gestion)
- Maîtrise des raisonnements et outils de la Gestion Budgétaire
- Maîtrise des raisonnements et outils des Financements des différentes activités de l'entreprise, à court terme et à long terme, en intégrant la notion de Retour sur investissement
- Maîtrise des raisonnements et outils du Contrôle analytique des coûts en relation avec les prix de revient, prix du marché et prix de vente

• Maîtrise des raisonnements et outils de la Gestion de la trésorerie y compris gestion prévisionnelle de trésorerie

**Toute la force et l'originalité de la démarche «Approche globale» IFAG repose sur la validation interactive des options stratégiques et opérationnelles par la gestion, à partir d'un réalisme Marketing et Technique**

■ Management stratégique

- Comment construire et valider les orientations stratégiques et comment piloter l'opérationnalisation de la stratégie, face : au marché, au cadre de référence des dirigeants, aux caractéristiques des Relations Humaines, (après avoir identifié les forces et faiblesses de l'entreprise relatives aux attentes du marché et aux pratiques des concurrents)
- Raisonner en évolution des RH (recrutement, formation) par rapport à la stratégie de l'entreprise et les pratiques des concurrents

■ Juridique et fiscalité

Intégrer les contraintes du cadre juridique et fiscal dans la construction et la mise en œuvre de la stratégie, de façon transversale dans chacun des différents points précédents :

- Quelles lois ?
- Quelles réglementations ?
- Quelles habitudes culturelles et sociales interne-externe, individuelles ou groupales contraignent ou favorisent la stratégie de l'entreprise et son opérationnalisation ?
- Quel impact sur les coûts, les prix, les salaires, les investissements, la fiscalité ?
- Quelles précautions prendre sous forme de brevets, de contrats, de structures juridiques... pour accroître ou garantir la performance de l'entreprise, sa sécurité et sa pérennité ?

### 1.3 INTEGRER LES LOGIQUES ET LES PRATIQUES DE L'ENTREPRISE : LES BASES DE LA PEDAGOGIE PROGRESSIVE DE L'IFAG

- L'IFAG permet à ses étudiants de s'approprier et de mettre en œuvre progressivement des démarches d'Approche Globale de l'Entreprise dans une méthodologie rigoureuse et originale.

- Afin de garantir la cohérence de l'ensemble de cette démarche pour les 7 piliers pédagogiques de cette approche, (vous reporter aux outils originaux et exclusifs que sont les différents Manuels Méthodologiques IFAG) l'IFAG a harmonisé les concepts, les méthodes, les outils et les pratiques des différents acteurs qui interviennent tout le long de la formation.

#### A - Gestion de projet/développement durable en entreprise réelle

L'approche qualité est étudiée par :

- Ses fondamentaux : le process qualité et les certifications (ISO, AFAQ)
- Les principes et outils du Pilotage de Projet
- Un cas d'exécution pratique dans une entreprise
- Exercice qui sera utilisé régulièrement dans la vie de l'entreprise
- Première présentation orale et écrite collective
- Premier exercice de travail en équipe

Le gestion de projet en Développement Durable (GPDD) se conclut par un challenge National « Les Eco Trophées ».

#### B - Étude marketing terrain en entreprise réelle

- L'exercice permet de comprendre les relations Marché/Entreprise/Concurrence à partir des concepts/méthodes /outils du Marketing et du Merchandising
- Deuxième présentation orale et écrite collective
- Deuxième exercice de travail en équipe

#### C - Mission professionnelle en entreprise

Premier contact avec l'entreprise en vision globale

- Elle permet de comprendre les relations entre l'entreprise et son environnement depuis une fonction particulière
- Premier diagnostic avec préconisations opérationnelles et mise en œuvre de solutions adaptées
- Première présentation orale et écrite individuelle en interaction forte avec le Projet Professionnel Personnalisé

#### D - Diagnostic stratégique d'entreprise

Premier exercice de diagnostic stratégique en vision globale

- Il permet de comprendre les relations entre l'entreprise, son marché et sa concurrence pour construire des scénarios stratégiques
- Intégration forte de la dimension humaine, cadre de référence des dirigeants et caractéristiques des salariés,

dans les préconisations stratégiques et opérationnelles

- Deuxième diagnostic avec préconisations opérationnelles et mise en œuvre de solutions adaptées
- Troisième présentation orale et écrite collective
- Troisième exercice de travail en équipe

Le «DIAG» se conclut par une compétition interne inter-centres : «Le Grand Prix du DIAG »

#### E - Projet de création d'entreprise (KCREA) de 3 année

- Le concept d'Approche Globale de l'Entreprise est ici appliqué dans une entreprise avec une problématique concrète
- L'exercice permet une approche qui sera utilisée jusqu'à devenir le mode de pensée indispensable à toute réflexion opérationnelle ou stratégique des futurs professionnels que vous serez en sortant de l'IFAG
- Quatrième présentation orale et écrite collective
- Quatrième exercice de travail en équipe (vie en groupe, résolution des conflits...)

Cet exercice se conclut par un challenge National : Le Trophée IFAG de la Création d'Entreprise

#### F - Businessse english european seminar/BEES

- La présentation orale finale, individuelle, conclue 3 semaines de conférences, visites d'entreprises et cours d'anglais
- L'objectif de cette présentation est d'évaluer les progrès à l'oral de l'étudiant au terme de ce séjour dans un pays de langue anglaise
- A l'aide d'un powerpoint de présentation, l'étudiant devra comparer le monde des affaires en France et en Europe
- Deuxième présentation orale et écrite individuelle
- (Ce séjour vient à la suite de 4 semaines d'anglais intensif : le programme IES)

#### G - Stratégie et pilotage d'entreprise

SPE 2ème Année et Examen final 3ème Année

La Stratégie et Pilotage d'Entreprise se décompose en 2 parties :

- Un cours de SPE de 2ème et 3ème Années qui entretient des liens étroits avec le diagnostic stratégique et prépare l'examen de SPE de 3ème Année
- Un examen final de SPE individuel en 3ème année qui fait l'objet d'une préparation spécifique (4 journées)

■ Cours SPE 2ème et 3ème Années

- Moment théorique fort d'Approche Globale de l'Entreprise en interaction avec la dimension stratégique de l'entreprise

- Il permet de s'approprier et consolider concepts, méthodes et outils de la stratégie et politique générale d'entreprise
- Il permet de regarder comment ces concepts et outils s'appliquent pour les PME et les Grandes Entreprises.

## ■ Epreuve de Synthèse Managériale SPE 3ème Année (Examen final)

- Évaluation individuelle en fin de formation de la maîtrise de l'Approche Globale de l'Entreprise, appliquée à la réflexion stratégique et politique dans l'entreprise : « Comprendre une entreprise dans un contexte concurrentiel, construire et valider des préconisations stratégiques court/moyen terme »
- Synthèse écrite individuelle de l'ensemble des enseignements de l'IFAG
- L'examen final est un cas d'entreprise spécifique à l'IFAG : il est issu d'un précédent Diagnostic Stratégique –de plus de 2 ans– réécrit en «épreuve de synthèse managériale»
- Cet exercice va jusqu'aux préconisations chiffrées. Il intègre tous les aspects opérationnels (finances, marketing, vente, ressources humaines, juridique)
- Troisième diagnostic avec préconisations opérationnelles et mise en œuvre de solutions adaptées
- Troisième présentation écrite individuelle

## H - Mémoire final

- Dernier travail individuel en approche globale, synthèse des travaux précédents
- Dernier point sur la construction et validation des orientations du Projet Professionnel Personnalisé :
- Comprendre les relations entre l'entreprise, son environnement, son marché, sa concurrence, le cadre de référence des dirigeants, ses forces et faiblesses relatives et sa stratégie
- Diagnostic approfondi depuis une fonction particulière
- Préconisation et mise en œuvre en tenant compte de la stratégie et des forces et faiblesses de l'entreprise
- Evaluation de la mise en œuvre
- Vision prospective court et moyen terme
- Mise en œuvre des principaux concepts, méthodes et outils de la formation en vision globale
- Quatrième présentation individuelle orale et écrite
- Dernière évaluation de l'interaction entre l'étudiant et l'entreprise

## 1.4 TRAVAILLER EN EQUIPE

Les entreprises attendent des managers capables :

- de mettre en œuvre des stratégies en se coordonnant avec les autres acteurs responsables de chacun des sous-systèmes de l'entreprise
- de piloter des équipes de tailles diverses.

Pour préparer les étudiants à leurs futures responsabilités, l'IFAG propose :

### A - Un ensemble de travaux vécus en équipe :

- Gestion de Projet/Développement durable
- Étude terrain Marketing
- Diagnostic Stratégique d'Entreprise
- Cas de Création d'Entreprise
- Diverses simulations et études de cas collectives tout le long de la formation.

### B - Des outils méthodologiques

- Techniques de Travail en Equipe
- Communication efficace en situation professionnelle
- Management stratégique et opérationnel

### C - A serious training in «Business English» :

- English lessons (3 years)

- Intensive seminar (4 weeks) / IES
- Business English Seminar trip (3 weeks) / BEES

### D - Des mises en situation professionnelles faisant l'objet d'une présentation orale et écrite :

- Mission Professionnelle en Entreprise 1ère année
- Emploi CDI / CDD en 3ème année

### E - Une dotation d'ouvrages

- Le Guide du Chef de projet - Tanguy Le Dantec - Editions Maxima (Collection IFAG)
- Principes du Marketing - Editions Pearson
- Le grand guide pratique pour se mettre à son compte Stanislas Engrand - Editions Maxima (Collection IFAG)
- Stratégique - Editions Pearson
- Les Grandes Théories du Management - Carole Kennedy - Editions Maxima (Collection IFAG)

### F - Une série de challenges inter-centres

- Ecotrophées en 1ère année (Gestion de Projet / Développement Durable)
- Grand Prix du Diagnostic Stratégique en 2ème année
- Trophée IFAG de la création d'entreprise en 3ème année

## 2 - TROIS MÉTIERS ET LEURS PRINCIPAUX SAVOIR-FAIRE

Pour chacun des 3 métiers principaux auxquels l'IFAG va vous préparer :

- Responsable Opérationnel de Centre de Profit
- Pilote de Projet
- Créateur ou Repreneur d'Entreprise

### 2.1 TRONC COMMUN

Nous avons mis en parallèle :

- les compétences spécifiques requises dans chacun de ces métiers
- les modalités pédagogiques utilisées pour faciliter l'appropriation de ces connaissances et le développement des compétences indispensables à l'exercice de chacun de ces 3 métiers.

Compétences spécifiques requises	Modalités pédagogiques
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Analyser en termes de risques et opportunités relatives les différents contextes de l'entreprise avant toute décision stratégique ou opérationnelle</li> <li>■ Connaître et comprendre les marchés nationaux et internationaux</li> <li>■ Analyser les coûts et en tirer les conséquences opérationnelles</li> <li>■ Construire et suivre les budgets prévisionnels</li> <li>■ Mesurer les incidences juridiques et fiscales des décisions</li> <li>■ Maîtriser l'outil informatique (Word, Excell, Power Point, Access, Internet)</li> <li>■ Maîtrise des langues (priorité à l'anglais des Affaires)</li> <li>■ Connaître ses caractéristiques personnelles et développer des compétences et un style de management pertinent dans son propre contexte professionnel</li> <li>■ Construire son projet professionnel et préparation à l'accès à l'emploi</li> <li>■ S'approprier et mettre en œuvre les techniques et démarche de commercialisation</li> <li>■ Acquérir les comportements professionnels</li> <li>■ Gérer son temps</li> <li>■ Organiser son travail</li> <li>■ Animer un groupe</li> <li>■ Écrire et calculer en entreprise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Etudes stratégiques d'entreprises en vision globale</li> <li>■ Simulations informatisées</li> <li>■ Etudes Marketing Terrain (1<sup>er</sup>A)</li> <li>■ Diagnostic d'entreprise, cours études de marché, KCréa</li> <li>■ Cours de Gestion, Comptabilité Générale et Analytique, Analyse Financière, Contrôle de gestion, Reporting</li> <li>■ Cours de Gestion Budgétaire, Kcréa, Diagnostic</li> <li>■ Cours de Fiscalité, Droit, Kcréa, Diagnostic</li> <li>■ Cours, mise en œuvre des différentes soutenances (Kcréa, Mission Professionnelle en Entreprise, Diagnostic, Etudes - Merchandising et Marketing, Pilotage de Projet Développement Durable, Mémoire professionnel)</li> <li>■ Cours, TOEIC, 4 semaines de Business English Intensif (IES)</li> <li>■ Stage optionnel de 1<sup>ère</sup> année : pays de langue anglaise</li> <li>■ 3 semaines «Business English European seminar» (BEES) en anglais</li> <li>■ 3<sup>e</sup> Année à l'étranger : Mémoire en anglais</li> <li>■ Travailler en équipe</li> <li>■ Formation au management</li> <li>■ Bilan d'évolution, Tests psychotechniques, etc.</li> <li>■ Techniques de recherche d'emploi</li> <li>■ Validation du projet professionnel en conformité avec les résultats scolaires</li> <li>■ Mise en œuvre personnelle avec suivi</li> <li>■ Négociation</li> <li>■ Mise en œuvre du Plan d'Action Commerciale</li> <li>■ Commerce International</li> <li>■ Management et Gestion du temps</li> <li>■ Techniques de Travail en Equipe</li> <li>■ Communication efficace en situation professionnelle</li> <li>■ Lecture rapide</li> </ul>

## 2.2 RESPONSABLE OPÉRATIONNEL DE CENTRE DE PROFIT

Compétences spécifiques requise	Modalités pédagogiques
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Développer une vision globale</li> <li>■ Entreprise</li> <li>■ Économie</li> <li>■ Management - Environnement - Social</li> <li>■ Capacité à mettre en œuvre des orientations stratégiques et à les traduire en plan d'action</li> <li>■ Animer et motiver une équipe opérationnelle en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, sa culture et l'environnement économique du moment</li> <li>■ Construction et utilisation des outils de pilotage opérationnel (tableau de bord)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Approche globale</li> <li>■ Kcréa, Diagnostic, Stratégie et Pilotage d'Entreprise</li> <li>■ Mémoire professionnel</li> <li>■ Pilotage de Projet Développement Durable</li> <li>■ Etudes de cas, formation en management, techniques de travail en équipe, communication efficace en situation professionnelle Tableau de bord</li> <li>■ Gestion de projets (gestion budgétaire, contrôle de gestion)</li> </ul>

## 2.3 PILOTE DE PROJET

Compétences spécifiques requise	Modalités pédagogiques
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Concevoir et mettre en œuvre un projet et prendre les décisions correctrices</li> <li>■ Intégrer et mettre en œuvre les contraintes de "qualité"</li> <li>■ Construction et utilisation des outils de pilotage opérationnel (tableau de bord)</li> <li>■ Mise en œuvre du Plan d'Action Commerciale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ KCréa, Diagnostic</li> <li>■ Etudes Marketing, Pilotage de Projet et Qualité</li> <li>■ Activités associatives</li> <li>■ Méthodologie de gestion de projet</li> <li>■ Mission professionnelle en entreprise</li> <li>■ Projets associatifs</li> <li>■ Mémoire professionnel</li> <li>■ Construire un PAC et l'exécuter</li> <li>■ Etude Marketing</li> </ul>

## 2.4 CRÉATEUR OU REPRENEUR D'ENTREPRISE

Compétences spécifiques requise	Modalités pédagogiques
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Evaluer la pertinence d'un projet par rapport au marché, à la concurrence, à la rentabilité et à la pérennité de la structure</li> <li>■ Construire et justifier un « business plan » auprès des différents interlocuteurs</li> <li>■ Développer une capacité de diagnostic et de proposition stratégique cohérente avec le cadre de référence du dirigeant</li> <li>■ Les logiques de marché</li> <li>■ Les contraintes d'environnement</li> <li>■ Les spécificités de l'entreprise</li> <li>■ Construction et utilisation des outils de pilotage stratégique (tableau de bord)</li> <li>■ Animer et motiver une équipe de managers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Diagnostic Stratégique (Méthodologie IFAG)</li> <li>■ Etude Merchandising, Marketing</li> <li>■ Stratégie et Pilotage d'Entreprise, Approche globale</li> <li>■ Contrôle de gestion</li> <li>■ Kcréa</li> <li>■ «Business Plan», Analyse financière</li> <li>■ Mémoire professionnel</li> <li>■ Simulations informatisées</li> <li>■ Contrôle de gestion</li> <li>■ "Tableau de bord stratégique"</li> <li>■ Management Stratégique et Opérationnel</li> <li>■ Développement personnel</li> <li>■ Projet professionnel</li> <li>■ Bilan d'évaluation</li> </ul>

### 3 - LE CURSUS IFAG

#### 3.1 LE PLAN DU CURSUS

	Oct.	Nov.	Déc.	Jan.	Fév.	Mars	Avr.	Mai	Juin	Juill.	Aout	Sept
1ère année	GESTION DE PROJET DEVELOPPEMENT DURABLE				ÉTUDE MARKETING TERRAIN AUDIT FONCTIONNEL				MISSION PROFESSIONNELLE EN ENTREPRISE			
	COURS											
2ème année	DIAGNOSTIC								BUSINESS ENGLISH IES	EUROPEAN BUSINESS PRACTICE BEES		
	COURS											
3ème année	9 MOIS CDD/CDI											
	KCREA								EXAMEN FINAL			
	COURS				ÉLABORATION MÉMOIRE FINAL					SOUTENANCE MÉMOIRE		

#### 3.2 PROGRAMMES ET VOLUMES HORAIRES

##### A - Volume horaire des 3 années

SYNTHESE PROGRAMME PEDAGOGIQUE IFAG LM / 2008-2009									
MATIÈRE	Heures FFP	Heures TE	Heures Evaluation	Total Enseignement	Heures TI	Heures entreprise	TOTAL Heures	%	Crédits
1ère Année	461,00	207,00	47,00	715,00	393,00	484,00	1592,00	31,9%	60
2ème Année	451,50	312,00	54,00	817,50	328,50	122,00	1 268,00	25,4%	60
3ème ANNEE	372,50	153,50	32,50	558,50	217,00	1 350,00	2 125,50	42,6%	60
	1 285,00	672,50	133,50	2 091,00	938,50	1 956,00	4 985,50	100%	180

## B - Volume horaire 1ère année

PROGRAMME PEDAGOGIQUE GENERAL 2008 - 2009									
MATIÈRE	Heures FFP*	Heures TE*	Heures Evaluation	Total Enseignement	Heures TI*	Heures entreprise	TOTAL Heures	%	Crédits
Gestion de projet/ Développement Durable	46,00	67,00	4,00	117,00	12,00	14,00	143,00	9%	6
Approche globale de l'entreprise	10,50	20,00	2,00	32,50	8,00	0,00	40,50	3%	2
Comptabilité	52,50	14,00	5,00	71,50	10,00	0,00	81,50	5%	5
Gestion-Finance	52,50	8,00	5,00	65,50	10,00	0,00	75,50	5%	5
Marketing/vente/ merchandising/ publicité	80,50	24,00	9,00	113,50	40,00	34,00	187,50	12%	7
Étude marketing terrain *	25,50	44,00	1,00	70,50	26,00	16,00	112,50	7%	5
Audit fonctionnel*	25,50	48,00	1,00	74,50	26,00	16,00	116,50	7%	5
Juridique/fiscalité	45,50	0,00	3,00	48,50	21,00	0,00	69,50	4%	4
Développement personnel	15,00	8,00	0,00	23,00	16,00	0,00	39,00	2%	1
Logistique	17,50	0,00	2,00	19,50	8,00	0,00	27,50	2%	1
Économie	21,00	14,00	5,00	40,00	20,00	0,00	60,00	4%	2
Langues	70,00	0,00	8,00	78,00	80,00	0,00	158,00	10%	6
Informatique	10,50	8,00	2,00	20,50	80,00	0,00	100,50	6%	2
Mission professionnelle en entreprise	14,00	0,00	1,00	15,00	62,00	420,00	497,00	31%	0
Sports				0,00	80,00		80,00	5%	14
Association-projets (Bonus)		24,00	0,00	24,00	24,00	0,00	48,00	3%	(1)
<b>TOTAL</b>	461,00	207,00	47,00	715,00	393,00	484,00	1592,00	100%	60
<b>%</b>	29%	13%	3%	45%	25%	30%	100%		

\* FFP : Face à face pédagogique, TE : Travail en équipe, TI : Travail individuel

## C - Volume horaire 2ème année

PROGRAMME PEDAGOGIQUE GENERAL 2008 - 2009									
MATIÈRE	Heures FFP	Heures TE	Heures Evaluation	Total Enseignement	Heures TI	Heures entreprise	TOTAL Heures	%	Crédits
Diagnostic stratégique	28,00	156,50	1,00	185,50	34,00	120,00	339,50	27%	16
Stratégie et management d'entreprise	63,0	22,0	6,0	91,0	22,0	0,0	113,0	9%	6
Gestion	49,0	0,0	5,0	54,0	16,0	0,0	70,0	6%	5
Finance	56,0	14,0	8,0	78,0	20,0	0,0	98,0	8%	5
Marketing/vente	31,5	28,0	5,0	64,5	14,0	0,0	78,5	6%	8
Management des ressources humaines	28,0	7,0	1,0	36,0	13,0	2,0	51,0	4%	4
Commerce international	17,5	0,0	2,0	19,5	12,0	0,0	31,5	2%	1
Juridique international	24,5	0,0	2,0	26,5	20,0	0,0	46,5	4%	2
Intensiv english seminar	66,0	40,5	11,5	118,0	25,5	0,0	143,5	11%	5
Langues	60,0	0,0	8,0	68,0	80,0	0,0	148,0	12%	4
Informatique	28,0	20,0	4,5	52,5	48,0	0,0	100,5	8%	4
Sports				0,0			0,0	0%	
Association-projets (Bonus)	0,0	24,0	0,0	24,0	24,0	0,0	48,0	4%	0 à 3
<b>TOTAL</b>	451,50	312,0	54,0	817,5	328,5	122,0	1268,0	100%	60
<b>%</b>	36%	25%	4%	64%	26%	10%	100%		

## D - Volume horaire 3<sup>e</sup> année

PROGRAMME PEDAGOGIQUE GENERAL 2008 - 2009									
MATIÈRE	Heures FFP	Heures TE	Heures Evaluation	Total Enseignement	Heures TI	Heures entreprise	TOTAL Heures	%	Crédits
Business english european seminar	89,5	0,0	0,5	90,0	15,0	15,0	120,0	6%	4
Insertion professionnelle (3 <sup>e</sup> A)	21,0	9,0	0,5	30,5	31,0	35,0	96,5	5%	3
Projet de création d'entreprise	59,5	105,0	1,0	165,5	12,0	0,0	177,5	8%	13
Management d'un centre de profit	35,0	3,5	2,5	41,0	2,0	0,0	43,0	2%	3
Approfondissement gestion	24,5	12,0	3,0	39,5	12,0	0,0	51,5	2%	2
Advanced marketing	21,0	16,0	3,0	40,0	24,0	0,0	64,0	3%	2
Approfondissement GRH	21,0	8,0	3,0	32,0	8,0	0,0	40,0	2%	2
Spécialisation gestion (Option)(1)	28,0	0,0	0,0	28,0	8,0	0,0	36,0	2%	3
Spécialisation marketing (Option) (1)	28,0	7,0	2,0	37,0	12,0	0,0	49,0	2%	3
Spécialisation GRH (Option)(1)	14,0	3,5	0,0	17,5	16,0	0,0	33,5	2%	3
Séminaires libre choix	14,0	0,0	1,0	15,0	0,0	0,0	15,0	1%	1
Filières métiers	35,0	0,0	0,0	35,0	0,0	0,0	35,0	2%	3
Filière internationale (1)	70,0	0,0	7,0	77,0	0,0	0,0	77,0	4%	6
Épreuve de synthèse managériale	21,0	0,0	16,0	37,0	18,0	0,0	55,0	3%	12
Emploi 9 mois	3,0	0,0	2,0	5,0	87,0	1 300,0	1 392,0	65%	12
<b>TOTAL</b>	<b>372,5</b>	<b>153,5</b>	<b>32,5</b>	<b>558,5</b>	<b>217,0</b>	<b>1350,0</b>	<b>2125,5</b>	<b>1,0</b>	<b>60</b>
<b>%</b>	<b>18%</b>	<b>7%</b>	<b>2%</b>	<b>26%</b>	<b>10%</b>	<b>64%</b>	<b>100%</b>		

## 4 - DOTATION PÉDAGOGIQUE

La cohérence pédagogique de la formation IFAG est renforcée par une dotation d'ouvrages et de manuels méthodologiques garantissant l'appropriation homogène pour tous les centres et tous les étudiants des concepts, des méthodes et des outils.

### 4.1 DOTATION 1<sup>ÈRE</sup> ANNÉE

Semestre	Distribution	Titre
S1	Octobre	Approche Globale de l'Entreprise : AGE 1A
S1	Octobre	Techniques de Travail en Equipe : TTE1A
S1	Octobre	Gestion de Projet/Développement Durable : GPDD1A
S2	Février/Mars	Etude Marketing Terrain : EMT1A
S2	Février/Mars	Mission Professionnelle 1ère Année : MPE1A

2 Ouvrages de base, «fil rouge de la 1ère année» :

- Le guide du Chef de Projet -Tanguy Le Dantec- Éditions Maxima (Collection IFAG)
- Les principes du marketing -Kotler, Dubois- Ed.Pearson

### 4.2 DOTATION 2<sup>E</sup> ANNÉE

Semestre	Distribution	Titre
S3	Octobre	Approche Globale de l'Entreprise : AGE 2A
S3	Octobre	Diagnostic - Étude Stratégique d'Entreprise : DIAG2A
S4	Janvier	Management Stratégique, Opérationnel et Relationnel : MSOR2A

1 Ouvrage de base, «fil rouge de la 2ème année» STRATÉGIQUE

### 4.3 DOTATION 3<sup>E</sup> ANNÉE

Semestre	Distribution	Titre
S5	Septembre	Projet de Création d'Entreprise – KC3A
S5	Septembre	Techniques de Communication Professionnelle en Entreprise : TCPE3A
S5	Septembre	Emploi Salarié 3ème année : EMP3A
S6	Mai/Juin	Épreuve de Synthèse Managériale : ESM3A

2 Ouvrages de base, «fil rouge de la 3ème année» :

- Le grand guide pratique pour se mettre à son compte – Stanislas Engrand – Editions Maxima (Collection IFAG)
- Les grandes Théories du Management -Carole Kenndy- ed. Maxima (Collection IFAG)





[www.ifag.com](http://www.ifag.com)

