

Public

- Tout public
- Candidat positionné sur un parcours de formation modulaire du REL

Prérequis

- Sans objet

Modalités d'admission

- Sans objet

Durée

- 14 heures

Modalités et méthodes pédagogiques

- Présentiel et/ou distanciel
- Alternance de séances de face à face, individualisation, activités en autonomie, simulation, ludo-pédagogie, ...

Qualité des formateurs

- Formateurs experts métier ayant validé un parcours de qualification pédagogique et professionnels en activité

Documents remis

- Certificat de réalisation
- Attestation de fin de formation

Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter le référent Handicap local afin d'étudier les possibilités de suivre la formation

Nous contacter

www.aftral.com
0809 908 908



STRATEGIE LOGISTIQUE

Objectifs généraux

- ◆ Identifier les concepts de base des stratégies organisationnelles
- ◆ Déterminer les principales caractéristiques des stratégies de la fonction achat

Les plus de la formation



- ◆ Des moyens matériels performants et innovants
- ◆ Une formation active et inter active avec des cas pratiques
- ◆ Remise d'une documentation complète et ciblée

Mode d'évaluation des acquis

- ◆ Evaluation en cours de formation sous la forme de mises en situation et/ou quizz

Validation

- ◆ Attestation de formation
- ◆ Niveau : 6
- ◆ Possibilité de valider un/des blocs de compétences : Sans objet
- ◆ Equivalences, passerelles, débouchés : Sans objet
- ◆ Code RS/RNCP : Non inscrit
- ◆ Code Certif Info : Non éligible

Agrément

- ◆ Sans objet

PROGRAMME

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
1	Identifier les objectifs et étapes de la formation	/
■ Vérification du respect des prérequis ■ Présentation du centre, de l'équipe pédagogique et des moyens matériels ■ Présentation de la formation ■ Modalités pratiques ■ Tour de table		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
2	Intégrer les concepts de stratégie organisationnelle	14 h 00
		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES
▪ Fondement de la politique générale et cadre stratégique de l'entreprise - Définition de la stratégie d'entreprise - Segmentation stratégique - Stratégies intra-secteurs - Stratégie de coûts - Stratégies de différenciation - Stratégies de spécialisation - Stratégies inter-secteurs - Diversification - Intégration verticale - Stratégies de globalisation - Coopération et les alliances stratégiques - Partenariats entre firmes non concurrentes - Alliances entre concurrents : les alliances stratégiques ▪ Critères d'évaluation des fournisseurs - Les missions, politiques et stratégies de la fonction achats - Définitions - Missions - Stratégie de la fonction achats - Evolution des achats - Les stratégies d'entreprise et leur impact sur les achats - Les différents stades d'évolution de la fonction - Les principaux modes d'organisation - Les enjeux de la performance - Les relations externes et internes - Coopérer avec les fournisseurs ou les mettre en concurrence ? - Les clés de réussite du partenariat - La politique d'externalisation - Les relations transverses avec les autres fonctions de l'entreprise		Salle équipée d'un ensemble multimédia Salle informatique Ressources pédagogiques

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
3	Bilan et synthèse de la formation	/
▪ Bilan de la formation ▪ Synthèse du stage ▪ Evaluation de satisfaction de la formation		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES
		Salle équipée d'un ensemble multimédia