

Public

- Tout public

Prérequis

- Sans objet

Modalités d'admission

- Sur dossier et entretien de motivation

Durée

- 665 heures + 105 heures période en entreprise

Modalités et méthodes pédagogiques

- Présentiel
- En langue française
- 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
- Intervenants professionnels

Documents remis

- 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



TITRE PROFESSIONNEL MANAGER D'UNITE MARCHANDE

Objectifs généraux

- ◆ Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal
- ◆ Optimiser la performance économique et la rentabilité financière de l'unité marchande
- ◆ Manager l'équipe de l'unité marchande

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, études de cas, quizz, ...
- ◆ Evaluation finale sanctionnée par le passage d'un examen (évaluation par un jury de professionnels)

Validation

- ◆ Titre Professionnel de Manager d'Unité Marchande si résultat positif
- ◆ Niveau : 5
- ◆ Possibilité de valider un/des blocs de compétences : Oui
- ◆ Equivalences, passerelles, débouchés : <https://certificationprofessionnelle.fr/recherche/rncp/38676>
- ◆ Code RNCP : 38676
- ◆ Certificateur : Ministère du travail du plein emploi et de l'insertion (date de décision : 26/02/2024)
- ◆ Code Certif Info : 116459



Agrément

- ◆ DREETS

PROGRAMME

| N° SEQUENCE | OBJECTIF | DUREE |
|--|---|--|
| 1 | Identifier les objectifs et étapes de la formation | 7 h 00 |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 ▪ Evaluation d'auto-positionnement | | MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia |

| N° SEQUENCE | OBJECTIF | DUREE |
|--|--|---|
| 2 | Identifier l'environnement de travail d'une unité marchande | 14 h 00 |
| L'environnement de travail <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les grands principes de la fonction commerce ▪ Le fonctionnement d'une unité marchande ▪ Le positionnement de l'unité marchande par rapport à la concurrence ▪ Le fonctionnement interne d'une unité marchande : <ul style="list-style-type: none"> - L'organigramme - Les familles et gammes de produits en fonction de l'unité marchande - Les différents départements, rayons - Les principes de fonctionnement des différents départements et rayons - L'organisation interne des flux de produits - La vie de l'unité marchande ▪ Les outils numériques utilisés dans une unité marchande <ul style="list-style-type: none"> - Les supports numériques utilisés par l'unité marchande - Les différents outils digitaux utilisés par l'unité marchande (site Internet, tablette orientation, etc.) | | MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Ressources pédagogiques Salle équipée d'un ensemble multimédia |

| N° SEQUENCE | OBJECTIF | DUREE |
|--|---|--|
| 3 | Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal | 245 h 00 |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ La gestion de l'approvisionnement de l'unité marchande <ul style="list-style-type: none"> - Définition de l'approvisionnement, de la tenue et de la gestion de stocks - La tenue de stocks - La gestion de stocks - Le suivi des stocks et les outils de traçabilité - L'organisation de la réception de produits (planning, réglementation, gestion des anomalies) - L'organisation de la mise en stock et mise à disposition des produits - L'organisation des différents types inventaires ▪ Le pilotage de l'offre produit de l'unité marchande <ul style="list-style-type: none"> - La définition d'une offre produit - L'animation, le suivi et la gestion de l'offre produit - Le développement du chiffre d'affaires et de la rentabilité d'une ou plusieurs gammes de produits - La mise en œuvre de plans d'action en fonction des ventes, des objectifs commerciaux et budgétaires ▪ La gestion du merchandising de l'unité marchande <ul style="list-style-type: none"> - Définition du merchandising - Identification des règles du merchandising de gestion, d'organisation et de séduction - L'implantation de l'offre produits et les mesures de prévention associées (risque de chute, manipulation d'équipements de travail, manutention...) - L'organisation et la mise en place d'opérations commerciales - L'analyse et l'exploitation des résultats commerciaux et budgétaires de l'implantation ou de l'opération commerciale - La rédaction et la transmission de plans d'action aux équipes | | MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Ressources pédagogiques Salle équipée d'un ensemble multimédia Magasin école |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'accompagnement de la performance individuelle <ul style="list-style-type: none"> - L'identification des composantes de la montée en compétences des collaborateurs - L'analyse des évolutions de l'environnement professionnels, des emplois et des postes - L'identification des besoins en formation d'un collaborateur (évolution de poste, analyse de la performance) - La préparation des actions de formations opérationnelles adaptées - La conduite des différents types d'entretiens individuels ▪ L'animation d'une équipe de l'unité marchande <ul style="list-style-type: none"> - L'identification des bonnes pratiques d'animation d'équipe - Le développement de la performance collective - La motivation de l'équipe dans l'atteinte d'objectifs spécifiques communs - Les outils de stimulation d'équipe - La préparation et l'animation de réunions - Le briefing et le lancement de la journée de travail - Le débriefing et la clôture de la journée de travail - L'élaboration et le suivi de plan d'actions en collaboration avec l'équipe ▪ La conduite et l'animation d'un projet de l'unité marchande <ul style="list-style-type: none"> - L'identification des étapes et enjeux de la conduite et animation de projet - La définition du périmètre du projet - L'élaboration d'un budget et le suivi de la rentabilité du projet - Le suivi du projet en collaboration avec l'équipe - La mise en place de plan d'action en cas d'écarts - Le bilan d'un projet ▪ Rédaction DP et coaching | |
|--|--|

Evaluation : Evaluation en cours de formation n°3 (21 heures)

| N° SEQUENCE | OBJECTIF | DUREE |
|--|---|-----------------------------------|
| 6 | Mise en situation professionnelle reconstituée | 35 h 00 |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Exercices de préparation à l'examen ▪ Finalisation du dossier professionnel ▪ Simulations d'exercices professionnels | | MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES |
| | | Ressources pédagogiques |

| N° SEQUENCE | OBJECTIF | DUREE |
|--|---|--|
| 7 | Evaluer les acquis de la formation | 35 h 00 |
| <i>Session de validation du titre :</i> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Epreuve de synthèse : <ul style="list-style-type: none"> - Mise en situation professionnelle - Entretien technique avec le jury ▪ Questionnement à partir de productions ▪ Entretien final sur le dossier professionnel | | MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES |
| | | Salle équipée d'un ensemble multimédia |

| N° SEQUENCE | OBJECTIF | DUREE |
|--|--|--|
| 8 | Bilan et synthèse de la formation | / |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bilan de la formation ▪ Synthèse du stage ▪ Evaluation de satisfaction de la formation | | MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES |
| | | Salle équipée d'un ensemble multimédia |