

**Demande d'ouverture de CESAL (*certificat d'études supérieures après licence*) et CESAM (*certificat d'études supérieures après master*) pour l'année universitaire 2009-1010**

Ce dispositif de formation a été habilité par le CEVU du 30 avril 2008 et approuvé par le CA du 11 juillet 2008.

La délibération prévoit le passage en conseil de la liste des parcours de CESAL et CESAM ouverts pour l'année universitaire.

**Rappel :**

Un CESAL ou un CESAM est un dispositif de formation continue qui rassemble des contenus pédagogiques existants ou à créer pour constituer un ensemble finalisé à caractère professionnel. Il est défini à partir d'un ensemble cohérent d'objectifs et d'acquisition de compétences dont la certification universitaire (sous forme de diplôme d'université) garantit l'obtention.

En 2009-2010, compte-tenu des demandes de formation enregistrées, 1 parcours de CESAL et 4 parcours de CESAM pourraient être ouverts.

**CESAL** Manager une IRP. Ce parcours a déjà été ouvert en 2008-2009.

CESAM Management des médias. Ce parcours a déjà été ouvert en 2008-2009.

CESAM développeur de projets innovants

CESAM Directeur général d'établissement social ou socio-sanitaire

CESAM concevoir et réaliser un audit social



Institut d'Administration  
des Entreprises de Lille

# CESALIRP



FORMATION CONTINUE

*Manager*  
**une IRP**

**Instance  
Représentative  
du Personnel**

Institut d'Administration  
des Entreprises de Lille

Université des Sciences et Technologies de Lille > Réseau National des IAE <  
104, avenue du Peuple Belge 59013 Lille Cedex  
<http://www.iae.lille.fr>

Sabine Gilbert  
Tél. : 03 20 12 34 59  
Fax : 03 20 12 34 13  
[sgilbert@iae.lille.fr](mailto:sgilbert@iae.lille.fr)



TOUT UN MONDE DE MANAGEMENT

## OBJECTIFS

Cette formation doit permettre aux titulaires

- d'acquies une expertise en matière de management d'une équipe de représentants du personnel (développement d'une équipe, prévention et gestion des conflits, ...)
- d'acquies des méthodologies pour mener à bien les missions des IRP et créer des synergies entre elles ;
- d'acquies des méthodologies pour définir et mettre en oeuvre une stratégie de communication au sein de l'équipe et envers les mandants ;
- de faire un travail personnel pour développer ses capacités d'animation ;
- de construire dans le cadre d'un mémoire encadré, un plan d'action tenant compte des spécificités de chaque entreprise, qui pourra être mis en oeuvre au terme de la formation.

## ORGANISATION DU PROGRAMME

Cette formation comporte 80 heures d'enseignement et d'accompagnement personnalisé.

Ce certificat vise à permettre aux participants d'appréhender les défis du management des instances représentatives du personnel, du point de vue des représentants du personnel. Le programme comporte une alternance entre apports conceptuels et méthodologiques, approche globale (intégrant les différents acteurs, outils et méthodes) et approche individuelle (travail personnel) et mises en situation pratique ; jeux de rôles, études de cas et échange d'expérience, avec pour chaque thème, un temps de préparation et de bilan.

La formation est animée par des universitaires et des praticiens qui vous feront découvrir et partager leur expérience en matière de management des instances représentatives du personnel.

Le programme est réparti en 7 séances de 1,5 jours (les jeudis de 14h à 18h et les vendredis de 8h30 à 12h30 et de 14h à 18h).

Plusieurs dispositifs permettent de faire financer le coût de la formation, les frais de déplacement et d'hébergement par votre entreprise (dans le cadre d'un plan de formation, du DJP, ou d'une solution associant le DJP à une inscription complémentaire au titre de la formation continue). Il faut dans tous les cas présenter votre demande à votre employeur en faisant valoir l'intérêt de la formation pour votre travail et pour l'entreprise.

## PUBLIC

Cette formation s'adresse aux :

- membres élus des instances représentatives du personnel (Comité d'entreprise, Comité Central d'Entreprise, Union Economique et Sociale, Comité de Groupe, Comité Européen) titulaires ou suppléants ;
- représentants syndicaux aux instances représentatives du personnel ;
- membres des délégations uniques du personnel.

Le cursus de formation est validé :

par le Certificat "Manager une IRP" délivré par l'IAE de l'Université de Lille 1, membre du réseau national des IAE.

## CONTENU DU PROGRAMME

### MODULE 1 (20 HEURES)

Créer et développer une équipe au sein des IRP

- Surmonter les difficultés inhérentes au mode de constitution des IRP (dispersion géographique, horaires déstabilisés, variété des profils et des intérêts, ...) ; construire les règles communes, piloter les échéances (lieux et dates) en fonction des agendas de chacun, gérer les absences et les passages de relais entre titulaires-suppléants, ... ;
- Comprendre la dynamique des groupes pour mettre en mouvement son équipe (rôles, responsabilités, jeux d'acteurs, leviers pour motiver les différents membres, ...) et en garantir la cohésion ;
- Prévenir et gérer les conflits interindividuels au sein des équipes ou entre l'équipe et des tiers personnes ; Gérer les comportements déviants ;
- Elaborer une stratégie de fonctionnement en cas de crise (restructuration, ...)

### MODULE 2 (20 HEURES)

Structurer et travailler l'information nécessaire au fonctionnement des IRP et aux décisions

- Structurer la collecte des informations obligatoires délivrées aux différents IRP ; Mettre en place une stratégie d'archivage et de protection des informations ; Localiser les besoins de compétences externes ;
- Mettre en forme et donner du sens aux informations recueillies ; articuler éléments de diagnostic et données prospectives, recouper sources internes et externes, ... ;
- Construire des contre-propositions ; prendre conscience des biais de la prise de décision, travailler le cadrage et construire des alternatives aux décisions ;
- Elaborer un agenda et une stratégie de négociation ; créer des synergies entre les IRP (CE/CHSCT, Comité Central/Comité d'Establishement, Comité de groupe/Comité européen, ...).

### MODULE 3 (20 HEURES)

Concevoir une stratégie de communication interne et externe

- Gérer la confidentialité des informations (transmises par les directions, échangées entre les membres de l'équipe, transmises aux salariés) ; Gérer les relations avec les parties externes (journalistes, pouvoirs publics, ...)
- Se doter des outils de communication à distance (blog, intranet, ...) et de communication entre nationalités différentes (Comité européen, filiales, ...) ; Communiquer entre membres de l'équipe et avec les salariés ;
- Identifier et lutter contre les risques informationnels (rumours, désinformation, manipulation de l'information, ...) ; Détecter et contraindre la manipulation des informations.

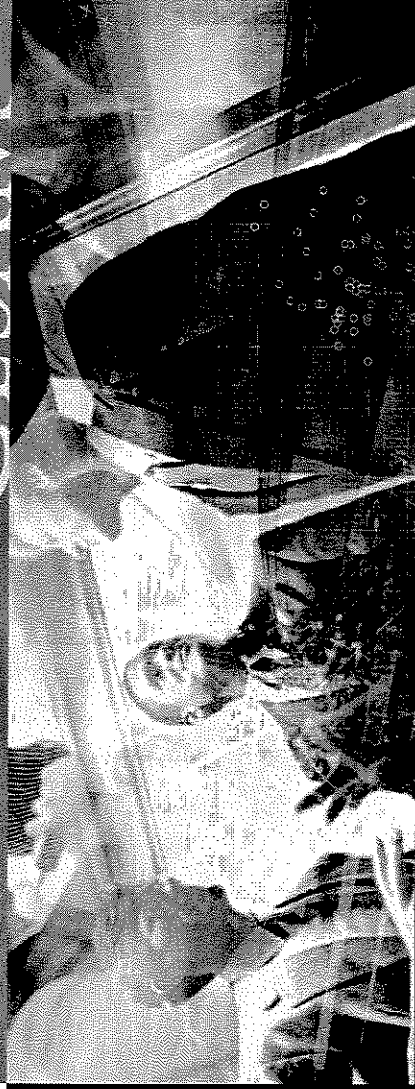
### MODULE 4 (20 HEURES)

Comprendre ses leviers individuels d'action et bâtir un plan d'action intégrant les spécificités de son entreprise

- Mieux se connaître, repérer ses leviers personnels d'action, identifier les récurrences dans son comportement et travailler les pistes permettant d'améliorer son management ;
- Profiter de témoignages d'acteurs sur leur cheminement et leurs leviers d'action ;
- Travail débouchant sur l'écriture d'un mémoire, avec un accompagnement personnalisé ; l'objectif est d'intégrer tous les sujets abordés, de récapituler le cheminement parcouru, et de prendre en compte les spécificités de son entreprise pour élaborer des actions à mettre en oeuvre à l'issue de la formation.

Institut d'Administration  
des Entreprises de Lille

CESAM



FORMATION CONTINUE

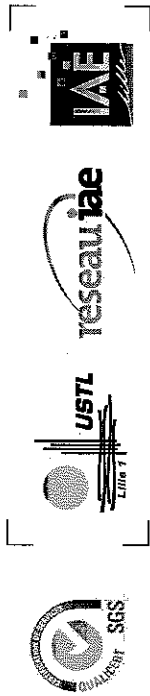
# MANAGEMENT DES MÉDIAS

En partenariat avec

**l'École supérieure de Journalisme de Lille**



TOUT UN MONDE DE MANAGEMENT



**Institut d'Administration  
des Entreprises de Lille**

Université des Sciences et Technologies de Lille > Réseau National des IAE <  
104, avenue du Peuple Belge 59045 Lille Cedex  
Tél. : 03 20 12 34 50  
Fax : 03 20 12 34 00  
contact@iae.lille.fr  
http://www.iae.lille.fr

# CESAM MANAGEMENT DES MÉDIAS

## FORMATION CONTINUE

### OBJECTIFS

Un journaliste qui évolue dans la hiérarchie se voit confié de plus en plus de responsabilités managériales.

Or les techniques de management ne sont pas au programme de sa formation initiale.

Ce Casam a donc été conçu pour répondre aux attentes et aux attentes des journalistes et cadres dirigeants des médias. Il leur donne des outils de compréhension de leur environnement et accompagnement leur progression de carrière.

### PUBLIC

Cette formation s'adresse :

- à des journalistes,
- et/ou des cadres dirigeants des médias.

### ORGANISATION DU PROGRAMME

Douze modules de formation qui intègrent les principales facettes du management : Ressources Humaines, marketing, finances, management de projets, mais aussi du développement personnel et du droit de la presse.

Chaque module comprend 3 jours de formation, les mercredi, jeudi, vendredi de septembre 2008 à décembre 2009. Les modules sont espacés de 6 semaines environ. La formation est dispensée par des universitaires et des professionnels du secteur qui, dans chacun des domaines concernés, feront alterner théorie et pratique.

### MODALITÉS D'ACCÈS

#### Admission

Une fois admis d'un Casam, l'ou possibilité d'obtenir pour les candidats formation continue des titulaires d'un CASAM.

#### Candidats à l'inscription

Les candidats recevront un dossier de pré-inscription et pourront un CV détaillé leur formation et leur parcours professionnels qui servira de base à leur admission.

### RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

#### Tarif :

1200€ HT par module pour les stagiaires suivant l'ensemble du cycle.

1400€ HT pour un module seul

Les déjeuners sont compris.

#### Nombre de participants

8 à 15 personnes par module.

#### Calendrier :

septembre 2008 à décembre 2009.

#### Lieu de la formation :

École supérieure de journalisme de Lille  
50, rue Gauthier-de-Châtillon  
59046 Lille Cedex

#### Responsables du diplôme :

Pierre Louart  
Professeur des Universités  
Directeur de l'IAE de Lille

#### Veronique Buchet

Directrice de la formation continue ESP-Lille

#### Contact

Sabine Gilbert  
Assistante administrative et pédagogique  
Tél. 03 20 12 34 59 - Fax 03 20 12 34 13  
sabine.gilbert@iae.univ-lille.fr

# MANAGEMENT DES MÉDIAS

## CONTENU DU PROGRAMME

### MODULE 1

#### Animer une équipe (niveau 1)

L'importance des ressources humaines dans l'organisation d'une entreprise de presse, d'une rédaction. Les leviers de la performance individuelle et les clés de la performance collective.

### MODULE 2

#### Les nouvelles stratégies de communication (niveau 1)

Connaître son marché, la démarche d'étude : produit, concurrence, secteur, comportement... Les bases d'une stratégie marketing et commerciale, la segmentation.

### MODULE 3

#### Animer une équipe (niveau 2)

La gestion des ressources humaines en entreprises de presse. Savoir mener les trois grands types d'entretien : l'entretien de recrutement, l'entretien d'évaluation ou de suivi de carrière, l'entretien de règlement de conflit.

### MODULE 4

#### Les nouvelles stratégies de communication (niveau 2)

Connaître l'ensemble des outils du marketing opérationnel : campagne d'abonnement, e-promotion, sponsoring...

Être capable de dialoguer avec son service promotion ou son agence de communication. Mettre en œuvre soi-même des campagnes simples et efficaces.

### MODULE 5

#### Comprendre la gestion de l'entreprise (niveau 1)

Familiariser les journalistes à la comptabilité financière et la gestion des entreprises. Comprendre le bilan et le compte de résultat d'une entreprise. Seuil de rentabilité, chiffres-clés. Le tableau de bord, outil de gestion du cadre opérationnel.

### MODULE 6

#### Droit, éthique et responsabilité des médias

Rappels des grandes règles du droit de la presse, de la diffamation à l'ineptie à la présomption d'innocence du droit de réponse au droit à l'image. Les relations entre le droit et l'éthique professionnelle. Principes et textes essentiels de déontologie journalistique. Élaborer sa propre charte rédactionnelle.

### MODULE 7

#### Comprendre la gestion de l'entreprise (niveau 2)

Savoir établir un diagnostic financier. Planifier le développement à moyen et long terme d'une entreprise de presse. Passer de la comptabilité générale à la comptabilité de gestion. Gestion budgétaire, projection à deux ou trois ans dans le cadre d'un business plan.

### MODULE 8

#### Les techniques de créativité

Connaître, comprendre et savoir utiliser les principales techniques de créativité. Faire vivre un brain-storming. Maîtriser la technique des groupes nominatifs. Adaptation à la presse : faire travailler une équipe de journalistes en créativité ; animer un panel de lecteurs ou d'auditeurs.

### MODULE 9

#### La gestion du temps

Savoir gérer son temps et celui de ses collaborateurs. Connaître les valeurs de temps. Définir des axes de progrès et son plan d'action personnel.

### MODULE 10

#### Le management de projets

Élaborer et mener à bien un projet d'entreprise, d'édition. L'inscrire dans la durée et susciter l'adhésion de son équipe. Apprendre à plaiser une réalisation, à anticiper.

### MODULE 11

#### Techniques de négociation

Théorie et pratique de la négociation dans une organisation, dans l'entreprise de presse. Faire face au conflit individuel ou collectif.

### MODULE 12

#### Jeux d'entreprises

Mise en application, à travers une étude de cas « grandeur nature », adaptée au monde de la presse, d'une partie des concepts et des techniques acquis tout au long du Casam.





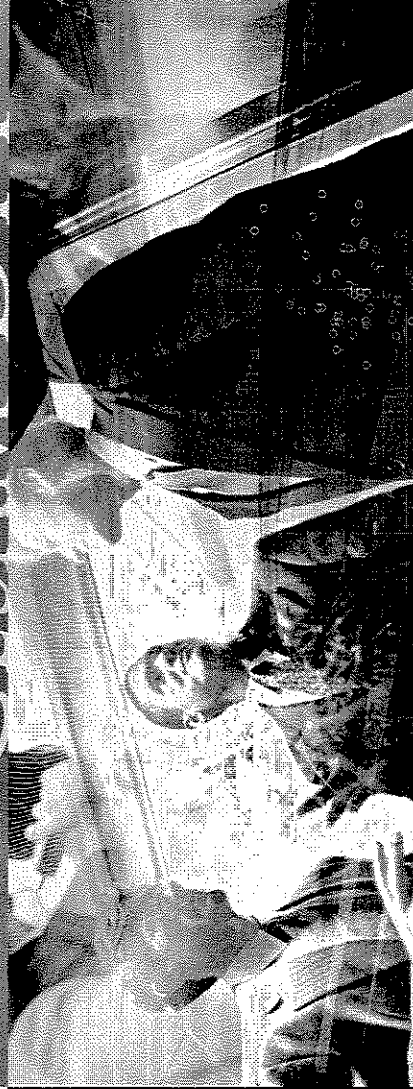


**Institut d'Administration  
des Entreprises de Lille**

Université des Sciences et Technologies de Lille > Réseau National des IAE <  
104, avenue du Peuple Belge 59043 Lille Cedex  
Tél. : 03 20 12 34 50  
Fax : 03 20 12 34 00  
contact@iaeille.fr  
http://www.iaeille.fr

Institut d'Administration  
des Entreprises de Lille

CESAM DPI



FORMATION CONTINUE

*Développeur*  
**DE PROJETS INNOVANTS**

*En partenariat avec*



TOUT UN MONDE DE MANAGEMENT

**CONTENU**  
**DU PROGRAMME**

**MODULE 1**  
*Stratégie*  
Effectuer le diagnostic stratégique d'une entreprise et formuler sa stratégie d'innovation  
Apporter soutien et expertise pour aider à la mise en œuvre de cette stratégie en maîtrisant les équilibres financiers et en pilotant le portefeuille d'activités.

**MODULE 2**  
*Marketing*  
Construire une stratégie marketing de PME.  
Connaître les bases théoriques du marketing, effectuer un diagnostic marketing, évaluer le potentiel marché d'une innovation et la commercialisation de produits innovants.

**MODULE 3**  
*Gestion de Projet*  
Maîtriser les outils et méthodes de gestion en PME tant du point de vue théorique que pratique.  
Apporter son expertise afin d'aider l'organisation de la PME vers un management par projets.

**MODULE 4**  
*Veille*  
Soutenir la stratégie de l'entreprise par l'observation et l'analyse de l'environnement afin d'en détecter les menaces et d'en saisir les opportunités de développement.  
Utiliser la veille comme outil d'aide à la décision et à la réflexion stratégique.

**MODULE 5**  
*Recherche et Développement*  
Comprendre comment une PME peut créer de la valeur par la R/D.  
Conseiller une PME sur l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de recherche en en examinant les risques et les difficultés.

**MODULE 6**  
*Propriété Industrielle et Licensing*  
Connaître les principales décisions à prendre en matière de propriété industrielle à chaque phase du déroulement d'un projet innovant.  
Connaître les outils de protection d'une innovation (brevet, marque, dessin, modèle mais aussi licensing, contrat de confidentialité, de transfert de technologie...)

**MODULE 7**  
*Management et Négociation*  
Appréhender les concepts, principes et techniques liés au management d'équipes dans les organisations.  
Développer la pratique de la négociation au travers d'outils et de mises en situation orientées sur la gestion de projets en PME.

**MODULE 8**  
*Ingenierie financière de projet*  
Vérifier la viabilité financière des projets innovants, en assurer l'accompagnement et le pilotage financier.  
Accompagner la réalisation du plan d'affaires.

**RENSEIGNEMENTS**  
**PRACTIQUES**

**Coût :**  
Le montant global des frais de formation au diplôme pour les 21 jours de formation et l'accompagnement individualisé est de 4950 €.

L'Innove en Nord-Pas-de-Calais prend en charge partiellement cette somme pour ses membres, à hauteur de 2 000 €.

Les frais de formation restant à la charge du stagiaire (2 950 €) peuvent donner lieu à une prise en charge au titre de la formation professionnelle continue.

**Nombre de participants :**  
10 à 15 participants pour la formation.

**Calendrier :**  
3 jours par semaine de formation (mardi, mercredi, jeudi) à évalier de septembre 2009 à mars 2010.  
Soutenance de mémoire en juin 2010.

**Lieu de la formation :**  
IAE de Lille  
104 avenue du Peuple Belge  
59043 Lille Cedex.

**Responsable du diplôme :**  
Martine Switek  
Maître de Conférences - IAE

**Contact :**  
Sabine Gilbert  
Assistante administrative et pédagogique  
TEL. 03 20 12 34 59 - Fax 03 20 12 34 13  
sgilber@iae.lille.fr

**ORGANISATION**  
**DU PROGRAMME**

Le CFSAM DPI se compose de 8 modules (21 jours de formation) qui se fondent sur le cœur de métier des auditeurs et permanent ainsi qu'il apporte recul, méthode et expertise à un dirigeant d'entreprise : Stratégie, Marketing, Gestion de Projet, Veille, Recherche et Développement, Propriété Industrielle et Licensing, Management et Négociation, Ingénierie financière de projet...

Chacun des modules vise à renforcer les capacités à détecter des potentialités de projets, à auditer, conseiller et diagnostiquer une entreprise.

**MODALITÉS D'ACCÈS**

**Pré-requis :**  
Avoir obtenu son diplôme universitaire d'auditeur pour les entreprises innovantes (DUEAE) ou un diplôme équivalent.

**Conditions d'inscription :**  
Les candidats souhaitant passer de premiers audits et formations au CFSAM DPI doivent être titulaires d'un diplôme universitaire (DUEAE) ou équivalent.

**OBJECTIF**

Cette formation doit permettre aux professionnels de l'innovation et à leur entourage de maîtriser les compétences nécessaires pour susciter, évaluer et accompagner des projets innovants en PME.

Cette formation répond aux orientations de la Plate-forme Régionale pour l'innovation et la Valorisation de la Recherche.

**PUBLIC**

Cette formation s'adresse aux « conseillers innovation » et aux responsables en entreprise, en charge des projets innovants.

Le cursus est validé par le CFSAM DPI (délivré par l'IAE membre du réseau national des IAE).



## CESAM

### FORMATION CONTINUE

#### La Direction Générale d'une entreprise sociale ou médico-sociale

#### IAE-IRTS NPDC

**Démarrage janvier 2010**

**4 modules de 2 séances de 12 H (périodicité sur 15 jours)**

**6-21 février**

**3-18 avril**

Le secteur social et médico-social est de plus en plus confronté à la gestion de la complexité née de l'évolution des besoins des publics et de la superposition des politiques sociales.

Le pilotage des établissements et services nécessite donc de croiser des expertises en management et en savoir-faire professionnel ancré sur la connaissance de la culture du champ concerné.

L'enjeu des Directeurs Généraux consiste aujourd'hui à tenir les pôles du politique et du stratégique tout en veillant à la cohérence et à la qualité des prestations.

Ces nouvelles données impliquent une approche réflexive sur les styles, postures, attitudes face aux tensions et l'affirmation d'un leadership auprès d'une équipe au service de l'amélioration et de la performance.

#### **Module 1 : La stratégie**

Des stratégies d'adaptation aux stratégies volontaristes

- la gestion des informations permettant la reconduction des financements, des agréments ou des marchés (budgets, comptes administratifs, indicateurs...)
- la mise en place de procédures ou d'outils de gestion (new public management)
- la croissance et le développement (garantir la non substituabilité, la concentration des ressources par fusion, absorption ou regroupement)
- la montée en expertise ou en ingénierie sociale (création d'observatoire, de pôle de recherche, production de capital social...)
- la formation de coalitions, de partenariats, de réseaux...
- l'innovation

#### **OBJECTIFS**

Le CESAM est un diplôme de l'Université de Lille 1. Les directeurs généraux des entreprises sociales, médico-sociales et sanitaires sont confrontés à des situations de plus en plus complexes. Ils ont besoin de mettre à distance leurs pratiques, de réfléchir aux évolutions en cours et d'utiliser au mieux les outils de gestion au service de leurs missions. Ce CESAM vise à favoriser cette montée en



compétences par le partage d'expériences et l'apport de savoirs. Le CESAM peut faciliter la mise en place d'un projet doctoral.

## **PUBLIC**

Personnes en situation de direction générale ou en voie d'accès à la fonction et détenteurs d'un master ou équivalent. Accessible par la VAP ou la VAE

## **MODALITES D'ACCES**

La sélection se fait sur dossier. La décision d'admission est prise par un jury composé à parité des membres de l'IRTS et de l'IAE

## **RENSEIGNEMENTS PRATIQUES**

Nombre de participants : 12 à 15 personnes

Durée de la formation : 8 séances de douze heures : le vendredi toute la journée et le samedi matin.  
Au total 96 Heures:

Lieux de la formation :

Institut d'Administration des Entreprises de Lille  
104, avenue du Peuple Belge - 59043 Lille Cedex  
IRTS

Responsables du diplôme :

IAE : Pierre Louart

IRTS : Jean-Louis Lozé

Contacts :

Sabine

Service Formation Continue

Tél. 03 20 12 34 59 - Fax 03 20 12 34

Monique Pawlaczyk

Secrétariat de Direction

Tél : 0320625729

## **CONTENU DU PROGRAMME**

### **Module 1 : Le politique**

#### **Le jeu des acteurs**

#### **Les moyens de gouvernance**

Bien comprendre les jeux des acteurs et des systèmes pour mieux les gérer

- le conseil d'administration (rôles, composition, fonctionnement, ...)
- les organismes financeurs

- les élus
- les fédérations et autres organismes
- les usagers et leurs représentants
- les instances locales, nationales, européennes voire internationales

Quelles sont les marges de manœuvre en droit et en gouvernance ?

## **Module 2 : La stratégie**

L'analyse des contextes

La construction des objectifs

Des stratégies d'adaptation aux stratégies volontaristes

- la gestion des informations permettant la reconduction des financements, des agréments, ou des marchés (budgets, comptes administratifs, indicateurs...)
- la mise en place de procédures ou d'outils de gestion (new public management)
- la croissance et le développement (garantir la non substituabilité, la concentration des ressources par fusion, absorption ou regroupement)
- la montée en expertise ou en ingénierie sociale (création d'observatoire, de pôle de recherche, production de capital social...)
- la formation de coalitions, de partenariats, de réseaux...
- l'innovation

## **Module 3 : La gestion**

### **Outils fonctionnels et utilisations des ressources**

#### **Mesure et pilotage de la performance**

Démarche et outils de la prospective

Analyse concurrentielle, « marchés cibles » et positionnement.

Stratégie marketing

Système d'information. Gestion financière (Enjeux financiers, éléments clés de l'analyse financière, maîtrise de coûts, rentabilité...). Diagnostic financier et évaluation : mesurer les risques et la valeur d'un partenaire (client, fournisseur...). Mesure et pilotage de la performance (contrôle financier, analyse d'écarts et tableaux de bord de DG)

## **Module 4 : Le management.**

### **Apporter du sens et manager des compétences**

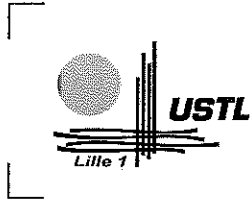
### **Construire des équipes et mobiliser des hommes.**

La prise de décision concertée face à des situations complexes et évolutives. La complexité entre les différentes facettes du management d'une entreprise. Les compétences que chaque participant devra renforcer en lien avec sa personnalité, son identité socioprofessionnelle et sa trajectoire

socioprofessionnelle. Accroître sa flexibilité et son influence personnelle. Les caractéristiques d'une équipe de direction gagnante. S'accorder sur la mission de l'équipe. Clarifier les liaisons fonctionnelles. Optimiser les relations dans l'équipe Affirmer son leadership dans l'équipe (en interne, en externe). Analyser ses différents rôles de leader et en souligner les qualités. Créer un climat facilitant l'adhésion, la responsabilisation et la confiance.

### **Coordination du programme**

Jean-Paul Dequeker, Régis Dumont, Philippe Dumoulin, Christel Beaucourt



## Institut d'Administration des Entreprises de Lille

Université des Sciences et Technologies de Lille > Réseau National des IAE <

104, avenue du Peuple Belge 59043 Lille Cedex

Tél. : 03 20 12 34 50

Fax : 03 20 12 34 00

[contact@iaelille.fr](mailto:contact@iaelille.fr)

<http://www.iaelille.fr>

Institut d'Administration  
des Entreprises de Lille

# CESAM AUDIT SOCIAL

FORMATION CONTINUE

## *Concevoir et réaliser* **UN AUDIT SOCIAL**

*En partenariat avec*

**l'Institut International de l'Audit Social (IAS)**



TOUT UN MONDE DE MANAGEMENT



Les objectifs généraux de la formation sont définis sur la base du référentiel de compétences de l'Institut International de l'Audit Social (IAS).



## OBJECTIFS

Cette formation doit permettre aux participants de :

- clarifier l'apport et les domaines d'application des méthodes d'audit au champ social (ressources humaines, responsabilité sociale, ...)
- distinguer la spécificité de l'audit par rapport à d'autres approches (diagnostic, enquêtes, évaluation, ...)
- identifier les sources, le contenu, et les spécificités, des trois types principaux de référentiels externes ou internes aux organisations utilisables dans un audit social
- élaborer un projet d'audit et obtenir l'accord du commanditaire dans une lettre de mission
- choisir et utiliser les méthodologies et les indicateurs appropriés pour recueillir et traiter l'information
- synthétiser et rédiger les observations faites lors de l'audit dans un rapport remis et commenté au commanditaire, et formuler des préconisations

## PUBLIC

Cette formation s'adresse aux :

- auditeurs internes ou externes souhaitant élargir leur compétence au champ social
- cadres DRH
- cadres d'organisations intervenant dans le champ du social et des ressources humaines (Branches Professionnelles, OPCA, Organismes de contrôle ou d'évaluation, ONG, ...)
- consultants en ressources humaines

## ORGANISATION DU PROGRAMME

Cette formation comporte 96 heures d'enseignement :

Ce certificat permet aux participants d'acquérir les fondamentaux et les méthodologies nécessaires à la construction et la conduite d'une mission d'audit social. Le programme est réparti sur 8 modules de 1,5 jours (les vendredi de 9h à 13h et de 14h à 18h et samedi de 9h à 13h). La formation a lieu à l'ANDRH, Paris. La formation est animée par des praticiens de l'audit social expérimentés et des universitaires.

Les participants auront à leur disposition :

- un support de formation avec les slides de présentation, des outils méthodologiques, et des cas pratiques ;
- un accès utilisateur au site [auditmrh.com](http://auditmrh.com) pendant le temps de la formation ;
- des ouvrages spécialisés.

Le cursus de formation est sanctionné :

par le Certificat « Concevoir et réaliser un audit social » délivré par l'IAE de l'Université de Lille 1.

Cette formation sera un atout pour les participants qui souhaiteront par la suite présenter leur candidature au Centre de Certification des Auditeurs Spécialisés (CCIAS), pour l'obtention d'une certification en tant qu'auditeur social (cette certification requiert la présentation d'au moins deux expériences d'audit social).

## MODALITÉS D'ACCÈS

Cette formation s'adresse à des professionnels du « social », d'horizons différents, souhaitant compléter leur compétence en acquérant les bases et les méthodologies spécifiques de l'audit. Elle suppose donc à la fois des connaissances de base, et la possibilité d'une mise en situation pratique.

Pour suivre avec profit cette formation, les conditions suivantes sont donc nécessaires :

- Titulaire d'un diplôme universitaire (Licence ou Master)
- une expérience d'au moins trois ans (dans une DRH, comme consultant, comme cadre ayant une responsabilité de management, comme auditeur dans un autre domaine, de manière générale dans des fonctions ayant permis une expérience concrète du domaine social)
- des connaissances socio-économiques, en particulier : bases de Droit du Travail, connaissance des institutions sociales, gestion d'entreprises ou d'associations, management général, sociologie des organisations
- des bases de méthodologie générale d'enquête (recueil et traitement de données, entretiens, questionnaires, indicateurs, ...) et de statistique
- l'accès à un terrain d'application de l'audit social pendant le temps de la formation

Les candidats rempliront un dossier de pré-inscription et fourniront un CV détaillant leur formation et leur parcours professionnel qui servira de base à leur sélection. Leur dossier devra comporter obligatoirement une attestation d'une organisation (d'entreprise employeuse ou non) proposant un terrain d'application de l'audit social pendant le temps de la formation.

# Concevoir et réaliser UN AUDIT SOCIAL

## CONTENU DU PROGRAMME

### LES BASES

#### MODULE 1

*Les fondamentaux de l'audit appliqué au champ social*

6/03/2009 - Alain Meignant - Notions de base, champs d'application, référentiels professionnels. Déontologie.

7/03/2009 - Alain Meignant - Analyse des projets d'application des participants.

#### MODULE 2

*Méthodologie générale de l'audit et méthodologie spécifique des audits sociaux*

20/03/2009 - Pierre Louart - Les méthodologies de l'audit social et les sources d'information.

21/03/2009 - François Silva - Les référentiels et la problématique spécifique de la RSE.

### LES DOMAINES D'APPLICATION

*Chaque module sera structuré en trois séquences, illustrées par des cas : problématique (référentiels, indicateurs disponibles), cadrage et réalisation d'une mission sur le sujet traité (approche méthodologique), exploitation (formulation des conclusions et recommandations).*

*Chaque participant choisira l'un des thèmes d'application, et réalisera sur le sujet choisi un audit d'une situation réelle. Ce travail comptera pour la notation finale.*

#### MODULE 3

*MRH. Audit du climat social et des indicateurs sociaux*

3/04/2009 - Hubert Landier - Les indicateurs sociaux et leur analyse.

4/04/2009 - Hubert Landier - L'audit du climat social.

#### MODULE 4

*MRH. Audit du management des ressources humaines*

15/05/2009 - Frédéric Sauvage - Audit des rémunérations.

16/05/2009 - Alain Meignant - Audit du management des RH.

#### MODULE 5

*MRH. Audit de la gestion des emplois et compétences*

5/06/2009 - Alain Meignant - Problématique, approche méthodologique (GPEC et processus associés : formation, entretien annuel, mobilité).

6/06/2009 - Martine de la Coudre - L'audit du recrutement.

#### MODULE 6

*RSE. L'audit de l'application d'engagements volontaires et/ou de chartes éthiques*

19/06/2009 - Fabrice Caudron - Problématique et sources de référentiels.

20/06/2009 - Fabrice Caudron - Cas pratique.

#### MODULE 7

*RSE. L'audit des politiques et processus de RSE*

03/07/2009 - François Silva - Les audits normatifs RSE.

04/07/2009 - Alain Meignant - La mise en forme du rapport d'audit et des préconisations.

### SYNTHÈSE

#### MODULE 8

*Séminaire de Synthèse*

18/09/2009 - Martine de la Coudre et /ou Alain Meignant - Présentation et analyse des travaux d'application des participants.

19/09/2009 - Martine de la Coudre et /ou Alain Meignant - Suite.

## RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

*Nombre de participants :*

10 à 20 personnes par session.

*Calendrier :*

Du 6 mars au 19 juillet 2009 (cf programme).

*Coût :*

4.900 € à régler à l'IAE de Lille.

*Lieu de la formation :*

ANDRH  
91, rue de Miromesnil - 75008 PARIS  
Bibliothèque (Salle en U)

*Responsables du diplôme :*

Pierre Louart  
Professeur des Universités  
Directeur de l'IAE de Lille

et Alain Meignant  
Consultant et auditeur social  
Vice-Président de l'IAS

*Contact :*

Sabine Gilbert  
Assistante administrative et pédagogique  
Tél. 03 20 12 34 59 - Fax 03 20 12 34 13  
sgilbert@iaelille.fr

