

# US181L - Le management et son environnement

🌟 Valide le 20-05-2019

## Présentation

**Code : US181L**

## Prérequis

- Admission sur dossier et entretien (si nécessaire) ;
- inscription uniquement dans le cadre de l'obtention du Magister Mercatique et management: direction mercatique.

Les élèves doivent avoir le niveau de l'UE EME101 et maîtriser ainsi les généralités sur l'économie et le management.

6 crédits

**Responsabilité nationale :**

EPN15 - Stratégies / Maria-béatriz SALGADO

**Contact national :**

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

[zahra.adjout@cnam.fr](mailto:zahra.adjout@cnam.fr)

## Objectifs pédagogiques

Cet enseignement a pour objectif de conduire l'élève à développer sa compétence à manager une équipe afin de développer la performance commerciale de l'unité organisationnelle (point de vente, agence, centre de profit, service marketing...).

## Compétences

L'enseignement permet à l'élève de :

- comprendre les spécificités du management et de l'animation d'une équipe commerciale ainsi que d'une unité commerciale ;
- maîtriser les facteurs clés de la performance et produire un diagnostic sur la performance commerciale de l'équipe ;
- savoir produire des tableaux de bord commerciaux et des plans d'action.

## Programme

### Contenu

- Notions générales sur la théorie des organisations : l'organisation et le management. L'individu, le groupe, l'entreprise.
- Les spécificités du management commercial (typologie des commerciaux ; compétences et motivation ; management adaptatif et situationnel...).
- Les situations du manager (l'entretien, la réunion, l'accompagnement, le processus de recrutement...).
- La construction du plan de vente et des argumentaires.
- L'animation et la gestion opérationnelle du point de vente.
- Les critères de la performance commerciale : activité / efficacité.
- L'accompagnement managérial : le soutien / le perfectionnement.
- Le plan d'actions commerciales.

## Modalités de validation

- Examen final

## Description des modalités de validation

Etude de cas à réaliser individuellement.

## Bibliographie

Titre	Auteur(s)
le management de la force de vente 2011	Pearson Alfred Zeyl, Armand Dayan, Pascal Brassier
Encyclopédie de la vente et de la distribution Economica 2000	Alain Bloch et Anne Macquin