



Qualiformation



Datadock

LE CATALOGUE
FORMATION

M a n a g e m e n t

Q u a l i t é

D i g i t a l

C o m m u n i c a t i o n



2020 - 2021

M. Pascal RIVALLEAU

M. Georges TAGUAY



Centre de
Formation
Validé par
le Data Dock

Depuis 2017, Qualiformation, centre de formation situé à Échirolles est validé par le DataDock.

NOS FORMATIONS

M a n a g e m e n t

MODULE 1 : LES NOTIONS FONDAMENTALES

MODULE 2 : LES MODES DE FINANCEMENT DE L'ENTREPRISE

Q u a l i t é

MODULE 1 : CONNAISSANCE DE BASE EN QUALITÉ ET MÉTHODE DE
RESOLUTION DE PROBLEME

MODULE 2 : REMISE À NIVEAU EN STATISTIQUE - CARTE DE
CONTRÔLE

D i g i t a l

MODULE 1 : COMMUNICATION DIGITALE ET STRATÉGIE MULTICANAL

MODULE 2 : RÉFÉRENCEMENT ET
MEDIAS SOCIAUX



MODULE 1 : LES NOTIONS FONDAMENTALES

Les objectifs de ce module sont :

- Caractériser et distinguer les logiques entrepreneuriale et managériale mises en oeuvre dans les entreprises
- Caractériser la finalité d'une entreprise
- Distinguer les actions stratégiques et opérationnelles et montrer leur interdépendance
- Caractériser les styles de direction
- Évaluer les besoins en ressources humaines dans une situation contextualisée
- Proposer des actions appropriées dans le cadre d'une gestion

Programme de la formation

- **Entreprendre et diriger**
- Diriger et décider
- Mettre en oeuvre la stratégie
- Choisir une structure
- **Effectuer des choix stratégiques**
- Mobiliser les ressources humaines
- Optimiser les ressources technologiques et la connaissance
- Faire évoluer la structure
- Financer les activités



MODULE 2 : LES MODES DE FINANCEMENT DE L'ENTREPRISE



Les objectifs de ce module sont :

- Comprendre les avantages et inconvénients des différents modes de financement
- Choisir les modes de financement
- Évaluer les besoins de financement
- Évaluer les risques des modes de financement

Programme de la formation

Les modes de financement du cycle d'investissement :

- Le financement par autofinancement
- Le financement par augmentation de capital
- Le financement par recours à l'emprunt
- Le crédit-bail

Les modes de financement du cycle d'exploitation

- Les concours bancaires
- Le crédit interentreprises

MODULE 1 : CONNAISSANCE DE BASE EN QUALITÉ ET MÉTHODE DE RESOLUTION DE PROBLEME

Les objectifs de ce module sont :

- Énuméré les axes de la politique de qualité de l'entreprise.
- Utilisé le système documentaire de l'entreprise
- Se repérer dans la cartographie des processus de l'entreprise
- Appliquer la procédure d'amélioration continue de l'entreprise
- Participer à des groupes de travail de recherche des causes de non conformités en utilisant des méthodes de résolution de problème.

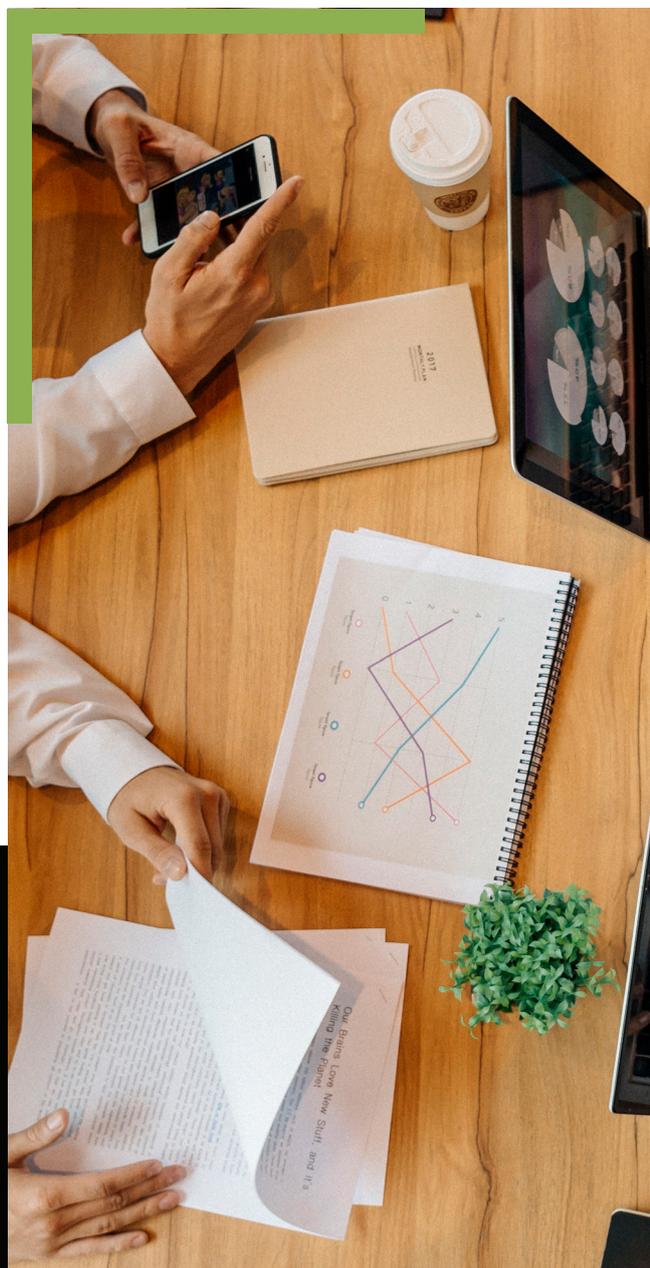
Programme de la formation

Introduction à la qualité

- La qualité dans l'entreprise (politique, enjeux)

Le système de management de la qualité,
ISO 9001 et son déploiement dans l'entreprise
(Cartographie des processus, la contribution de
son service, le système documentaire)

- La satisfaction client
- **Maîtrise des non-conformités et amélioration continue**
- La procédure du traitement de non conformité



MODULE 2 : REMISE À NIVEAU EN STATISTIQUE - CARTE DE CONTRÔLE



Les objectifs de ce module sont :

- Représenter la série statistique au moyen graphique
- Lire et analyser des cartes de contrôle afin d'assurer le suivi de qualité

Programme de la formation

- Les représentations graphique
- Histogramme
- Loi Pareto
- Diagramme de boîte

- Les cartes de contrôles

Les principes de base de la MSP

- Maîtriser le vocabulaire propre
- Les résultats et leur analyse
- Les notions de capabilité

MODULE 1 : COMMUNICATION DIGITALE ET STRATÉGIE MULTICANAL

Les objectifs de ce module sont :

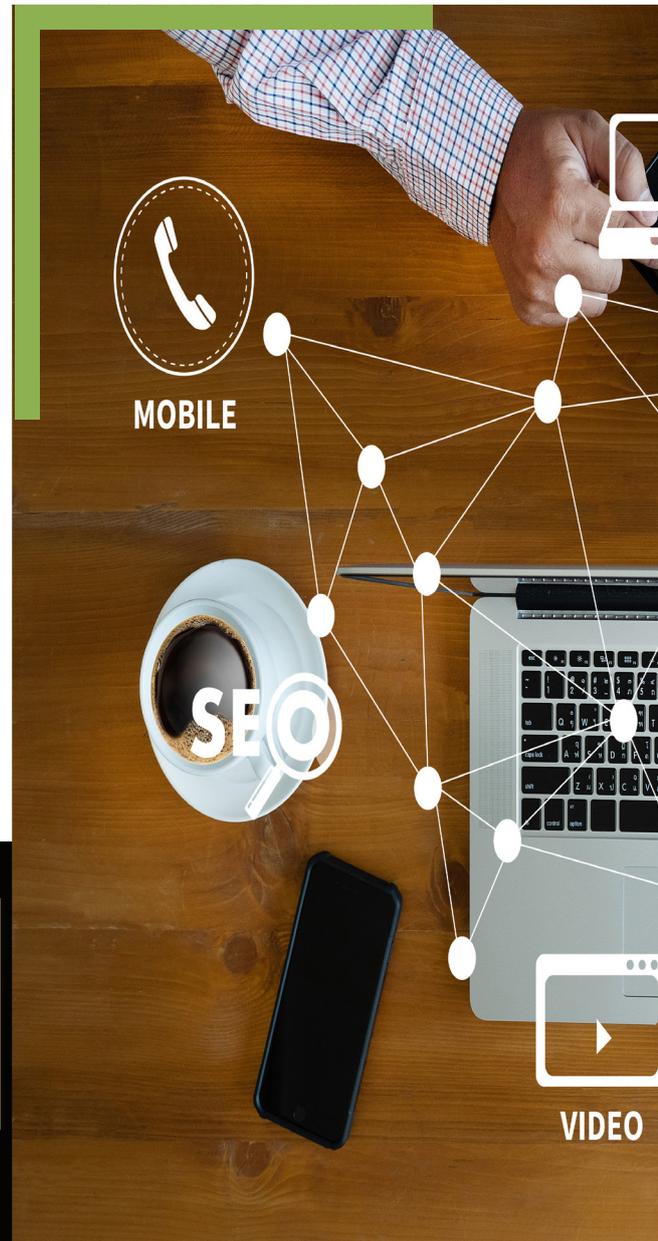
- Identifier et évaluer la cohérence de la stratégie éditoriale, à long terme, d'une société présente sur les canaux numérique
- Différencier une stratégie à long terme d'une stratégie à court terme
- Définir une ligne éditoriale multicanale
- Justifier les dépenses en matière du digital et la répartition contenu de marque, publicité et référencement

Programme de la formation

- Justification des choix éditoriaux d'un annonceur : Prioriser la visibilité de la société ou attirer l'attention sur un événement ponctuel ?
- Investissement dans le contenu ou dans le référencement ?

SEO, SEA, une différence de temporalité

- Justification du choix des partenaires éditoriaux
- Étude des différents types de médias
- Rentabilisation et rationalisation des processus d'interaction



MODULE 2 : RÉFÉRENCEMENT ET MÉDIAS SOCIAUX



Les objectifs de ce module sont :

- Savoir interpréter les résultats des moteurs de recherche en vue de l'optimisation d'un site
- Savoir choisir son nom de domaine et optimiser l'arborescence et le contenu d'un site internet sur ses mots clés
- Optimiser la recherche universelle
- Savoir optimiser son "référencement off the page"
- Comprendre le nouveau paradigme communautaire et ses interactions avec la vie de l'entreprise et son écosystème
- Aligner la stratégie du marketing des réseaux sociaux sur la stratégie d'entreprise.

Appréhender les enjeux et les opportunités mais aussi les menaces de l'interactivité liée à son investissement dans

Programme de la formation

- Analyse des pages de résultats Google sur des mots clés secondaires et génériques
- Analyse des critères "In the Page" d'un site internet.
- Stratégie de noms de domaine, architecture et arborescence du site
- Optimisation du choix des outils au service du plan netlinking
- Création de la notoriété
- Optimisation de référencement sur les réseaux sociaux