

## D-M5: Positionner l'offre de formation dans son contexte

Compétence opérationnelle	
<b>Les candidats du module positionnent et communiquent leur offre de formation dans le contexte de l'entreprise ou du marché</b>	
Compétences	Ressources
<p><b>Suivre de près les développements et les tendances sur le plan de l'économie, de la culture, de la société et de la politique de la formation</b></p> <p>Les responsables de la formation suivent de près les développements et les tendances sur le plan de l'économie, de la culture, de la société et de la politique de la formation, en particulier ceux qui peuvent avoir des conséquences directes ou indirectes pour le domaine de la formation. Ils s'informent sur différents moyens de communication, participent à d'importants événements d'information et de discussion et soignent leur réseau personnel.</p> <p><b>Axer l'offre de formation sur les développements et les tendances au niveau de l'économie, de la culture, de la société et de la politique de la formation</b></p> <p>Les responsables de formation axent leur offre de formation – par rapport aux objectifs, contenus et modalités- sur les tendances et les développements qui se dessinent sur le plan de l'économie, de la culture, de la société et de la politique de la formation.</p> <p><b>Concilier l'offre de formation avec les stratégies de développement de l'organisation et les processus de changement qui y sont liés.</b></p> <p>Les responsables de formation – en collaboration avec les organismes compétents de l'organisation – concilient l'offre de formation avec l'orientation stratégique à long terme de l'organisation et avec les objectifs de développement à moyen</p>	<p><b>Connaissances</b> (concernant le contexte, les lignes directrices, les théories, les modèles et les méthodes)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Contexte de la société</i> : orientation dans les domaines de la culture, de l'économie et de la société, tendances actuelles</li> <li>– <i>Contexte socio-économique</i> : orientation dans les tendances de la société et les tendances du développement socio-économique</li> <li>– <i>Système suisse de la formation</i> : structures de la formation et de la politique de la formation en Suisse et en Europe, cadre juridique, formes et modalités d'utilisation de la subvention publique à la formation, tendances actuelles</li> <li>– <i>Contexte de la formation</i> : structures du contexte spécifique (associations, OdAs, etc.), en particulier par rapport aux structures de la formation et de la qualification, tendances et développements actuels</li> <li>– <i>Marché de la formation</i> : développements et tendances, segments de marché importants, situation de la concurrence</li> <li>– <i>Organisation et contexte organisationnel</i> : connaissance détaillée des propres produits et prestations</li> <li>– <i>Conditions cadres</i> : stratégies générales de marketing de l'organisation</li> <li>– <i>Théories et modèles</i> : notions de bases en marketing (analyse du marché, indicateurs pertinents du marché, USP, etc.), notions de base en statistique</li> <li>– <i>Méthodes et procédures</i> : facteurs et construction d'un concept de marketing, fonctions et influences de différents moyens de communication et de promotion (y compris communication en ligne / publicité), calcul des coûts de mesures de formation, contrats (contrats de travail, mandats extérieurs, conséquences juridiques), conventions pour les soumissions d'offres dans le cadre d'appels d'offres et de mandats des pouvoirs</li> </ul>

terme. Ils se préparent au changement et soutiennent les processus de changement par des mesures de formation ciblées.

**Planifier et superviser des mesures de marketing et de communication**

Les responsables de formation – éventuellement en collaboration avec des spécialistes – planifient des mesures de marketing et de communication destinées à des produits et à des services de leur unité d'organisation. Ils s'appuient pour cela sur la stratégie de marketing et de communication de l'organisation et sur des concepts de marketing existants, et se servent des canaux de communication existants. Ils formulent des propositions pour des mesures de communication ou de promotion de leurs produits et services à des organismes ou des personnes externes.

publics

- *Paramètres et critères* en rapport avec la construction et la conception graphique de moyens publicitaires (différents produits d'impression, médias électroniques, événements), indicateurs pour l'évaluation de mesures de communication, également pour ce qui est des résultats à long terme

**Aptitudes** (aptitudes cognitives, expérience pratique, capacités relationnelles)

*Aptitudes cognitives* : pensée logique et pensée latérale (déduire des prévisions de développement), reconnaître des tendances et des développements significatifs, repérer un potentiel pour des offres innovatives, vérifier des intuitions, interpréter des informations et identifier un besoin d'action, pondérer différentes opinions et se forger sa propre opinion

**Effectuer des analyses de besoins en formation et de besoins individuels**

Les responsables de formation déterminent les besoins en formation et les besoins individuels d'un groupe potentiel d'apprenants. A partir de cette situation, ils développent des propositions pour des mesures de formation collectives et/ou individuelles adaptées à ces besoins. Ils définissent pour cela les circonstances et les conditions cadres de la situation spécifique.

**Elaborer des offres et négocier avec des commanditaires**

Les responsables de formation déterminent les besoins et les souhaits de commanditaires potentiels et élaborent des offres ciblées et transparentes pour des cours ou pour d'autres prestations de formation. Lors de la soumission de l'offre, ils définissent les exigences des commanditaires concernant l'élaboration du produit ou de l'offre ainsi que les principes de l'éthique professionnelle. Ils négocient avec les commanditaires potentiels et visent un rapport qualité/prix satisfaisant pour les deux parties.

- *Démarche* : exécuter des analyses de marché, élaborer des concepts de marketing, définir des critères de réussite pour des mesures de communication, entreprendre des vérifications de besoins en formation et de besoins individuels, calculer les coûts de mesures de formation selon différents modèles, calculer la rentabilité d'une offre de formation (également à long terme), adapter le calcul des coûts à des conditions différentes, élaborer et justifier des offres transparentes, rédiger et contrôler, s'orienter sur un thème
- *Organisation du travail* : concilier des stratégies, des concepts et des mesures les uns aux autres
- *Know-how didactique* : techniques de présentation
- *Capacités NTIC* : familiarité efficace dans l'usage des NTIC (élaboration de textes, év. principes de l'édition en ligne, présentations, recherche sûre d'informations sur Internet)
- *Compétences linguistiques* : écrire des textes attractifs et adaptés aux destinataires, justifier de manière efficace sa propre opinion
- *Capacités relationnelles* : collaborer avec des professionnels (délimiter les tâches, clarifier les rôles, briefings clairs), mener des négociations avec des commanditaires et des mandataires (argumenter, bâtir une base de confiance, etc.), soigner les contacts personnels avec des collègues et des personnes appartenant à un contexte plus large

<p><b>Représenter sa propre organisation vers l'extérieur</b></p> <p>Les responsables de formation représentent leur organisation lors d'événements suprainstitutionnels, de projets de développement ou de manifestations informatives ainsi qu'envers des organisations du monde du travail ou des organismes publics. Ils informent sur les produits et les services de leur organisation de manière pertinente et adaptée à leurs interlocuteurs.</p>	<p>de travail, assumer son rôle dans la collaboration suprainstitutionnelle et externe à l'institution de manière flexible et efficace</p> <p><b>Comportements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Assurance et confiance</li> <li>- Intuition</li> <li>- Flexibilité et créativité (adaptation à des conditions qui changent)</li> <li>- Gestion du risque</li> <li>- Conviction par rapport à ses propres produits et prestations</li> <li>- Loyauté à l'égard de son employeur ou de son commanditaire</li> <li>- Clarté sur ses propres aptitudes</li> <li>- Ouverture</li> <li>- Curiosité</li> <li>- Attitude de coopération</li> <li>- Initiative</li> </ul>
---	--