

MANAGER de centre-ville

DIPLÔME UNIVERSITAIRE 2022-2023



IUT CLERMONT-AUVERGNE MOULINS

28, Rue des Geais

03000 MOULINS

04 70 35 13 03

► **FC-ALTERNANCE.IUT@UCA.FR**



PROGRAMME

BLOC 1 / ANIMATION DU TERRITOIRE

» VILLE ET URBANISME COMMERCIAL

1/ Droit de l'urbanisme

Maîtriser les bases du droit de l'urbanisme et des baux commerciaux (préemption, location, loyers).

- Bail commercial et procédures collectives
- Droit au renouvellement
- Rapports contractuels
- Fixation du loyer du bail révisé ou renouvelé
- Procédure de fixation du loyer et conséquences
- Refus de renouvellement, Cession et sous-location

21 h - Cours, analyse de situations juridiques, cas pratiques.

2/ Comprendre la ville

Connaitre les principaux documents d'urbanisme (SRADDET, SCoT, PLU, PADD, DAAC, Autorisation de travaux, Document de droit d'enseigne Accessibilité-Sécurité, circulation, etc.).
Connaitre la réglementation des marchés non sédentaires et de la présence sur l'espace public.
Appréhender l'historique du développement des villes.

Participer au développement de la ville.

Analyser la politique de la Ville et stratégies territoriales.

- Les différentes formes de la ville
- L'opposition entre ville/banlieue/espaces ruraux
- Panorama de la politique de la ville
- Les grands principes de la rénovation et de la réhabilitation urbaine (Relation avec les ABF).

Dynamiques et nouveaux enjeux des villes contemporaines. La jeunesse dans la ville.

14 h - Apports historiques, études de cas concrets.

3/ Politiques territoriales

Comprendre les niveaux décisionnels : Europe, État, ministères, Chambre des Députés, Sénat, Région, Département, EPCI, Commune et structures associées (Syndicats, SCoT, Pays, etc.).

Fonctions et missions d'une équipe municipale.

Responsabilités en termes d'urbanisme et de développement économique.

Contraintes des politiques locales.

Conséquences pratiques des niveaux d'intervention.

14 h - Cours, analyse de situations juridiques, cas pratiques.

» DYNAMISATION COMMERCIALE

1/ Diagnostic économique du territoire

Établir un diagnostic multidimensionnel du centre-ville :

- Habitat
- Mobilité
- Commerces
- Modes de consommation
- Services publics de proximité
- Transports

Bâtir un projet pour le centre-ville :

- définir le périmètre de centre-ville
- définir le périmètre marchand

Identifier les acteurs (les propriétaires du centre-ville).

21 h - Réalisation d'un plan d'action sur une commune au choix des participants.

2/ Plan d'action commerciale pour la ville

Aménager et animer le centre-ville.

Être capable d'élaborer et de mettre en œuvre une démarche commerciale efficace pour une ville.

(Co)définir ou décliner un plan d'action commerciale pour la ville (espaces commerciaux à privilégier, stratégies d'implantation d'enseignes, conflit et intérêt des parties prenantes, création d'un parcours d'expérience client).

14 h - Réalisation d'une stratégie de communication.

3/ Stratégie de communication pour la ville

Participer et accompagner une politique commerciale

- Définir le commerce et l'artisanat
- Identifier les nouvelles formes de commerces
- Élaborer et animer une stratégie commerciale

- Innover et appréhender la transformation numérique du centre-ville.
- Maitriser la transformation numérique (click and collect, portails collectifs...).
- Travailler à la coexistence cœur de ville/périphérie, boutiques/commerce non sédentaire, commerce physique/online.
- Organiser la stratégie d'implantation des enseignes commerciales.
- Identifier les conflits et les intérêts des différentes parties.

14 h

BLOC 2 / ACCOMPAGNEMENT DE PROJETS

» DÉVELOPPEMENT DU POINT DE VENTE

1/ Marketing du point de vente

- Définir le marketing du point de vente.
- Les différents concepts marketing du point de vente
- La politique commerciale du point de vente (marketing-mix)
- L'aménagement du point de vente,
- L'animation de la vitrine.

La promotion du point de vente.

Concevoir l'aménagement (parcours client, vitrines...).

Définir la communication (outils, promotion et fidélisation, leviers digitaux et événementiels).
S'insérer dans les réseaux (associations de commerçants etc...).

21 h - *Apports théoriques, études de cas concrets.*

2/ Communication commerciale

Définition des cibles consommateurs (chalands, clients, visiteurs, ...).

Les différents supports de communication et de promotion.

Les différentes techniques d'animation.

Les différentes techniques de promotion et de fidélisation.

La mise en place des actions, la mesure des retours d'expérience.

Les différents supports d'action digitaux.

21 h - *Apports théoriques, études de cas concrets.*

3/ Développement personnel, leadership

Attitude et comportement personnel.

COÛT ET FINANCEMENT

Coût pour 210 h de formation :
4 000 euros TTC

Vous êtes :

** Agent ou salarié du secteur public (Fonction publique d'Etat, territoriale et hospitalière), salarié du secteur privé ou associatif*

Financement possible :

- employeur
- auto-financement

Vous êtes :

** Etudiants*

Financement possible :

- auto-financement

POUR PLUS D'INFOS, CONTACTEZ-NOUS
FC-ALTERNANCE.IUT@UCA.FR

- communication non verbale,
 - gestion des émotions et du stress,
 - estime de soi,
 - gestion de conflits.
- Prise de parole en public / Leadership.

21 h - *Mise en pratique, jeux de rôle.*

» CRÉATION/REPRISE D'ACTIVITÉS EN VILLE

1/ Méthodologie de gestion de projet

Fondamentaux de la gestion de projet.

Outils de la gestion de projet.

Méthodes et pratiques les plus courantes.

21 h - *Etude de cas.*

2/ Diagnostic financier d'un projet d'installation

Calculer et analyser les coûts.

Comprendre et maîtriser la gestion budgétaire.

Analyser le bilan fonctionnel et analyser la rentabilité de l'investissement.

14 h - *Cours, exercices d'applications, études de cas.*

3/ Aide à la création d'entreprise

Évaluer le potentiel (insertion locale, effets de complémentarité...), fiabiliser (ou refuser) le budget prévisionnel.

Informier et accompagner les porteurs de projets sur les aides possibles à différents niveaux (aides financières, exonérations, recours à l'alternance).

14 h - *Cours, exercices d'applications, études de cas.*

PLANNING

CALENDRIER

- Une formation à temps partiel, 1 semaine par mois avec 6 séminaires de 5 jours pour un total de 210 heures de cours.
- Possibilité de suivre deux séminaires sur les 6 à distance en fonction de vos impératifs professionnels
- Pour les étudiants : stage obligatoire de 16 semaines pendant la formation ou après.



- | | |
|----|---|
| 01 | • SÉMINAIRE N°1 : DU 19 AU 23 SEPTEMBRE 2022 <ul style="list-style-type: none">- Introduction- Comprendre la ville > 14h- Méthodologie de gestion de projet > 21h |
| 02 | • SÉMINAIRE N°2 : DU 17 AU 21 OCTOBRE 2022 <ul style="list-style-type: none">- Diagnostic financier d'un projet d'installation > 14h- Diagnostic économique du territoire > 21h |
| 03 | • SÉMINAIRE N°3 : DU 14 AU 18 NOVEMBRE 2022 <ul style="list-style-type: none">- Droit de l'urbanisme > 21h- Plan d'action commercial pour la ville > 14h |
| 04 | • SÉMINAIRE N°4 : DU 12 AU 16 DÉCEMBRE 2022 <ul style="list-style-type: none">- Marketing du point de vente > 21h- Politiques territoriales > 14h |
| 05 | • SÉMINAIRE N°5 : DU 16 AU 20 JANVIER 2023 <ul style="list-style-type: none">- Aide à la création d'entreprise > 14h- Communication commerciale > 21h |
| 06 | • SÉMINAIRE N°6 : DU 20 AU 24 FÉVRIER 2023 <ul style="list-style-type: none">- Stratégie de communication pour la ville > 14h- Développement personnel, leadership > 21h- Conclusion |