

270	OPTIMISER LA FONCTION DE VEILLE
------------	--

<p>PUBLIC</p> <p>Métiers de la fonction commerciale.</p> <p>OBJECTIFS ET MOYENS</p> <p>Pourquoi et comment faire de la veille.</p>	<p>DURÉE ET CALENDRIER</p> <p>2 jours : 1^{er} trimestre 2011</p> <p>PRIX</p> <p>720 € non soumis à TVA.</p>
--	--

PROGRAMME	
<ul style="list-style-type: none"> -Identifier les sources et moyens de veille -Identifier et créer un réseau de contact, gérer un carnet d'adresses -Rechercher, sélectionner et synthétiser les informations pertinentes et les diffuser aux bons interlocuteurs. -Prendre régulièrement connaissance de l'actualité économique, politique d'entreprise, grande distribution, marché de l'emploi, internationalisation... -Adopter un jugement critique, argumenté un point de vue et justifié ses dires <p>La culture générale dans la fonction commerciale</p> <p>Les différentes sources d'information</p> <ul style="list-style-type: none"> -La presse nationale et locale -Internet -L'information juridique -« Le bouche à l'oreille » -Les relations publiques 	<p>Relayer l'information au sein de l'entreprise</p> <p>Exemple d'élaboration d'une revue de presse : analyse et méthode</p> <p>Introduction</p> <p>Définition d'un projet éditorial</p> <p>La conception</p> <p>La réalisation</p> <p>Les usages</p> <p>La construction d'un projet éditorial</p> <p>Récupération et utilisation de l'information</p> <p>Comment utiliser les sources de l'actualité</p> <p>Les qualités essentielles d'une information</p> <p>Conclusion</p>

Tarif 2010-2011

STAGES ASSOCIES :

Colette PARIS ☎ 02.38.77.85 94 ✉ colette.paris@loiret.cci.fr