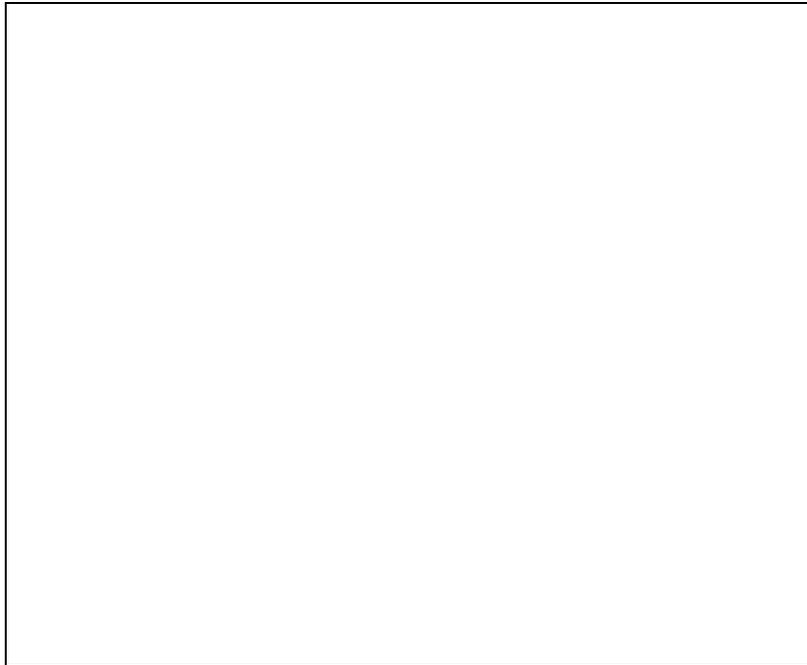


REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>défini les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Compétence 1 : Cartographier les alliés/partenaires et les logiques de la décision publique en effectuant une veille législative et réglementaire et en assurant un travail de recherche et d'investigation, afin de mettre en place des convergences vers les intérêts défendus</p>	<p>Mise en situation professionnelle : simulation de négociation internationale</p> <p>Le candidat doit réaliser une analyse et mener une réflexion sur sa capacité à travailler en groupe pour une simulation de négociation internationale, en « épousant » le rôle que les membres du jury auront décidé pour lui. Les participants ne choisissent pas le rôle qu'ils auront à endosser.</p> <p>Il est également attendu du candidat une analyse critique sur son propre contexte professionnel en affaires publiques, permettant d'y apporter des idées nouvelles, des pistes d'évolutions et des perspectives offrant de nouvelles opportunités</p> <p>Lors de la mise en situation, le candidat est évalué sur les éléments suivants :</p>	<p>Les alliés/partenaires défendant des intérêts communs et les acteurs pertinents sont identifiés.</p> <p>Les parties prenantes sont identifiées.</p> <p>Le candidat analyse l'environnement de l'intérêt défendu, notamment des données chiffrées sur les décideurs.</p> <p>Il mène un travail approfondi de recherche et d'investigation.</p> <p>Il suit des sources variées et fiables lui permettant de réaliser une veille réglementaire et législative.</p>

<p>Compétence 2 : Définir une stratégie d'affaires publiques en faveur des intérêts défendus, en identifiant les actions à mettre en place, afin de convaincre les décideurs clefs, tout en respectant les règles d'éthique nationales et européennes</p>	<p>1/ l'élaboration d'une stratégie d'affaires publiques En utilisant la cartographie réalisée, le candidat détermine les axes de sa stratégie d'affaires publiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'objectif de la stratégie d'affaires publiques - Avec qui travailler (parlementaires, partis politiques, ONG, fédérations, institutionnelles...) - Avec quels moyens (conférences, think tank, observatoires, colloques...) 	<p>Le candidat développe un déroulé d'actions à mettre en œuvre : l'objectif visé, avec quel interlocuteur travailler et de quelle façon.</p> <p>La stratégie d'affaires publiques est cohérente avec les lignes directrices de l'organisation.</p> <p>Les actions définies permettent de mettre place des convergences vers les problématiques d'intérêt général en favorisant la participation des entreprises et des organisations au débat public (think tank, observatoires, colloques...).</p> <p>Le plan d'action est présenté à des décideurs avec conviction. Le candidat défend ses choix stratégiques.</p> <p>La présentation orale est fluide et percutante.</p>
<p>Compétence 3 : Elaborer une stratégie de communication en collaborant avec les relations publiques, les médias, tout en utilisant les outils d'influence digitale sur les réseaux sociaux, dans l'objectif de gérer l'image et la réputation de son organisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les canaux de communication - Les leviers de communication - L'utilisation de la presse - Identification des évènements 	<p>Les objectifs de la stratégie de communication sont définis.</p> <p>Les messages à communiquer sont clairs, percutants, et de nature à toucher le plus grand nombre.</p> <p>La stratégie de communication est adaptée à la cible.</p>

		<p>Les leviers nécessaires pour promouvoir la cause défendue sont identifiés.</p> <p>Le candidat développe une stratégie d'intégration des réseaux sociaux dans sa communication.</p>
<p>Compétence 4 : Rédiger des propositions d'amendements aux textes officiels des instances décisionnelles en développant des argumentaires, afin d'intervenir dans la construction des textes législatifs et réglementaires, au niveau national et/ou international</p>	<p>2/ la rédaction d'un « position paper » dans lequel le candidat développe un argumentaire et prend position</p>	<p>Le « position paper » est de qualité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'argumentaire est clair et concis. - Les intérêts défendus sont clairement définis. - Il est convaincant. - Il présente les meilleures solutions pour que le texte soit acceptable par tous et adopté par la majorité.
<p>Compétence 5 : Mener une négociation auprès des parties prenantes en utilisant des techniques spécifiques en négociation pour faire évoluer les échanges en sa faveur, afin de convaincre et d'arriver à une ligne de conduite et compromis acceptable par toutes ces parties prenantes, tout en respectant la stratégie d'affaires publiques définie</p>	<p>3/ la réalisation d'un « pitch » qui présente le projet, les enjeux et la problématique</p> <p>4/ la conduite d'une négociation</p>	<p>Le candidat s'identifie clairement auprès de ses interlocuteurs.</p> <p>Le « pitch » est rapide, concis et agile. Il présente les intérêts défendus.</p> <p>Il anticipe les prises de position de toutes les parties prenantes.</p> <p>Les risques de la négociation sont identifiés. La marge de manœuvre pour réduire les divergences entre soi et son interlocuteur est définie.</p>



Le candidat démontre une ouverture par rapport à un compromis.

Les techniques de la négociation sont mises en œuvre :

- Identification des forces et faiblesses de chaque interlocuteur
- gestion du rapport de force
- utilisation de la médiation
- prise en compte des arguments de l'interlocuteur

Le candidat démontre une capacité à utiliser en simultané ses capacités d'analyse et son esprit de synthèse.

Il fait preuve de leadership et d'agilité.