



## Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation du diplôme d'études supérieures en commerce et entrepreneuriat (Bachelor in Management) - Niveau 6

La description des référentiels obligatoires d'une certification professionnelle figure à l'article L. 6113-1 du code du travail créé par la loi n°2018-71 du 5 septembre 2018 : « Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un référentiel d'activités qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un référentiel de compétences qui identifie les connaissances et les compétences, y compris transversales, qui en découlent et un référentiel d'évaluation qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATIONS	
		Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	Identifie les compétences et connaissances, y compris transversales	définit les critères et modalités d'évaluation des acquis	
<p><b>Bloc 1 : Élaboration de la stratégie entrepreneuriale</b></p> <p>Dans son rôle de manager, le professionnel devra identifier une opportunité de création</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier et apprécier des opportunités et des idées innovantes d'entreprises</li> <li>Maîtriser les techniques d'analyse d'entreprise et d'intelligence compétitive</li> </ul>	<p><b>Mise en pratique professionnelle</b> : il s'agit de simuler un nouveau projet d'entreprise.</p> <p><b>Rapport et présentation orale</b> portant la mise en place d'un plan stratégique argumenté sous forme de pitch</p>	<p>Identification précise et description analytique du risque/opportunité de l'entreprise</p> <p>Maîtrise des techniques d'analyse d'entreprise et de la concurrence</p>

<p>d'activité ou d'entreprise et réfléchir à sa gouvernance. Pour lancer l'activité, il devra analyser l'environnement interne et externe afin d'évaluer les débouchés actuels et potentiels, de proposer un modèle d'entreprise avec une stratégie claire, un business plan et une estimation des ressources et des dépenses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablir un projet d'entreprise et le présenter en intégrant un business model et un business plan qui tient compte des problématiques légales, éthiques et environnementales</li> <li>• Prendre en compte et négocier les relations avec les parties prenantes</li> </ul>	<p><b>Analyses de situations d'actualité</b> (individuelle et en groupe) afin d'identifier la prise de hauteur sur des situations complexes.</p> <p><b>Analyse de cas</b> afin d'identifier les enjeux stratégiques.</p>	<p>Définition d'une orientation stratégique claire en réponse au problème/à l'opportunité commerciale et établissement d'objectifs stratégiques mesurables</p> <p>Mise en place d'un business plan structuré, cohérent avec les objectifs stratégiques et articulé sur le plan budgétaire.</p> <p>Prise en compte des implications des parties prenantes et formulation des recommandations pertinentes</p>
<p><b>Bloc 2 : Management opérationnel et des équipes</b></p> <p>Dans le cadre d'activités courantes ou d'innovation, il s'agira de suivre l'exécution des processus divers : Ventes, Marketing, organisation, financement, achats, etc., en s'appuyant sur une gestion efficiente des équipes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer un plan marketing et commercial fondé sur l'analyse des données et optimiser la relation client avec des outils (ex. CRM).</li> <li>• Recruter, gérer et faire évoluer la carrière des équipes (force de vente, équipes projets, équipes supports).</li> </ul>	<p><b>Rédaction d'un plan marketing et commercial :</b> dans le cadre de la simulation d'un projet d'entreprise</p> <p><b>Rapport écrit et présentation orale :</b> pour expliquer le choix d'une méthode de management et de politiques d'incentive.</p>	<p>Mise en place précise et structurée du plan d'action marketing et commercial</p> <p>Identification des méthodes de management d'équipes et de politiques adaptées pour faciliter l'engagement et la performance</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer et suivre des processus et des indicateurs financiers : budget, gestion, contrôle et analyse des équilibres et des besoins de financement.</li> <li>• Proposer un plan opérationnel de gestion et suivi des activités.</li> <li>• Promouvoir l'innovation dans les organisations</li> </ul>	<p><b>Projet d'entreprise en équipe :</b> il s'agit de construire un budget et proposer des indicateurs de pilotage ainsi qu'un plan opérationnel de l'activité.</p> <p><b>Cas pratique :</b> le but est d'identifier les enjeux stratégiques dans le cadre de la proposition d'un nouveau projet, activité, produit ou services</p>	<p>Cohérence des processus financiers et indicateurs proposés (ex. exhaustivité du budget).</p> <p>Sélection et utilisation adéquates d'outils et indicateurs de gestion des activités</p> <p>Faisabilité des propositions d'innovation : projet pilote, nouveau produit, service, expérience, etc.</p>
<p><b>Bloc 3 : Management control</b></p> <p>Il s'agit de mettre en place une gestion de la performance grâce à des mesures et des indicateurs suite à un audit. Des actions correctives et des recommandations sont formulées dans le cadre d'un rapport.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser un audit des processus</li> <li>• Etablir des standards objectifs de performance</li> </ul>	<p><b>Mise en pratique professionnelle :</b> il s'agira d'effectuer un audit dans le but d'élaborer un rapport avec des recommandations.</p> <p><b>Rapport écrit et présentation orale</b> portant sur la mise en place d'un plan stratégique argumenté et des performances à atteindre.</p>	<p>Évaluation de l'exhaustivité des observations sur le périmètre audité ainsi que des non conformités (NC) relevées et de points forts des processus.</p> <p>Adéquation des objectifs de performance proposés avec le cadre légal, l'exigence du marché et des moyens disponibles.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Émettre des recommandations sur les procédures comptables et financières</li> <li>• Mettre en place des indicateurs de performance /KPIs</li> </ul>	<p><b>Analyse de cas :</b> afin d'identifier les procédures et l'exactitude de calculs comptables et financiers.</p> <p><b>Cas pratique :</b> proposer de KPIs suite à l'analyse d'une situation réelle</p>	<p>Conformité des procédures comptables et des calculs réalisés</p> <p>Précision de l'évaluation obtenue à partir des KPIs utilisés et qualité des recommandations qui en découlent</p>
<p><b>Bloc 4 : Management de projet</b></p> <p>Il s'agira d'identifier des opportunités de lancement et de gestion de projets à l'appui d'un plan d'actions, d'une évaluation des risques et de l'identification des ressources nécessaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les risques et opportunités associées à un projet ainsi que les parties prenantes impliquées.</li> <li>• Fixer les objectifs du projet, planifier ses étapes et décrire ses livrables.</li> <li>• Assurer le suivi du projet en respectant les échéances et ressources allouées</li> <li>• Evaluer le projet, ses résultats et appliquer des actions correctives si nécessaire</li> </ul>	<p><b>Conduite d'un projet concret en équipe</b> dans le but d'appliquer toutes les étapes de la gestion de projet : dimensionnement, fixation d'objectifs, planification des tâches, suivi dans le respect des délais et des ressources, mesure des impacts.</p>	<p>Analyse des risques et des opportunités permettant un dimensionnement adéquat</p> <p>Faisabilité et cohérence du projet</p> <p>Utilisation pertinente d'outils de suivi et management de projet.</p> <p>Performance du projet, mesure de l'avancée et des résultats via différents outils de pilotage (ex : Indicateurs de suivi, points d'étape, bilan,...)</p>