

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATIONS

Diplôme d'Études Supérieures en Commerce et Management Opérationnel – Titre niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 1 : SITUER L'ORGANISATION DANS UN MONDE COMPLEXE			
Comprendre l'écosystème des entreprises et organisations et assurer une veille, tant sur les plans géopolitiques, sociologiques, économiques et managériaux	<ul style="list-style-type: none"> • Définir clairement le système organisationnel et fonctionnel de l'entreprise ; • Distinguer l'approche économique de l'approche sociologique ; • Présenter un classement des entreprises selon des critères clés (taille, nature d'activité, forme, etc.) ; • Décrire les grands principes de l'économie ; • Identifier les différentes interventions du gouvernement et montrer leur impact sur les résultats des marchés ; • Décrire les principales intuitions qui sous-tendent les concepts de surplus du consommateur et de surplus du producteur ; • Identifier les différents types d'organisation de marché et l'objectif de maximisation du profit d'une entreprise ; • Esquisser et contraster différentes approches pour mesurer la richesse d'un pays ; • Comprendre les interactions économiques entre les États 	<p>Étude de cas en lien avec l'économie et l'organisation des entreprises À partir d'une description d'entreprise, le candidat devra décrire le contexte économique, l'organisation de l'entreprise au regard des éléments externes fournis.</p> <p>Évaluation individuelle Production écrite</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter les grandes typologies des entreprises Expliquer les principes de base du travail et de l'organisation des entreprises - Situer l'entreprise dans le contexte économique (macro et micro) ;
Situer les décisions de gestion dans leur environnement historique, géographique, culturel, sociétal et leurs impacts	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en perspective des événements afin de leur donner sens par rapport à une situation géographique, culturelle et sociétale ; • Relativiser les différentes cultures en recherchant ce qui les rapproche et ce qui les éloigne 	<p>Présentation d'une personnalité en lien avec le monde des affaires et situer son activité en fonction de son environnement historique, géographique, culturel et sociétal. Une lecture obligatoire complète la réflexion et l'analyse.</p> <p>Évaluation orale et écrite</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prendre une hauteur de vue par rapport à toute situation rencontrée ; - Identifier les différentes périodes de l'histoire qui ont marqué les différentes conceptions du monde et de l'être humain
BLOC 2 : APPLIQUER LES METHODES ET TECHNIQUES DE LA GESTION COURANTE DES ORGANISATIONS			
Analyser le marché, les besoins des	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser une étude de marché sur les principaux concurrents : 	À partir d'une étude de cas, le candidat, se positionnant en tant que	Le candidat devra être capable de :

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
consommateurs et la concurrence.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Définir les besoins en informations ○ Identifier les sources d'informations ○ Recueillir les données ○ Structurer les informations ○ Mettre en exergue les facteurs clefs de succès ○ Identifier les chiffres clefs ○ Interpréter les résultats ● Comprendre le consommateur (profil) dans un optique pluridisciplinaire, en se basant sur la psychologie, les sciences cognitives et les neurosciences <ul style="list-style-type: none"> ○ Réaliser des questionnaires de satisfaction auprès des clients ○ Utiliser la technique de Clients mystères avec des grilles d'observation ○ Veille et rapport sur les tendances du secteur à l'aide des acteurs institutionnels, des newsletters, des salons... ● Présenter les facteurs influençant le comportement du consommateur 	<p>consultant, devra réaliser, une étude de marché pour une entreprise. Le candidat devra intégrer toutes les étapes de l'analyse du besoin à la formalisation de la mise en production d'un nouveau produit.</p> <p>Évaluation collective Production écrite et orale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sélectionner les informations en adéquation avec le sujet ; - Sélectionner des informations d'actualités ; - Sélectionner uniquement des informations utiles ; - Définir les caractéristiques de la demande et de l'offre ; - Regrouper les informations par thèmes cohérents ; - Présenter les résultats sous forme de tableaux ou de synthèse ; - Définir les points importants à prendre en compte ; - Appliquer ces théories du comportement du consommateur à des problématiques relatives au comportement du consommateur.
Appliquer des techniques et outils dans les différents domaines de gestion	<ul style="list-style-type: none"> ● Utiliser l'informatique de gestion, dont les outils pack office (Excel-Word-Powerpoint) ; ● Utiliser les outils liés au CRM - Outil de Gestion des Clients ; ● Appliquer les méthodes statiques à la gestion ; ● Élaborer un compte de résultat simplifié et un bilan simplifié ; ● Créer et gérer des feuilles de calcul, des classeurs, des cellules et pages, des tableaux Excel ; ● Suivre les ventes et les prévisions pour assurer la disponibilité des produits et superviser la préparation des commandes ; ● Identifier les besoins en approvisionnement ; ● Collecter, organiser, représenter, résumer et interpréter des données et réaliser une représentation graphique des données statistiques ; 	<p>Le candidat élabore un prévisionnel d'activités dans le cadre d'un projet de création de produit ou de service dans un contexte défini. Il réalise les documents prévisionnels d'activités : plan de financement, plan de trésorerie, études de marché appliqué, études statistiques et veille concurrentielle. Il applique les tâches techniques liées à Excel au cas d'entreprise.</p> <p>Évaluation individuelle et collective Production écrite et orale</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conceptualiser une étude statistique et l'expliquer. - Utiliser les outils Pack office. - Coordonner les moyens pour mettre en place une activité et évaluer les enjeux financiers. - Résoudre les problèmes rencontrés et/ou proposer des améliorations pour l'activité. - Faire remonter les informations à sa direction sous forme de synthèse, statistiques et bilan comptable.

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
	<ul style="list-style-type: none"> Établir un bilan sur les ventes et les résultats de l'année passée (chiffre d'affaires, marge, part de marché, taux de rupture...); Suivre les dépenses et les résultats de l'équipe; Reporter à sa direction l'état de ses indicateurs de gestion et ses propositions d'améliorations. 		
Contrôler le respect des règles, pratiques, normes	<ul style="list-style-type: none"> Détenir une palette d'informations juridiques concernant le droit du travail et l'activité sociétaire Maîtriser les concepts fondamentaux du droit Être un interlocuteur crédible face aux salariés, aux managers et aux professionnels. Connaître les règles liées à la concurrence entre entreprises et, entre entreprise et consommateurs. 	Évaluation individuelle - A partir d'un cas pratique, le candidat devra répondre à un choix juridique d'entreprise et y appliquer les règles en lien avec les relations individuelles du travail.	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rechercher l'information et apporter des solutions concrètes à une situation juridique. Résoudre un problème simple impliquant le respect des normes. Citer les principales sources de ces droits et sélectionner les règles de droit applicables. Élaborer une stratégie pour résoudre le problème ou reconnaître les situations nécessitant le recours à un professionnel.
BLOC 3 : METTRE EN OEUVRE LES METHODES ET OUTILS MARKETING ET COMMERCIAL EN LIEN AVEC LA STRATEGIE DÉPLOYÉE.			
Participer à l'élaboration de la politique commerciale et marketing	<ul style="list-style-type: none"> Créer une offre marketing simple et d'appliquer des concepts de marketing pour la gestion réussie d'une entreprise. Faire des préconisations d'implantation (produits, lieux de vente, plan de masse et de solutions annexes) à la suite des différentes analyses réalisées. Participer à l'élaboration d'une stratégie marketing (Segmentation, ciblage, positionnement et MIX marketing). Construire un plan d'actions commercial avec des objectifs mesurables et atteignables en termes de chiffres d'affaires. Élaborer un tableau de bord avec des indicateurs permettant de vérifier l'atteinte des objectifs commerciaux. 	<p>À partir d'une étude de cas, le candidat conçoit soit une offre marketing soit le développement d'une prestation dans son intégralité en y associant le plan d'action commercial. Le candidat définit lui-même le produit ou le service concerné, en cohérence avec l'étude de marché. Le candidat devra présenter oralement ses résultats.</p> <p>Évaluation individuelle Production écrite</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> Élaborer une offre répondant à la demande Définir le positionnement de l'offre Définir le mix communication en construisant le message, sélectionnant les médias en adéquation avec la cible et le budget fixé Étudier et diagnostiquer le degré de compétitivité de l'entreprise en établissant son MIX marketing basé sur les 7P et les forces de Porter. Présenter, de manière concise, sa proposition de politique commerciale

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
Mettre en œuvre la politique de distribution et de commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en œuvre des plans d'actions commerciaux. • Assurer le suivi des actions commerciales. • Créer et développer des réseaux afin d'entretenir l'image de l'entreprise. • Préparer et gérer les dossiers en relation avec les responsables commerciaux et techniques (argumentaire de vente, supports de communication...). • Définir les argumentaires de vente spécifique aux marques et aux produits. • Former les commerciaux aux techniques de vente en s'appuyant sur les argumentaires définis et les supports de communication. • Adapter les supports de communication en fonction des produits et services. 	<p>Réalisation d'une étude commerciale mettant en exergue les différentes compétences développées en entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Élaborer un devis commercial - Suivre les devis de la finalisation de la négociation à la mise en œuvre - Traiter les requêtes clients <p>Travail individuel Production écrite</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les différentes étapes de la relation client. - Recueillir tous les besoins du client et présenter l'offre qui répond aux besoins identifiés. - Proposer les offres complémentaires cohérentes par rapport au client et permettant d'augmenter le panier moyen. - Comprendre les problèmes de clients et donc apporter des réponses adéquates. - Traiter ces demandes avant le départ du client. - Remonter l'information à sa direction de façon synthétique. - Préparer une négociation client. - Savoir reformuler les besoins des clients. - Conclure une vente et fidéliser sa clientèle
Mettre en œuvre le plan marketing défini par l'entreprise et participer à la création, la réalisation	<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir les actions et supports de communication : newsletter, plaquette, site internet, etc. • Travailler avec des sous-traitants dans le cadre du plan marketing et communication (graphiste, imprimeur, webmaster). • Analyser le marché et l'environnement externe d'une entreprise (Pestel, Forces de Porter, Concurrence) et en déterminer les facteurs clés de succès. • Analyser les ressources et les compétences clés d'une entreprise. • Réaliser un SWOT. • Lister les avantages concurrentiels d'une entreprise. • Élaborer, en collaboration avec sa hiérarchie, une stratégie marketing (Segmentation, Ciblage, Positionnement et Mix-Marketing). 	<p>Étude de cas À partir d'une situation donnée d'entreprise, le candidat devra proposer une nouvelle stratégie marketing en s'appuyant sur l'analyse de l'entreprise et de son marché.</p> <p>Évaluation individuelle et collective Production écrite</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser un diagnostic forces/faiblesse de l'entreprise (SWOT). - Décrire les avantages concurrentiels d'une entreprise. - Repérer les facteurs de succès d'une entreprise après analyse du marché et de l'environnement. - Appliquer les stratégies marketing. - Communiquer clairement sur le sujet. - Choisir le bon support (outil) pour développer sa communication. - Respecter une charte graphique. - Présenter sa démarche et son choix de support de façon précise. - Être force de proposition pour faire évoluer la stratégie marketing

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
			(segmentation, ciblage, positionnement et mix-marketing).
Développer le portefeuille clients B to B ou B to C	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer les ressorts du comportement des clients en B2C et B2B. • Faire l'état des lieux du portefeuille clients, identifier toutes les opportunités de business et les prioriser. • Identifier les sources d'optimisation du temps. • Faire évoluer l'outil de pilotage commercial et le mettre à jour. 	À partir d'un jeu de simulation d'un entretien client, le candidat devra adapter son argumentaire de vente face au comportement du client. Évaluation individuelle - cas pratique	Seront évaluées les capacités à : <ul style="list-style-type: none"> - Créer un argumentaire spécifique à un produit en prenant en compte les différentes typologies de client - S'adapter à la cible (B to B, B to C, e-commerce...).
BLOC 4 : UTILISER LES OUTILS NUMÉRIQUES POUR COMMUNIQUER, TRAVAILLER AU SEIN D'UNE ORGANISATION ET SE FORMER.			
Utiliser les outils numériques pour traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les outils liés aux nouvelles technologies de l'information et de la communication pour élaborer des supports de communication simples. • Utiliser les supports de l'e-commerce pour communiquer et commercialiser la marque et les offres produits. • Apprendre le maniement de la Creative Suite de Adobe, notamment Photoshop, Illustrator et InDesign. • Concevoir et réaliser des maquettes web pour différents types d'écrans, allant du mobile à la tablette, mais également pour ordinateur de bureau, dans une logique responsive design. • Maîtriser les outils du marketing digital. 	Réalisation de support visuel - Le candidat devra synthétiser les connaissances acquises en créant un support de communication sur un thème imposé. Évaluation individuelle Production orale et écrite	Seront évaluées les capacités à : <ul style="list-style-type: none"> - Distinguer les spécificités de la communication digitale et les outils du numérique. - Communiquer clairement sur le sujet. - Choisir le bon support (outil) pour développer sa communication. - Respecter une charte graphique. - Présenter sa démarche et son choix de support de façon précise. - Réaliser des maquettes web sur portable ou tablette. - Utiliser les supports Photoshop, Illustrator et InDesign.
Connaitre et appliquer les règles de sécurité numérique.	<ul style="list-style-type: none"> • Connaitre les notions de bases en cybersécurité. • Comprendre les contraintes de chaque support et les règles de sécurité y afférant. • Identifier le comportement du cyber-consommateur 	Étude de cas en lien avec des situations d'utilisation de système d'information, de commandes en ligne, de création d'entreprise et de finances d'entreprises dans lesquelles le candidat devra détecter les cas de cybercriminalité Évaluation individuelle Production écrite	Seront évaluées les capacités à : <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les questions juridiques liées à une situation de sécurité juridique - Identifier les principaux comportements issus de la cybercriminalité impactant l'entreprise et le consommateur

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
BLOC 5 : EXPLOITER DES DONNÉES À DES FINS D'ANALYSE ET D'AIDE À LA PRISE DE DÉCISIONS OPÉRATIONNELLES			
Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation	<ul style="list-style-type: none"> Identifier les articles et ouvrages de référence sur une question de gestion, réaliser une synthèse tout en citant les auteurs et les sources 	<p>Le candidat réalisera une recherche documentaire sur un sujet donnée</p> <p>Évaluation individuelle - Production écrite -</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> Justifier de propos via la citation de sources, Établir un plan de recherche documentaire, Utiliser des moteurs de recherche et bases de données bibliographiques ainsi que les méthodes d'analyse bibliographique et de vérification de la rigueur et du sérieux des sources
Construire un plan d'action, être force de proposition et l'argumenter après analyse et diagnostic	<ul style="list-style-type: none"> Construire l'ébauche d'un business-plan et d'un business-model pour faciliter la réussite d'un véritable projet de création d'entreprise. Identifier les enjeux et les risques liés au projet de création d'entreprise. Favoriser l'émergence de l'esprit d'entreprendre. 	<p>Le candidat présentera un plan d'action d'une situation professionnelle, avec bilan, analyse des résultats. Il y décryptera l'environnement professionnel et le marché qui est associé et argumentera ses préconisations.</p> <p>Évaluation individuelle et collective - Production écrite et orale - Mémoire et grand oral</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> Élaborer un plan d'action stratégique Réaliser une analyse et un diagnostic d'entreprise
Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.	<ul style="list-style-type: none"> Comprendre la problématique d'une entreprise, analyser la situation de cette dernière et proposer des recommandations stratégiques et opérationnelles. Savoir appliquer les outils de diagnostic et d'analyse stratégique. 	<p>Réalisation d'une synthèse finale des acquis appliqués à une situation d'entreprise. Le candidat devra être force de propositions managériales et opérationnelles pour une entreprise, argumentées par des théories identifiées dans des ouvrages de référence</p> <p>Évaluation individuelle - Production écrite - Mémoire</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> Chercher et trouver l'information Établir une problématique Définir des questions/problèmes à résoudre Établir une méthodologie pour répondre à cette problématique Présenter et analyser des données de recherche Citer des sources dans le respect des normes étudiées Faire une analyse et une utilisation pertinente des ressources trouvées.

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
			- Aboutir à des solutions théoriques et pratiques accessibles
BLOC 6 : DÉVELOPPER ET VALORISER SON SOCLE DE COMPÉTENCES OPÉRATIONNELLES			
Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française	<ul style="list-style-type: none"> • Savoir s'exprimer, avec aisance, à l'oral face à un public. • Créer ses propres supports de communication. • Préparer un dossier écrit sur une problématique d'entreprise et proposer des axes d'amélioration 	<p>Dans le cadre du Mémoire, le candidat développe et perfectionne ses aptitudes à rédiger, des documents de travail, des rapports d'activité, des analyses tout en respectant des normes explicites ou tacites. Évaluation écrite.</p> <p>Dans le cadre du Grand oral, le candidat sera évalué sur sa capacité à prendre la parole en public et sa capacité de communication structurée et argumentée.</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intégrer dans son mode de communication orale les techniques verbales, non verbales et vocales. - Être capable de s'exprimer, avec aisance, à l'oral face à un public et à l'écrit dans tous les documents d'entreprise. - Créer ses supports de communication. - Restituer par écrit une réflexion professionnelle et personnelle tout en argumentant et étant force de propositions. - Mettre en avant ses capacités d'argumentation.
Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère	<ul style="list-style-type: none"> • Communiquer dans des situations liées à un contexte national et international, dans un cadre professionnel avec des collaborateurs ou des clients. • Comprendre des documents écrits en lien avec le travail en entreprises. 	<p>Le candidat développe et perfectionne ses aptitudes à rédiger, des documents de travail, des rapports d'activité, des analyses en langue étrangère. Évaluation écrite.</p> <p>Dans le cadre d'une soutenance en langue étrangère, le candidat sera évalué sur sa capacité à prendre la parole en public et sa capacité de communication structurée et argumentée.</p> <p>Travail individuel - production orale et écrite</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - S'exprimer en langue étrangère dans les domaines professionnels et personnels ; - Argumenter en langue étrangère et à répondre aux questions
Développer une vision responsable du management	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les grandes questions de l'économie nationale et internationale, et ses impacts sur les choix responsables des entreprises. 	Réalisation d'une mission engagée bénévoles afin de mettre en application ses connaissances et	Seront évaluées les capacités à :

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
avec une ouverture sur le monde qui nous entoure	<ul style="list-style-type: none"> • S'engager personnellement auprès des autres et de son environnement. • Mobiliser un esprit critique et éveillé quant aux évolutions du monde qui nous entoure et leurs conséquences sur l'entreprise, la stratégie, la société, l'environnement, les citoyens. • Connaître les principaux risques psychosociaux et leurs conséquences sur l'individu au travail. • Distinguer la notion de diversité et ses enjeux en entreprise. 	<p>s'engager personnellement sur un projet.</p> <p>Travail individuel - cas pratique - Production écrite</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Expliquer les bases théoriques de l'économie internationale et décrire les évolutions majeures du monde liées à l'économie internationale et d'identifier les liens avec la théorie. - Analyser des documents en lien avec l'économie internationale (textes, données, vidéos). - S'engager sur le terrain au service de populations vulnérables et/ou du développement durable. - Capacité à prendre du recul sur la situation.
Mettre en œuvre des techniques de conduite de projet dans un projet transversal	<ul style="list-style-type: none"> • Partager et utiliser l'ensemble des processus de la gestion de projet • Présenter la méthodologie de pilotage du PMBOK et les compétences métier à acquérir • Comprendre le cycle de vie d'un projet • Établir le plan de Management du projet. 	<p>À partir d'une étude de cas, le candidat devra proposer la gestion d'un projet d'entreprise en identifiant le cycle de vie du produit</p> <p>Évaluation individuelle Production écrite</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Décrire les processus de la gestion de projet. - Expliquer les articulations entre le cycle de vie du projet et les domaines de connaissance ; - Identifier, mémoriser et mettre en relation les différents « domaines de connaissances » du PMBOK afin d'établir un « Plan de Management de projet.
BLOC 7 : AGIR EN RESPONSABILITÉ AU SEIN D'UNE ORGANISATION PROFESSIONNELLE			
Respecter les principes d'éthique et de responsabilité sociétale	<ul style="list-style-type: none"> • Connaître les fondamentaux du développement durable, de la RSE et de l'éthique des affaires. • Communiquer et valoriser la stratégie et les pratiques RSE. • Être sensible aux contraintes globales liées à la prise de décision financière, marketing, managériale et commerciale. 	<p>À partir d'un cas d'entreprise, le candidat évaluera le positionnement RSE d'une entreprise et analysera les choix qu'elle fait en fonction de sa politique de développement durable</p> <p>Évaluation individuelle - Étude de cas - Production écrite</p>	<p>Seront évaluées les capacités à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter la politique éthique et RSE des organisations - Identifier les pratiques RSE et de les mettre en valeur - Identifier les pratiques contraires à l'éthique et à la responsabilité sociétale.

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les enjeux de développement durable et savoir les comprendre pour les organisations. • Appréhender les interactions qui se jouent entre la société et les entreprises 	Le candidat réalisera une mission éthique et RSE au sein d'une organisation - Évaluation individuelle - Production écrite	Seront évaluées les capacités à : <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les enjeux en développement durable et RSE d'une entreprise. - Mobiliser quelques outils et méthodologies permettant d'opérationnaliser une démarche de RSE.
Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier le périmètre, le rôle et les missions de chaque individu. • Se positionner en tant qu'animateur d'équipe. • Intégrer les fondamentaux de l'animation d'équipe : savoir écouter, réguler et s'affirmer pour impliquer et responsabiliser l'équipe. • Déléguer les différentes activités. • S'adapter à l'interlocuteur par une écoute active et empathique. • Gérer les conflits à partir des différents outils. 	À partir d'une situation d'entreprise, le candidat devra décrire la situation managériale de l'entreprise et répondre à la situation de conflit défini par l'entreprise. Évaluation individuelle Production écrite	Seront évaluées les capacités à : <ul style="list-style-type: none"> - Décrire les principaux leviers d'animation managériale. - Expliquer et décomposer une situation de conflit en entreprise. - Utiliser les outils de gestion des conflits. - Interpréter la notion de leadership en lien avec le rôle du manager.
Renforcer ses aptitudes managériales	<ul style="list-style-type: none"> • Développer les savoir-être en termes de comportements professionnels, management du temps et du travail d'équipe. • Appliquer et faire appliquer les règles collectives de travail. • Prendre en compte la santé au travail, détecter les risques psychosociaux. • Respecter et faire respecter la diversité des appartenances, des opinions et des croyances. • Construire et piloter son propre projet (management de soi). • Apprendre à apprendre et à désapprendre. 	En s'appuyant sur un cas d'entreprise, le candidat analysera la politique managériale d'une organisation, l'évolution de carrière de ses salariés, la prise en compte de la question de la diversité et présentera les risques psychosociaux associés. Évaluation individuelle - Cas pratique - Production écrite	Seront évaluées les capacités à : <ul style="list-style-type: none"> - Décrire les activités avancées de la RH en entreprise ; - Décomposer la notion de carrière ; - Structurer les risques psychosociaux au travail ; - Distinguer la notion de diversité et ses enjeux en entreprise ; - Structurer la notion de bilan social ; - Critiquer la notion de compétences et en détecter la gestion en entreprise - Construire et piloter son propre projet professionnel (élaboration du plan d'action et diagnostic de ses potentiels) - Capacité à se projeter à court et moyen terme