

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Bloc 1 : Analyse du marché permettant une approche stratégique alignée sur les objectifs de l'organisation, à court, moyen et long terme, en tenant compte des problématiques DD-RSE actuelles.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collecte, interprétation et synthèse de données économiques, sectorielles et concurrentielles. • Identification des tendances émergentes, évaluation des opportunités et des risques du marché, en particulier concernant les aspects DD-RSE actuels. • Formulation de recommandations stratégiques • Développement et mise en œuvre de plans stratégiques efficaces. • Collaboration avec les parties prenantes pour établir clairement les objectifs commerciaux du projet digital, en les alignant sur la stratégie globale de l'entreprise. 	<p>Identifier les données-clients importantes au regard de la stratégie de l'entreprise, en vue de procéder à l'analyse statistique du marché.</p> <p>Segmenter le marché en différentes cibles qualitatives, en s'appuyant sur l'analyse des données collectées, afin de préparer une campagne marketing et d'optimiser sa rentabilité.</p> <p>Formuler une proposition de valeur de l'entreprise au regard de la cible privilégiée afin de rapprocher celle-ci des motivations présumées des clients professionnels.</p> <p>Identifier l'ensemble des canaux de prospection correspondant à la stratégie commerciale de l'entreprise, dans le but d'adapter l'action de prospection aux moyens humains et techniques disponibles.</p> <p>Mener une veille technologique et concurrentielle en vue d'identifier les nouvelles technologies porteuses d'amélioration du système de production et de caractériser les attentes des consommateurs en termes de personnalisation, de délais, de prix, etc.</p> <p>Identifier un besoin au sein de son entreprise, dans le cadre de sa stratégie, en vue de prendre la responsabilité personnelle d'un projet innovant et correspondant aux attentes.</p> <p>Maîtriser les notions essentielles de statistique descriptive et inférentielle, en vue d'analyser et modéliser des ensembles de données.</p> <p>Maîtriser les principes essentiels du droit des affaires, dans le but de conduire ses négociations professionnelles dans le respect des normes et réglementations en vigueur.</p>	<p>Présentation d'un dossier écrit et d'un oral devant un jury d'experts composé du commanditaire entreprise (et éventuellement de son équipe) et des experts enseignants de la certification.</p> <p>Étude de cas (sur un cas réel ou simulé d'entreprise), le candidat doit réaliser un business model, et un business plan synthétique proposant la mise sur le marché de l'innovation.</p> <p>Étude de cas de simulation de mise en place de partenariats</p> <p>Étude de cas simulée (cahier des charges pour une relation avec un service de communication)</p> <p>Benchmark concurrentiel et rendu final avec présentation.</p> <p>Elaboration et présentation de notes de recherches qualitatives et quantitatives.</p> <p>Utilisation d'une architecture BigData pour réaliser des analyses de données.</p>	<p>Qualité des données identifiées</p> <p>Pertinence des cibles choisies</p> <p>Rigueur dans les analyses</p> <p>Adéquation entre les cibles choisies et les résultats obtenus</p> <p>Qualité de l'analyse de besoin, des interviews réalisées, de la restitution</p> <p>Compréhension des principes de mathématiques et statistiques</p> <p>Maîtrise des outils de datavision et interprétation des résultats obtenus</p> <p>Maîtrise des principales composantes du droit des affaires et qualité d'analyse des cas/travaux</p> <p>Capacité à analyser l'intensité concurrentielle d'un marché et de collecter les données relatives aux acteurs de ce marché</p> <p>Capacité à distinguer les méthodologies, l'approche et</p>

	<p>Utiliser les méthodologies d'analyse et de traitement des données massives en vue de choisir les logiciels adaptés à celles-ci (via Phyton ou R).</p>	<p>Examen final et travaux de réflexion durant les cours. Épreuves individuelles, examens sur table.</p> <p>Mise en situation professionnelle (stage en entreprise ou alternance).</p>	<p>les logiciels à utiliser pour l'analyser des données.</p>
<p>Bloc 2 : Analyse des besoins, processus et exigences tout au long du cycle de vie du projet digital, en accord avec les parties prenantes, la réglementation en vigueur et le budget défini.</p> <ul style="list-style-type: none"> Recueil des besoins des différentes parties prenantes internes et externes du projet Étude des processus opérationnels existants permettant d'identifier les lacunes, inefficacités et opportunités d'amélioration. Classement des besoins en fonction de leur importance et de leur impact sur les objectifs globaux du projet, en collaboration avec les différentes parties prenantes et en accord avec le budget défini en amont. Traçabilité des exigences le long du cycle de vie du projet, tout en s'assurant qu'elles soient cohérentes avec les besoins des utilisateurs. 	<p>Préciser les objectifs de la campagne et les modes d'action à mettre en œuvre au regard de chacun des segments de la cible, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, afin de déterminer les résultats à atteindre et de préparer une allocation raisonnée des moyens disponibles.</p> <p>Concevoir une stratégie de vente à distance en choisissant des outils de vente adaptés aux différentes cibles de clientèle et aux objectifs à atteindre. Analyser les solutions possibles au regard des attentes, en vue d'identifier les points clés de l'expérience client/utilisateur.</p> <p>Utiliser les méthodes du design thinking auprès d'un panel de personnes concernées, afin de générer des solutions adaptées au problème posé.</p> <p>Construire le budget d'un projet au sein de l'entreprise en tenant compte de la structure financière de celle-ci, en vue d'assurer la rentabilité du projet conformément aux objectifs fixés.</p> <p>Maîtriser les normes du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) en vue de leur mise en œuvre et protéger les données en suivant les principales recommandations de l'ANSSI (Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information) en matière de cybersécurité.</p> <p>Définir une stratégie de management de la relation-clients en vue de pérenniser la collecte de données utiles et de fidéliser les différents segments de la cible.</p>	<p>Etude de cas d'une campagne de marketing avec spécification des segments cibles.</p> <p>Note de synthèse écrite sur une stratégie de vente et présentation des conclusions majeurs.</p> <p>Elaboration d'un dossier écrit sur une stratégie de management relation-clients.</p> <p>Mise en situation lors d'un exercice de négociation en groupe.</p> <p>Etude de cas avec application de la méthode de design thinking.</p> <p>Étude de cas (sur un cas réel ou simulé d'entreprise), le candidat doit réaliser une campagne de sensibilisation dans son entreprise sur la RGPD et la cybersécurité logicielle et matérielle.</p> <p>Mise en situation professionnelle (stage en entreprise ou alternance) avec le cas d'une entreprise ayant à</p>	<p>Précision et exhaustivité des exigences fonctionnelles et techniques</p> <p>Prise en compte des contraintes non-techniques dont les aspects DD-RSE</p> <p>Qualité de l'analyse bibliographique liée au contexte du projet et/ou de l'entreprise</p> <p>Capacité d'identification des opportunités d'innovation en contexte académique et entreprise</p> <p>Qualité des présentations orales et écrites (y compris en anglais)</p> <p>Capacité à mobiliser la technique de design technique pour générer des solutions adaptées et pertinentes</p>

	<p>Identifier et hiérarchiser les risques de rupture dans les infrastructures ou d'intrusion dans les bases de données, afin de faciliter la conception des parades adaptées en prenant en compte les recommandations de l'ANSSI en matière de cybersécurité.</p> <p>Elaborer un cahier des charges en prenant en compte l'ensemble des normes applicables ainsi que les données techniques et non techniques du projet (aspects humains, sociaux et environnementaux), en vue de répondre aux besoins d'une entreprise et de son environnement.</p>	<p>effectuer des choix d'outils de vente en ligne.</p> <p>Examen final et travaux de réflexion durant les cours. Épreuves individuelles, examens sur table.</p>	<p>Présentation des éléments majeurs de la constitution d'un budget</p> <p>Respect des normes de l'entreprise et la RGPD</p> <p>Respect des règles de cybersécurité logicielle et matérielle en vigueur dans l'entreprise</p> <p>Respect des règles de confidentialité</p>
<p>Bloc 3 : Coordination de la maîtrise d'œuvre et du déploiement technique en anticipant les impacts sur les processus métiers.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traduction des exigences métier en spécifications techniques détaillées • Définitions d'un planning détaillé des différentes phases du projet, en définissant les jalons, les livrables et les ressources nécessaires. • Choix des technologies les plus adaptées aux besoins du projet, en prenant en compte la scalabilité, la sécurité et la compatibilité avec les autres technologies de la structure. • Evaluation des risques techniques potentiels, et mise en place de stratégies d'atténuation. 	<p>Maîtriser les technologies et les modes d'action à mettre en œuvre sur chacun des canaux de prospection afin d'organiser et conduire un plan d'action commerciale rationnel et efficace.</p> <p>Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux conforme à la réglementation, en vue de consolider l'e-réputation de la structure. Maîtriser les outils de gestion des médias sociaux, leurs analytics et les outils de veille sociale.</p> <p>Maîtriser le déploiement des outils de vente en ligne en fonction des cibles de clientèle et des objectifs à atteindre, via par exemple les plateformes de e-commerce.</p> <p>Produire et utiliser les résultats d'une analyse de données pour anticiper sur le comportement des consommateurs et concevoir de nouvelles orientations stratégiques. Utiliser les outils d'analyse de données avancées (comme Python et R) avec les méthodes de data mining pour visualiser les grandes tendances.</p> <p>Anticiper les différents types d'objections du client et mettre en œuvre des techniques de traitement adaptées.</p>	<p>Étude de cas (sur un cas réel ou simulé d'entreprise), le candidat doit réaliser une stratégie sur les réseaux sociaux dans son entreprise, utilisation d'un CRM, ...</p> <p>Note de synthèse écrite sur la stratégie de communication RS d'une entreprise.</p> <p>Étude de cas (sur un cas réel ou simulé d'entreprise), le candidat doit réaliser des contrats d'approvisionnement et des dispositifs logistiques de fourniture d'un produit ou d'un service.</p> <p>Etude de cas avec la base de données consommateurs d'une entreprise.</p> <p>Etude de cas simulé avec objections de clients à traiter sur un laps de temps défini.</p>	<p>Pertinence du choix des besoins en fonction des objectifs stratégiques de l'entreprise.</p> <p>Capacité à distinguer les composantes majeures d'une stratégie sur les réseaux sociaux.</p> <p>Pertinence des canaux de vente choisis selon la situation.</p> <p>Qualité de l'analyse et pertinence de l'outil d'analyse choisi.</p> <p>Qualité/fonctionnalité du prototype réalisé à partir d'un cahier des charges.</p> <p>Pertinence des techniques choisis pour répondre aux objections des clients.</p>

<ul style="list-style-type: none"> Gestion des impacts du changement sur les processus métier, les anticiper en mettant en place des stratégies d'accompagnement pour assurer l'acceptation des utilisateurs. 	<p>Réaliser un prototype à partir d'un cahier des charges, et conduire les tests de manière rigoureuse, afin d'améliorer et valider la solution imaginée par les concepteurs.</p> <p>Mettre en œuvre les principes essentiels du droit des contrats, dans le but sécuriser les accords de vente sur toute leur durée d'exécution.</p> <p>Identifier les relais locaux nécessaires au développement d'une action commerciale internationale, en vue de conclure les contrats de coopération correspondants.</p> <p>Identifier les relais locaux grâce à une compréhension approfondie des marchés internationaux. Négocier et conclure des contrats de coopération en tenant compte des spécificités culturelles.</p> <p>Choisir et mettre en œuvre des méthodes (exemple : Scrum) et outils de gestion de projet dans le but d'optimiser le temps et les ressources allouées à celui-ci.</p> <p>Aborder des sujets nouveaux avec une approche scientifique et créative, dans le but de concevoir des solutions innovantes aux problèmes posés.</p>	<p>Notes de synthèse sur l'approche adoptée pour résoudre un problème.</p> <p>Rendu écrit individuel sur le choix et la mise en œuvre d'un outil de gestion de projet.</p> <p>Mise en situation professionnelle (stage en entreprise ou alternance).</p> <p>Examen final et travaux de réflexion durant les cours. Épreuves individuelles, examens sur table.</p>	<p>Connaissances des principes essentiels du droit des contrats.</p> <p>Qualité des réponse et connaissance des aspects liés à une action commerciale internationale.</p> <p>Connaissance des composantes des contrats d'approvisionnement.</p> <p>Capacité de proposer et présenter des solutions pertinentes et cohérentes.</p> <p>Connaissance des outils de gestion de projet et pertinence du choix présenté.</p> <p>Connaissance de la méthodologie Scrum.</p>
<p>Bloc 4 : Conduite de projets permettant d'assurer la qualité technique des livrables et une adoption réussie par les utilisateurs finaux.</p> <ul style="list-style-type: none"> Coordination du travail des équipes de développement, avec évaluation de leur performance, assurant une collaboration efficace entre les différents acteurs. Mise en place de processus de tests unitaires intégrés et de 	<p>Utiliser une approche analytique pour adapter les canaux et outils digitaux de communication avec les prospects et les clients en vue de maximiser l'efficacité d'une campagne de marketing digital. Maitriser les outils d'automatisation marketing (type HubSpot, Marketo) et les systèmes de gestion de contenu (type CMS).</p> <p>Séquencer les phases de développement du projet, établir un retro-planning et recenser les besoins et compétences nécessaires à chaque étape, afin de permettre aux parties prenantes de confirmer leur participation.</p> <p>Utiliser les outils de pilotage stratégique (CRM, ERP) destinés à conduire les projets de l'entreprise dans le respect de l'ensemble des parties prenantes et en veillant en temps réel aux écarts susceptibles d'affecter sa rentabilité.</p>	<p>Étude de cas (sur un cas réel ou simulé d'entreprise), le candidat doit réaliser des campagnes de marketing digital</p> <p>Étude de cas (sur un cas réel ou simulé d'entreprise), le candidat doit utiliser des CRM destinés à conduire des projets d'entreprise.</p> <p>Étude de cas pour se familiariser avec les Progiciels de gestion intégré.</p>	<p>Maîtrise des bases du cycle de vie d'une campagne de marketing digital.</p> <p>Maîtrise des bases du cycle de vie du développement logiciel.</p> <p>Pertinence de l'identification des principaux défis managériaux liés à l'élaboration et à l'utilisation des SI dans les organisations</p>

<p>systemes garantissant la qualité technique des livrables.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place de sessions de formation pour les utilisateurs finaux afin de garantir une adoption efficace de la nouvelle solution. • Communication transparente avec toutes les parties prenantes, en fournissant des mises à jour régulières sur l'avancement du déploiement. 	<p>Grâce à des outils de Business Intelligence (PowerBI, QlikView, Tableau), concevoir les tableaux de bord utiles au pilotage sur la base des indicateurs prédéfinis, dans le but de suivre les résultats de l'action en temps réel et de les partager avec l'ensemble des parties prenantes.</p> <p>Définir son projet en interaction avec les publics concernés en interne comme en externe et en cohérence avec leurs attentes, par itérations et tests successifs, afin de bénéficier du maximum d'informations en provenance des futurs utilisateurs.</p> <p>Maîtriser les méthodes et outils de la gestion de projets et de travail collaboratif (type Jira, Trello,...) pour favoriser le travail en équipe, optimiser la gestion du temps et la résolution de problèmes et de conflits.</p> <p>Evaluer un investissement dans le cadre d'un PLM (Product Life Management), en prenant en compte la totalité du cycle de vie, de la conception au démantèlement et jusqu'au traitement des déchets.</p> <p>Dans le cadre d'une action commerciale, définir les principaux axes d'une communication adaptée aux particularités culturelles des pays-cibles, en négociation avec les relais locaux, en vue d'une diffusion de l'offre adaptée aux objectifs. Utiliser les plateformes de réseautage à l'international (type LinkedIn).</p> <p>Animer le réseau commercial et le réseau de partenaires (y compris à distance) en utilisant les outils de communication adaptés, afin de piloter une action commerciale en temps réel et d'anticiper les difficultés et d'apporter les correctifs nécessaires.</p> <p>Mettre en œuvre les principes de l'éthique des affaires afin d'assurer la responsabilité sociale de l'entreprise.</p> <p>Modéliser, conceptualiser une situation professionnelle en s'appuyant sur les apports de la socio-dynamique, afin de faire apparaître ses liens avec des typologies de référence et de mettre en œuvre des techniques</p>	<p>Présentation d'un dossier écrit et d'un oral devant un jury d'experts composé du commanditaire entreprise de la mise en place d'ERP dans les métiers de la finance et du contrôle</p> <p>Mise en situation professionnelle (stage en entreprise ou alternance).</p> <p>Examen final et travaux de réflexion durant les cours. Épreuves individuelles, examens sur table.</p>	<p>Qualité d'argumentation du choix d'un CRM, par rapport à ses fonctionnalités.</p> <p>Pertinence du choix d'un ERP et identification des bénéfices / risques</p> <p>Maîtrise des étapes de la mise en place d'un ERP du besoin initial jusqu'à sa mise en production</p> <p>Qualité de la méthodologie de gestion de projet choisie.</p> <p>Pertinence du planning prévisionnel.</p> <p>Respect des délais.</p> <p>Efficacité de la répartition efficace des rôles dans le projet.</p> <p>Qualité de l'organisation du travail en équipe (outils de communication, réunions, ...).</p> <p>Respect du budget alloué.</p> <p>Satisfaction des parties prenantes.</p> <p>Qualité des livrables.</p> <p>Efficacité de la communication entre les différents acteurs du projet.</p>
---	--	---	--

	<p>de facilitation, notamment en animation de réunions d'équipe, ou en argumentaire face à la hiérarchie.</p> <p>Structurer son argumentaire à l'écrit et oral en vue de communiquer (en français et en anglais) des informations précises et pertinentes à son environnement de travail.</p>		<p>Qualité du reporting.</p> <p>Apprentissage et amélioration continue individuelle et pour l'équipe.</p>
<p>Bloc 5 : Gestion proactive des technologies digitales déployées, en accord avec les besoins utilisateurs et la réglementation.</p> <ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'outils de surveillance permettant une évaluation régulière des performances du projet en fonction des objectifs initiaux, et ajustements si nécessaire pour garantir l'alignement continu avec les besoins commerciaux. Recueils réguliers des retours utilisateurs et ajustements si nécessaire. Mises à jour régulières pour garantir que les technologies digitales utilisées restent à jour en termes de fonctionnalités, de sécurité et de performances. Suivre les licences et les contrats de service. Mise en place d'un support technique pour répondre aux questions des utilisateurs, résoudre les problèmes et assurer une assistance en temps réel. 	<p>Etablir le schéma général des accès futurs à l'application développée, en vue d'assurer leur cohérence avec l'organisation de l'entreprise.</p> <p>Maîtriser les grands principes d'une architecture des systèmes d'information support, afin d'assurer la collecte exhaustive des données utiles.</p> <p>Utiliser les techniques du référencement sur les moteurs de recherche (SEO et SEA) pour améliorer la visibilité du site web de l'entreprise ou d'une application.</p> <p>Définir un format des données stockées adapté à la structure des bases de données (en utilisant par exemple les méthodologies Merise et UML), en vue de faciliter la saisie et la recherche d'informations.</p> <p>Identifier toutes les données gérées par l'application et établir le schéma des requêtes à l'intention des développeurs (langages de référence : SQL, SQL Avancé, In-Memory, etc.) afin d'assurer l'harmonisation de celles-ci et leur efficacité en réponse aux attentes du client.</p> <p>Maîtriser les langages et technologies les plus appropriées à la réalisation du projet de développement (ex : PHP, JavaScript pour les interfaces, ReactNative pour la mobilité, etc.), dans un souci d'optimisation des délais, des coûts et de la qualité du rendu.</p> <p>Maîtriser les bases du langage Python, en vue de concevoir l'intégration d'une intelligence artificielle à des objets connectés.</p> <p>Exploiter les serveurs informatiques distants (le Cloud) en vue d'assurer la continuité de l'activité.</p>	<p>Etude de cas sur la mise en place d'un audit SEO d'un site web.</p> <p>Présentation d'un dossier écrit et d'un oral devant un jury d'experts composé du commanditaire entreprise de la réalisation d'un objet connecté programmable en python.</p> <p>Exercice de réalisation d'un site web et de sa base de données nécessaire à une campagne marketing.</p> <p>Utilisation dans le cadre d'un projet d'un CRM pour organiser un audit des attentes des utilisateurs / consommateur.</p> <p>Utilisation dans le cadre d'un stage d'un CRM pour organiser un audit des attentes des utilisateurs / consommateur en respectant le cadre législatif et le cadre réglementaire de l'entreprise.</p>	<p>Qualité de l'analyse du rôle des SI dans l'organisation de l'entreprise.</p> <p>Niveau de compréhension des principaux effets des technologies et systèmes d'information sur les organisations.</p> <p>Connaitre les fonctionnalités principales d'un CRM.</p> <p>Niveau de maîtrise de la sécurité des systèmes d'information.</p> <p>Conscience de l'importance de la journalisation, du filtrage et ses fonctionnalités aux différents niveaux de la modélisation OSI.</p> <p>Compréhension des tracking et leurs importances.</p> <p>Qualité de l'optimisation SEO du site web.</p> <p>Niveau de maîtrise de la conception et modélisation de</p>

<ul style="list-style-type: none"> Mise en œuvre de mesures de sécurité proactives, surveiller les menaces potentielles et garantir la conformité aux normes et réglementations en vigueur. Maintien d'une documentation technique à jour pour faciliter la résolution des problèmes et la formation des nouveaux membres de l'équipe. 	<p>Maîtriser les principales caractéristiques et les protocoles de l'internet des objets, en vue de concevoir et réaliser des systèmes connectés.</p> <p>Concevoir un site web ou une application en ligne adaptée aux objectifs, afin d'assurer la mise en œuvre technique d'une campagne de marketing digital sur différents types de supports terminaux. Utiliser les systèmes de gestion de contenu (CMS).</p> <p>Mettre en place des systèmes type Chatbots pour fournir des réponses rapides aux questions fréquentes.</p> <p>Organiser un audit des attentes des utilisateurs / consommateurs, en utilisant différents canaux de collecte de données (interviews, questionnaires, analyse d'activité, observation, etc.) en vue de formaliser les résultats sous forme de personae traduisant les comportements observés et la hiérarchie des besoins des utilisateurs.</p> <p>Organiser la chaîne logistique dans le respect des réglementations locales et internationales, en utilisant les technologies numériques d'optimisation, afin de réaliser l'action au mieux des intérêts de l'entreprise et des destinataires finaux.</p>	<p>Mise en situation professionnelle (stage en entreprise ou alternance).</p> <p>Examen final et travaux de réflexion durant les cours.</p> <p>Épreuves individuelles, examens sur table.</p>	<p>Bases de Données Méta-Modélisation, Formalismes utilisés (ER, EER, UML, ...)</p> <p>Expression et cohérence des contraintes (SQL2/3, PL/SQL, OCL, ...)</p> <p>Niveau d'optimisation des requêtes et de l'architecture de SGBD.</p> <p>Niveau de maîtrise de de l'administration de bases de données.</p> <p>Niveau de maîtrise des bases de programmation web HTML et CSS.</p> <p>Utilisation de JavaScript, des variables et types de valeurs, et des structures de contrôle.</p> <p>Connaissance des concepts de base du Cloud Computing, SaaS, PaaS.</p> <p>Qualité et fonctionnalités d'un prototype avec capteurs et actionneurs.</p>
--	--	---	---