

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>	
<ul style="list-style-type: none"> • Recueil, analyse et exploitation des données du marché • Élaboration d'une stratégie marketing et communication. • Détection des tendances et des besoins latents. • Conception d'un plan de communication on et offline. 	<p>B1.C1. Réaliser un diagnostic interne et externe pour identifier les forces et faiblesses de l'entreprise face aux opportunités et aux risques liés à l'environnement</p> <p>B1.C2. Segmenter un marché pour déterminer les cibles de clients potentiels et choisir un positionnement produit.</p> <p>B1.C3. Analyser des données pour identifier les tendances d'un marché et anticiper les comportements des clients.</p> <p>B1.C4. Établir le marketing mix d'un produit pour lancer une nouvelle offre sur un marché.</p> <p>B1.C5. Concevoir un plan de communication multicanal pour diffuser l'information produit vers les acheteurs potentiels et les acteurs internes.</p>	<p>Études de cas individuelles portant sur l'analyse stratégique de l'environnement et le diagnostic interne de l'entreprise. L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit et une présentation orale où l'on valide chez l'apprenant la maîtrise des outils d'analyse de l'environnement externe et interne et la capacité à prendre en compte des dimensions multiples dans l'analyse.</p> <p>Projets Marketing et communication Travail de groupe pour l'élaboration d'une stratégie marketing et communication. L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant la capacité à sourcer et analyser des données en adoptant des méthodologies robustes pour livrer un rendu pertinent.</p>	<p>Critères d'évaluation pour les études de cas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le diagnostic stratégique est réalisé à partir d'une analyse Forces-Faiblesses et Opportunités-Menaces ; • La segmentation marché est cohérente avec le positionnement produit ; • Les tendances de marché sont identifiées. <p>Critères d'évaluation pour les projets</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le plan de communication prévoit des actions <i>online</i> et <i>offline</i> ; • Le marketing mix correspond au positionnement produit ; • La nouvelle offre produit peut être lancée.
<p>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestion financière de l'entreprise • Optimisation de la performance économique • Introduction d'indicateurs de 	<p>B2.C1. Intégrer les axes et les objectifs stratégiques pour élaborer un budget prévisionnel pluriannuel.</p> <p>B2.C2. Analyser et interpréter un bilan et un compte de résultats pour évaluer la santé financière et la performance économique d'une entreprise.</p>	<p>Études de cas individuelles portant sur l'enregistrement des opérations comptables, l'établissement du compte de résultat et du bilan, les tableaux de <i>cash flows</i>, l'analyse financière sur la base des principaux ratios financiers et RSE, la préparation d'un audit financier, l'incidence fiscale et légale sur la formation du résultat net.</p> <p>Travaux pratiques : analyse financière et diagnostic de performance RSE d'une société à choisir parmi celles proposées par l'intervenant.</p>	<p>Critères d'évaluation pour les études de cas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le budget prend en compte les objectifs stratégiques ; • L'interprétation des états comptables permet d'évaluer la santé financière de l'entreprise étudiée ; • L'analyse des ratios financiers et des indicateurs RSE révèle le niveau de performance globale de l'entreprise.

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
<p>performance en lien avec la RSE.</p>	<p>B2.C3. Mobiliser les principaux ratios pour procéder à l'analyse financière et RSE d'une entité économique.</p> <p>B2.C4. Déterminer les structures de coûts et de marges pour monitorer l'atteinte d'objectifs de rentabilité.</p> <p>B2.C5. Analyser les cash flows pour mesurer la capacité d'autofinancement de l'entreprise.</p> <p>B2.C6. Prendre en compte le cadre fiscal et légal pour évaluer le résultat net de fin d'année.</p> <p>B2.C7. Préparer un audit financier pour évaluer les actifs et analyser la performance opérationnelle d'une entreprise.</p>		<p>Critères d'évaluation pour l'analyse d'une société</p> <ul style="list-style-type: none"> • La structure de coûts est identifiée et caractérisée ; • La capacité d'autofinancement est calculée suivant les normes attendues ; • Le résultat net est déterminé en fonction des règles fiscales en vigueur ; • L'analyse de la performance opérationnelle repose sur une évaluation des actifs de l'entreprise selon les méthodes et normes attendues.
<ul style="list-style-type: none"> • Management des hommes. • Conduite de projets à l'international. • Coordination et répartition des tâches. • Définition des livrables et des jalons d'un projet. 	<p>B3.C1. Recueillir les besoins d'un commanditaire international pour les transformer en cahier des charges fonctionnel.</p> <p>B3. C2. Négocier en langue étrangère avec un commanditaire pour fixer les objectifs et les livrables d'un projet.</p>	<p>Études de cas individuelles portant sur le comportement organisationnel, la théorie des organisations, la dynamique de groupes, et le développement durable. L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit et une présentation orale où l'on valide chez l'apprenant des compétences de base en management.</p> <p>Travail de groupe sur projets proposé par les intervenants professionnels au cours duquel les apprenants doivent recueillir les besoins d'un commanditaire en anglais et conduire un projet pour produire les livrables attendus.</p>	<p>Critères d'évaluation pour les études de cas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les techniques de conduite et de suivi projet sont acquises ; • Les méthodes de recueil et d'analyse du besoin client sont maîtrisées ; • Les facteurs multiculturels sont pris en compte dans la résolution du cas. <p>Critères d'évaluation pour les projets</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les tâches sont réparties à l'intérieur de l'équipe projet en fonction des compétences ;

<p>REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i></p>	<p>REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i></p>	<p>REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i></p>	
	<p>B3.C3. Mobiliser les principales techniques de conduite de projet pour exécuter la stratégie et produire des livrables conformes aux attentes du commanditaire.</p> <p>B3.C4. Répartir les tâches et coordonner les actions à l'intérieur d'un projet ou d'une entité économique pour optimiser la collaboration entre équipes distantes.</p> <p>B3.C5. Développer son intelligence émotionnelle pour améliorer son efficacité personnelle en comprenant ses émotions et celles des autres.</p> <p>B3.C6. Prendre en compte le comportement organisationnel et les dynamiques de groupes pour répartir les tâches et les processus dans les équipes.</p> <p>B3.C7. Participer à la diffusion des principes liés à la RSE et à l'éthique pour assurer un développement durable des activités de l'entreprise.</p> <p>B3.C8. Adopter une posture d'ouverture et d'écoute pour développer un management multiculturel efficace et un <i>leadership</i> inclusif, soucieux de la diversité et des personnes en situation de handicap (PSH)</p>	<p>L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit et une présentation orale où l'on valide chez l'apprenant la capacité à respecter les objectifs définis au départ pour le projet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs du projet sont clairement définis et communiqués aux équipes ; • Les livrables du projet sont conformes aux attentes du commanditaire ; • Les principes de la RSE et de l'éthique sont pris en compte dans la conduite du projet.

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Conception d'un plan d'action commercial. • Développement des ventes et des parts de marché à l'international. • Conduite de négociation en anglais. • Achats de composants à l'international 	<p>B4.C1. Concevoir un plan d'action commercial pour augmenter les parts de marché en préservant les marges.</p> <p>B4.C2. Mobiliser des connaissances en droit des affaires pour décrypter les principaux enjeux liés à une transaction internationale.</p> <p>B4.C3. Sélectionner et mettre en place des outils de gestion de la relation client pour mieux fidéliser un acheteur.</p> <p>B4.C4. Intégrer les ressorts interculturels et le droit des affaires internationales pour mener des négociations commerciales en anglais.</p> <p>B4.C5. Prendre en compte les contraintes logistiques et douanières pour réaliser les achats de composants et les ventes de produits finis</p>	<p>Études de cas individuelles portant sur l'élaboration d'un plan d'action commercial, le droit des affaires internationales, les contrats de ventes et d'achats à l'international. L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant les compétences de base en commerce international.</p> <p>Mises en situation Jeux de rôle managérial proposant plusieurs situations réelles simulées : négociation de contrats commerciaux, gestion d'une chaîne d'approvisionnement, pilotage de l'action commerciale à l'aide d'un logiciel de CRM. L'évaluation des compétences se fait à travers une observation des attitudes et des comportements et une analyse des décisions prises en situations où sont validés les savoir-faire de l'apprenant en matière de commerce, de négociation, de gestion de la chaîne d'approvisionnement et de CRM.</p>	<p>Critères d'évaluation pour les études de cas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le plan d'action permet d'augmenter les parts de marché ; • Les contrats de vente prévoient des clauses qui préservent les marges ; • Les connaissances en droit des affaires sont suffisantes pour l'établissement d'un contrat conforme aux normes internationales. <p>Critères d'évaluation pour les mises en situation</p> <ul style="list-style-type: none"> • La négociation commerciale a été conduite en intégrant les aspects multiculturels ; • L'anglais des affaires est maîtrisé à un niveau permettant de peser sur l'issue de la négociation ; • Les contraintes logistiques ont été prises en compte dans la négociation ; • Le pilotage de l'action commerciale est réalisé à partir des fonctionnalités d'un outil de CRM.
<ul style="list-style-type: none"> • Conception d'une offre de produits et services accessibles via internet. • Développement et organisation de la chaîne logistique d'une 	<p>B5.C1. Concevoir une offre de produits ou services spécifiques accessible via internet pour développer le chiffre d'affaires et les parts de marché.</p> <p>B5.C2. Contribuer à la spécification de l'interface entre l'internaute et le site pour optimiser l'expérience client</p>	<p>Travail de groupe sur un projet proposé par les intervenants professionnels au cours duquel les apprenants doivent définir un projet e-business et réaliser un prototype de plateforme e-business L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit et une présentation orale où l'on valide chez l'apprenant la capacité à participer concrètement au développement d'un projet e-business.</p> <p>Travaux pratiques sur le référencement naturel et l'achat d'espace sur internet, l'analyse du trafic sur la plateforme, le développement de page web spécifique.</p>	<p>Critères d'évaluation pour le projet</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'offre produit-services est structurée et présentée en respectant les codes de la communication numérique ; • La chaîne d'approvisionnement a été élaborée en fonction des prévisions de ventes ; • L'ergonomie du site permet une expérience client qui surperforme le benchmark.

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
<p>plateforme d'e-commerce.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Élaboration d'une page de site web à partir d'un programme informatique simple. • Recueil et exploitation des données de trafic d'un site internet. • Amélioration continue de l'expérience client via une plateforme d'e-business. 	<p>tout au long du processus d'achat.</p> <p>B5.C3. Organiser la chaîne d'approvisionnement d'une plateforme e-business pour atteindre les niveaux de disponibilité et de qualité de l'offre attendu par le client.</p> <p>B5.C4. Mobiliser les techniques de référencement naturel et de publicité payante pour augmenter la fréquentation du site.</p> <p>B5.C5. Analyser les données de trafic sur le site et proposer des améliorations sur le plan de l'ergonomie et de l'expérience client.</p> <p>B5.C6. Mettre en œuvre un processus de paiement dématérialisé pour assurer la fluidité et la sécurité de toutes les transactions</p> <p>B5.C7. Mobiliser les langages informatiques appropriés pour coder une page de site web.</p>	<p>L'évaluation des compétences est centrée autour de la maîtrise des outils de référencement (SEO, et SEA) et des analyseurs de trafic (Google Analytics et autres).</p>	<p>Critères d'évaluation pour les travaux pratiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les techniques de référencement naturel et payant sont maîtrisées à l'état de l'art professionnel ; • Les conclusions d'analyse de trafic éclairent les décisions stratégiques et opérationnelles ; • Les processus d'amélioration continue permettent d'améliorer l'expérience client-internaute.

<p>REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i></p>	<p>REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i></p>	<p>REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Conception d'un plan de communication omnicanal. • Communication produit sur les réseaux sociaux • Mise en place d'outils pour gérer la relation client. • Prospection de nouveaux clients <i>on line</i>. • Négociation commerciale. 	<p>B6.C1. Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication omnicanal pour exploiter les possibilités offertes par le marketing digital.</p> <p>B6.C2. Mobiliser les réseaux sociaux pour développer la réputation d'une marque sur internet.</p> <p>B6.C3. Sélectionner des prestataires et partenaires externes, fournisseurs d'études de marché ou agences de publicité et de communication digitale, pour optimiser les actions marketing.</p> <p>B6.C4. Mettre en place un outil de gestion de la relation clients pour mieux connaître ses besoins et le fidéliser dans une démarche favorisant la diversité et l'inclusion.</p> <p>B6.C5. Explorer les enjeux de l'analyse de données massives pour éclairer le champs marketing.</p> <p>B6.C6. Prospecter de nouveaux clients pour augmenter les parts de marché en respectant les objectifs de marge.</p> <p>B6.C7. Mobiliser les techniques avancées de négociation pour conclure un contrat de ventes.</p>	<p>Études de cas individuelles portant sur l'élaboration d'un plan de communication digital, la mise en place de stratégie globale SEM (SEO, SEA, SMO), contrat de ventes par internet. L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant le niveau de maîtrise des techniques de marketing digital.</p> <p>Travaux pratiques sur les données massives structurées et non structurées, l'utilisation d'un CRM et les techniques de ventes via les réseaux sociaux. L'évaluation des compétences est centrée autour de la maîtrise des outils de base pour analyser les données, la maîtrise des techniques de WOM sur internet et des outils logiciels pour la gestion de la relation client (CRM).</p>	<p>Critères d'évaluation pour les études de cas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les techniques de référencement payants et naturels sont maîtrisées y compris sur les réseaux sociaux ; • Les principaux concepts, techniques et outils de marketing digital sont activés avec succès dans leurs fonctionnalités de base. <p>Critères d'évaluation pour les Travaux Pratiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les fonctionnalités du CRM sont intégrées à une vision large de la relation client ; • Les données issues du CRM ont fait l'objet d'une analyse qui oriente les décisions commerciales • Les techniques de prospection online sont maîtrisées.

<p>REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i></p>	<p>REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i></p>	<p>REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Identification des parties prenantes d'un écosystème. • Élaboration d'un modèle économique pour une entreprise. • Mise en place d'une organisation de l'ensemble des processus. • Création d'un reporting à partir des données issues du SI. 	<p>B7.C1. Identifier l'ensemble des parties prenantes pour travailler en réseau avec l'écosystème.</p> <p>B7.C2. Élaborer un modèle économique pour optimiser la monétisation des activités.</p> <p>B7.C3. Mettre en place une organisation, des processus et des procédures de contrôle de manière à assurer le bon déroulement des opérations.</p> <p>B7.C4. Mettre en œuvre des indicateurs pour monitorer la performance économique et sociale</p> <p>B7.C5. Exercer son <i>leadership</i> pour fédérer les équipes, gérer les conflits, susciter l'adhésion des personnels, et avoir un management inclusif et soucieux de la diversité et des PSH.</p> <p>B7.C6. Lier le système d'information et les processus de gestion afin de produire un reporting de qualité.</p> <p>B7.C7. Prendre en compte les contraintes de la chaîne d'approvisionnement pour garantir la disponibilité de l'offre auprès des clients.</p>	<p>Études de cas individuelles portant sur l'évaluation de modèles économiques, les indicateurs de performance, les éléments fondamentaux du reporting commercial et financier. L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant le niveau de maîtrise des principaux concepts : KPIs, Reporting et business modèles.</p> <p>Concours d'affaires/Hackathon</p> <p>Jeu sérieux managérial où les apprenants sont immergés dans un univers compétitif et doivent prendre des décisions pour optimiser la création de valeur dans un projet entrepreneurial. L'évaluation est réalisée sur la base des travaux produits et présentés (études, modèles, applications mobiles) par les apprenants.</p>	<p>Critères d'évaluation pour les études de cas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les parties prenantes de l'écosystème sont identifiées ; • Les indicateurs de performance sont alignés sur le modèle économique ; • Les éléments du reporting financier et commercial sont sourcés et documentés par le SI <p>Critères d'évaluation pour le Hackathon</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence et clarté de la solution ; • Proposition de valeur et mise en avant de la solution ; • Les apprenants utilisent une bonne communication orale, visuelle et digitale et font appel à un bon travail d'équipe ;

<p>REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i></p>	<p>REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i></p>	<p>REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Recueil et analyse de données marketing issues de plusieurs pays étrangers. • Élaboration d'une stratégie marketing par pays. • Organisation de la prospection à l'export. • Rédaction de contrats conformes au droit des affaires applicable. 	<p>B8.C1 Recueillir et analyser des données pour identifier les nouveaux usages et les nouveaux besoins dans de nouveaux pays.</p> <p>B8.C2 Transformer les données en informations utiles pour orienter les prises de décision marketing.</p> <p>B8.C3 Rassembler des informations pour participer à élaboration d'une stratégie marketing par pays.</p> <p>B8.C4 Prospector de nouveaux clients internationaux pour développer le volume des ventes à l'export.</p> <p>B8.C5 Intégrer les aspects multiculturels pour gérer des équipes et des opérations à l'international sur plusieurs continents.</p> <p>B8.C6 Prendre en compte les contraintes d'une chaîne logistique internationale globale pour garantir la disponibilité d'une offre produits ou services auprès des clients.</p> <p>B8.C7 Mobiliser des connaissances avancées en droit des affaires pour négocier des contrats avec un fournisseurs ou un client international.</p>	<p>Études de cas individuelles portant sur l'analyse stratégique d'un nouvel environnement – pays, les concepts de culture et de multiculturalité, le droit des affaires internationales. L'évaluation des compétences se fait à travers un rendu écrit où l'on valide chez l'apprenant le niveau de maîtrise des principaux thèmes abordés dans les cas.</p> <p>Business Game Jeu sérieux managérial où les apprenants sont immergés dans un univers compétitif et doivent prendre des décisions pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie de développement commercial à l'international. L'évaluation est réalisée à travers le simulateur qui évalue les parts de marchés et le volume d'affaires réalisé par chaque entreprise en fin de période selon les décisions prises par chaque groupe.</p>	<p>Critères d'évaluation pour les études de cas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les analyses de données incluent une approche multiculturelle ; • Les contrats de vente établis sont conformes au droit applicable ; • Les analyses de données sont différenciées par pays. <p>Critères d'évaluation pour le business game</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marge commerciale de l'entreprise en fin de jeu ; • Niveau des paris de marchés en fin de jeu ; • Les décisions prises ont permis une performance à long terme de l'entreprise ; • L'entreprise est bien classée dans son univers compétitif.

