

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><b>Bloc 1 : Appréhender les codes des espaces hybrides (numériques et humains) et s'approprier et maîtriser les outils experts de son domaine, tout en anticipant l'impact des évolutions technologiques sur l'organisation</b></p>			
<p><b>A1.1 Utilisation des outils numériques et digitaux dans le contexte professionnel sectoriel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement d'une culture numérique et d'une culture des données</li> <li>- Identification et compréhension des différents outils digitaux et des données et mise en relation de ces outils et de leurs usages associés</li> <li>- Maîtrise des outils numériques de base et collaboratifs dans une perspective collaborative dans un environnement de travail hybride</li> <li>- Evaluation critique des informations, leurs sources, leur fiabilité et leurs objectifs de communication</li> <li>- Capacité à évaluer, interpréter, et à extrapoler des données chiffrées ou informationnelles</li> <li>- Navigation dans le respect des normes de sécurité et d'éthique dans l'exploitation des outils digitales</li> </ul>	<p>C1.1.1 Utiliser de manière appropriée, autonome et dans le respect des normes de sécurité et d'éthique, les outils numériques fondamentaux et transversaux au domaine du management afin de collaborer et communiquer efficacement dans un environnement de travail hybride.</p> <p>C1.1.2 Exercer son esprit critique pour distinguer les vraies informations des fausses, en reconnaissant des sources, en croisant des sources et en comprenant les auteurs originaux et leurs objectifs de communication</p>	<p><b>M1 : Mise en situation professionnelle</b> (<i>Evaluation de la compétence C1.1.1</i>)</p> <p>A partir d'une expérience en entreprise, le candidat doit démontrer sa maîtrise des outils numériques de base, approfondir sa maîtrise des outils numériques spécialisés et mettre en œuvre ces usages dans des environnements hybrides.</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Dossier réflexif de ses pratiques en stage Evaluation individuelle</p>	<p><b>Le dossier réflexif, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les outils de base sont utilisés de manière autonome</li> <li>- Les outils sont choisis de manière appropriée selon les tâches à accomplir</li> <li>- Les deux environnements (physiques et digitaux) sont utilisés de façon intégrée et optimisée</li> <li>- L'animation d'une équipe utilise de façon optimisée les deux environnements selon une approche intégrée</li> <li>- Les relations externes sont améliorées par l'usage hybride de ces environnements physiques et numériques</li> </ul>
<p><b>A1.2 Gestion, analyse et exploitation des données internes et externes à l'organisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtrise des techniques avancées d'analyse statistique et modélisation</li> </ul>	<p>C1.2.1 Maîtriser les fonctionnalités avancées des logiciels de gestion de données (Excel notamment) à des fins d'analyse et d'exploitation des données</p>	<p><b>M2 : Cas pratique</b> (<i>Evaluation des compétences C1.3.1 - 1.3.4</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construction d'une Base de données clients</li> </ul>	<p><b>La base, par sa forme et son contenu, est professionnelle et permet de générer les analyses requises :</b></p>

<p>des données, internes et externes, pour faciliter leur interprétation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exploitation des données dans un but de faciliter la prise de décision et émettre des préconisations dans des domaines managériaux divers</li> <li>- Valorisation visuelle et rédactionnelle des données</li> <li>- Mise en œuvre d'une campagne de collecte de données</li> <li>- Prise en compte de la Cybersécurité</li> <li>- Prise en compte de la législation relatives aux données (RGPD)</li> </ul>	<p>C1.2.2 Modéliser des données, appliquer des tests de signification statistiques afin de tester des hypothèses pour faciliter l'interprétation des données et accompagner la prise de décision.</p> <p>C1.2.3 Exploiter les résultats, en prenant en compte les limites statistiques des données, dans le but d'émettre des préconisations</p> <p>C1.2.4 Piloter les processus de collecte, d'analyse, et de structuration des données clients, afin d'en faire un levier de création de valeur et d'accroître la pertinence des décisions et des actions de prospection, et de prévisions des ventes.</p> <p>C1.2.5 Sécuriser la collecte, l'exploitation et le stockage des données, en veillant au respect de la législation, afin de maintenir et consolider la confiance des clients (RGPD &amp; CYBERSECURITY)</p> <p>C1.2.6 Exploiter et valoriser les données, en produisant des rapports et des présentations adaptés à un contexte international, et en formulant des recommandations afin d'améliorer l'impact et le ROI des décisions</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Démonstration de l'exploitation des données</li> <li>- Réalisation d'analyses clefs en lien avec la prospection / fidélisation</li> <li>- Rédaction d'une note de synthèse concernant les normes et les problématiques de sécurité</li> </ul> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Exploitation d'une base de données et formulation de recommandations Evaluation de groupe</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Base qualitative et ergonomique</li> <li>- Réalisation de toutes les opérations requises et justesse de résultats</li> <li>- Qualité d'interprétation des données Les limites sont identifiées</li> <li>- Le candidat a intégré les notions d'éthique et de sécurité dans son approche</li> </ul>
<p><b>A1.3 Maitrise des logiciels graphiques standards dans l'exercice de sa fonction (Canva, Adobe Photoshop, Adobe Indesign.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manipulation des outils graphiques les plus communs (Canva, Adobe Photoshop / Indesign, et les outils d'Intelligence Artificielle)</li> <li>- Création de supports visuels percutants</li> <li>- Respect des règles de Propriété Intellectuelle dans la création de supports</li> </ul>	<p>C1.3.1 Comprendre les principales fonctionnalités des logiciels graphiques pour retoucher et créer des images, créer des supports visuels et marketing simples, dans un souci d'efficacité et de gestion de sa marque.</p> <p>C1.3.2 Connaître les possibilités des logiciels afin d'exprimer ses besoins de création auprès de prestataires et juger la pertinence et les tarifs des solutions proposées.</p>	<p><b>M3 : Cas concret</b> <i>(Evaluation des compétences C1.3.1 - 1.3.3)</i></p> <p>Réalisation d'un support de communication simple (flyer / affiche) sur 2 outils différents Choix des images / textes Note de synthèse sur les outils testés, leurs performances respectives et la simplicité de leur prise en main</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b></p>	<p><b>La réalisation, par sa construction et son esthétique, permet de démontrer :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualité visuelle des supports</li> <li>- Esthétique de la réalisation.</li> <li>- Pertinence de la note de synthèse</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brief de prestataires créateurs</li> </ul>		<p>Réalisation de document Evaluation individuelle</p>	
<p><b>A1.4 Exploitation des réseaux sociaux dans l'exercice de ses fonctions de manager sectoriel :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaissance des réseaux sociaux, architecture et gouvernance</li> <li>- L'économie de l'attention</li> <li>- La fabrique de l'information</li> <li>- Exploitation des réseaux à des fins de prospection, d'influence et de publicité</li> <li>- Les écueils et dérives</li> </ul>	<p>C1.4.1 Comprendre le fonctionnement des outils et plateformes digitaux et leur gouvernance afin d'appréhender leur capacité à capter l'attention des utilisateurs et les mobiliser pour le bien comme pour le mal.</p> <p>C1.4.2 Exercer son esprit critique dans l'analyse d'une campagne digitale (de prospection ou d'influence) afin de décerner ses aspects positifs et négatifs, ainsi que les risques de manipulation et de détournement</p> <p>C1.4.3 Comprendre les enjeux commerciaux des réseaux sociaux dans les milieux culturels, du luxe et du sport.</p> <p>C1.4.4 Comprendre et analyser la notion de diplomatie digitale afin d'exercer sa propre influence</p>	<p><b>M4 : Etude de Cas concret</b> <i>(Evaluation des compétences C1.4.1 - 1.4.4)</i></p> <p><b>Projet de groupe : Analyse d'une campagne de prospection ou d'influence digitale (Organisme à but lucratif ou non-lucratif dans le domaine de la culturel, le sport ou le luxe)</b> Analyse des objectifs, des médias et des cibles Rhétorique employée et capacité de mobilisation Dérives potentielles</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Dossier d'analyse Evaluation de groupe</p>	<p><b>Le dossier d'analyse, par sa forme et son contenu, est professionnelle et permet e générer les analyses requises :</b></p> <p>Qualité et exhaustivité des recherches effectuées Qualité et profondeur de l'analyse Illustrations et arguments Analyse de la rhétorique Point de vue personnel, et recommandations personnelles</p>

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
<b>Bloc 2 : Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés</b>			
<p><b>A2.1 Compréhension de la démarche scientifique rigoureuse et méthodologique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification, collecte et structuration des savoirs concernés dans un domaine</li> <li>- Catégorisation et mise en relation des savoirs menant à la conceptualisation et la problématisation</li> <li>- Formalisation d'une pensée critique</li> <li>- Rédaction académique</li> </ul>	<p>C.2.1.1 Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale</p> <p>C.2.1.2 Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou l'interface de plusieurs domaines</p> <p>C.2.1.3 Identifier, sélectionner et analyser avec un esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation</p>	<p><b>M5 : Projet de recherches individuel</b> <i>(Evaluation des compétences C2.1.1 - 2.2.4)</i></p> <p><b>Mémoire de Master (Graduating Project)</b> A partir d'un mémoire de Master, le candidat identifie une problématique en lien avec une revue de littérature, met en œuvre une méthodologie de recherche visant à résoudre cette problématique, et analyse et discute les résultats de cette recherche en visant à contribuer de façon novatrice à la problématique ciblée.</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Projet de recherche Evaluation individuelle</p>	<p><b>Le projet de recherches, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les savoirs identifiés proviennent de sources académiques fiables et reconnues</li> <li>- les savoirs identifiés sont distingués selon leur degré de diffusion dans la littérature académique et selon leur pertinence vis-à-vis de la problématique ciblée</li> <li>- une problématisation est élaborée selon les savoirs identifiés et selon son intérêt pour le champ professionnel concerné</li> <li>- les concepts sont transférés d'une discipline à une autre de façon à contribuer théoriquement ou conceptuellement au domaine</li> <li>- les savoirs sont mis en relation</li> <li>- les savoirs sont critiqués au regard de la revue des savoirs dans le champ disciplinaire visé et/ou selon une approche transdisciplinaire</li> <li>- une vision conceptuelle est élaborée sur la base de la revue des savoirs</li> <li>- une pensée originale émerge de cette revue des savoirs</li> </ul>

<p><b>A2.2 Résolution de problématique de recherche en lien avec son secteur de spécialisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification d'une méthode pour répondre à un problème sectoriel</li> <li>- Sélection et Mise en œuvre d'une méthodologie appropriée pour répondre à un problème</li> <li>- Collecte et traitement des données</li> <li>- Analyse critique des résultats</li> <li>- Élaboration de solutions applicables pour un domaine</li> </ul>	<p>C2.2.1 Résoudre des problèmes complexes en mobilisant des savoirs pluridisciplinaires pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures</p> <p>C2.2.2 Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques, et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation</p> <p>C2.2.3 Mettre en œuvre une méthodologie de recherche (quantitative ou qualitative) appropriée afin de collecter des données et répondre à la problématique</p> <p>C2.2.4 Tirer des conclusions permettant un apport managérial et conceptuel innovant à la problématique</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- la ou les méthodes de résolution de problème sont celles permettant d'obtenir la meilleure des validités interne et externe</li> <li>- les résultats sont discutés de façon à contribuer à la revue de littérature du domaine</li> <li>- les résultats contribuent de façon originale aux savoirs et méthodes du domaine</li> <li>- les résultats sont contextualisés</li> <li>- les limites sont identifiées</li> </ul>
---	--	--	---

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<p><b>Bloc 3 : Communiquer efficacement dans des contextes multiculturels et multi situationnels et savoir transférer ses connaissances dans l'exercice de ses fonctions de manager / entrepreneur</b></p>			
<p><b>A3.1 Communication écrite et orale en anglais en situations professionnelles spécialisées</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rédaction de synthèses, notes stratégiques, rapports</li> <li>- Maîtrise de la Présentation orale, l'animation de réunions, conférences, et négociations</li> <li>- Maîtrise du vocabulaire spécialisé</li> <li>- Prise de parole en public</li> <li>- Langage verbal et non-verbal</li> </ul>	<p>C3.1.1 Communiquer à des fins professionnelles, par oral et par écrit en anglais, en s'adaptant à son audience et en adoptant le registre approprié.</p> <p>C3.1.2 Structurer sa pensée, à l'écrit ou à l'oral, et en employant le bon vocabulaire afin d'obtenir les résultats escomptés</p> <p>C3.1.3 Maîtriser son langage corporel et sa capacité d'improvisation afin de s'affirmer et maintenir l'attention</p>	<p><b>M6 : Mise en situation professionnelle</b>  <i>(Evaluation des compétences C3.1.1 - 3.1.4)</i></p> <p>Dans le cadre d'une Présentation orale l'étudiant démontre ses compétences orales et écrites (support de présentation)</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b>  Présentation orale</p>	<p><b>La Présentation orale, par sa forme et son contenu, est professionnelle et démontre la maîtrise des éléments suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le support est bien écrit (vocabulaire, registre, contenu)</li> <li>- Le présentateur soigne son discours, son vocabulaire, son rythme pour garder l'attention</li> <li>- Le présentateur s'exprime fluidement sans notes,</li> </ul>

	<p>C3.1.4 Argumenter et débattre, en appliquant les techniques d'argumentation, en exerçant sa capacité d'écoute et d'observation afin de défendre son point de vue et atteindre ses objectifs.</p>	<p>Evaluation de groupe</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les arguments clés sont identifiés et structurés et adaptés selon l'interlocuteur</li> <li>- Le présentateur répond de façon fluide et spontanée aux questions de l'audience</li> <li>- L'interlocuteur est convaincu par son échange avec le candidat</li> </ul>
<p><b>A3.2 Adaptation de posture managériale respectueuse de la diversité pour gérer une équipe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobilisation de compétences d'Intelligence interculturelle</li> <li>- Prise en compte des diversités sur les plans psychologique, intellectuel et social</li> <li>- Recherche d'inclusivité</li> <li>- Reconnaissance des barrières</li> <li>- Gestion des conflits</li> </ul>	<p>C3.2.1 Analyser les contextes, les représentations et les pratiques interculturelles de ses interlocuteurs afin de collaborer efficacement en équipe multiculturelle.</p> <p>C3.2.2 Faire preuve de curiosité et d'empathie envers d'autres pays, leurs civilisations et leurs économies afin de mieux incarner son rôle de manager international</p> <p>C3.2.3 Reconnaître les barrières à l'inclusion afin d'adapter sa posture managériale et élaborer des solutions plus inclusives</p> <p>C3.2.4 Mobiliser son agilité interculturelle et son intelligence émotionnelle afin de gérer et prévenir des conflits</p>	<p><b>M7 Mise en situation en séminaire de leadership</b> (<i>Evaluation des compétences C3.2.1 – C3.3.2</i>)</p> <p>À la suite du Séminaire de Leadership, l'étudiant réalise une réflexion personnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sur les jeux de rôles et le vécu du séminaire</li> <li>- sur sa posture de leadership et ses capacités d'animation</li> <li>- sur les techniques de créativité testés</li> </ul> <p>Il réalise une restitution originale de sa pensée</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Dossier réflexif Evaluation individuelle</p>	<p><b>Le Dossier réflexif, par son contenu et sa forme, et approfondi et prend en compte les critères suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat contextualise son expérience en identifiant les différences culturelles en présence</li> <li>- le candidat identifie la diversité et les obstacles à l'inclusivité en présence dans le groupe</li> <li>- Propose des solutions pour résoudre des conflits</li> <li>- Analyse sa propre posture et ses points d'amélioration</li> <li>- Démontre une bonne Qualité de réflexion et d'introspection</li> </ul>
<p><b>A3.3 Pratique de leadership créatif au service de l'atteinte d'objectifs de management</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prise de connaissance de son style de leadership</li> <li>- Analyse de la dynamique de groupe et de l'intelligence collective</li> <li>- Identification de leviers et de freins à l'adhésion de l'équipe pour ancrer le changement et atteindre ses objectifs de transition</li> <li>- Compréhension des méthodes de créativité</li> </ul>	<p>C3.3.1 Identifier son style de management et ses leviers afin de gérer ses équipes et favoriser l'intelligence collective</p> <p>C3.3.2 Mobiliser l'intelligence collective, en mettant en place les équipes, les supports techniques et les techniques d'animation ad hoc afin de faciliter les échanges instructifs entre parties-prenantes</p>	<p>Il réalise une restitution originale de sa pensée</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Dossier réflexif Evaluation individuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse personnelle de son style de leadership, points forts, points d'amélioration</li> <li>- Analyse de l'expérience d'intelligence collective</li> <li>- analyse de la mise en œuvre d'une technique de créativité de son choix</li> <li>Bilan personnel</li> </ul>

- Mise en œuvre des outils pour les approprier			
--	--	--	--

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
<b>Bloc 4 : Manager en responsabilité au sein de son organisation</b>			
<b>A4.1 Conduite du changement à visée responsable et digitale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboration d'un plan de conduite de changement</li> <li>- Mise en œuvre et pilotage d'un plan de Conduite de changement</li> <li>- Création d'un plan de formation sur les enjeux de la responsabilité sociétale des entreprises dans une optique d'amélioration continue</li> <li>- Exploitation de son statut d'«Influenceur » pour promouvoir le changement</li> </ul>	<p>C4.1.1 Elaborer un plan de conduite de changement en précisant les objectifs, les ressources, les étapes et leurs délais et en analysant les leviers et les barrières afin de favoriser l'adhésion au projet de ses collaborateurs.</p> <p>C4.1.2 Accompagner le changement au sein des équipes en utilisant la communication et la formation comme leviers de réussite, afin de les faire adhérer au projet et favoriser leur montée en compétences</p> <p>C4.1.3 Favoriser le développement de nouveaux savoirs et pratiques professionnelles au sein d'une équipe pour améliorer sa performance</p> <p>C4.1.4 Déployer son influence personnelle et institutionnelle pour promouvoir le changement et mobiliser les parties prenantes</p>	<p><b>M8 Mise en situation professionnelle (réelle ou fictive)</b> <i>(Evaluation des compétences C4.1.1 - C4.1.4)</i></p> <p>Conduite d'un Projet fictif ou réel, impliquant du changement au sein d'une structure. L'étudiant doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser une étude préalable sur la transformation en question, ses origines et ses enjeux</li> <li>- Identifier les impacts (risque / bénéfiques) et les enjeux de la responsabilité sociétale</li> <li>- Définir un plan de conduite de changement</li> <li>- Définir un plan de formation</li> <li>- Identifier son rôle d'influence pour porter le changement.</li> </ul> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Présentation orale et animation de discussion Evaluation de groupe</p>	<p><b>La présentation orale, par son contenu et sa forme, et approfondie et démontre les critères suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les leviers de la conduite du changement (humain, financier, temps, budget) sont identifiés</li> <li>- La dimension responsable est intégrée à la mission et aux actions de l'organisation</li> <li>- Des actions correctrices sont appliquées dans une démarche d'amélioration continue</li> </ul>

<p><b>A4.2 Analyse critique de la Responsabilité Sociétale des Entreprises et des politiques publics dans les entreprises sectorielles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compréhension des enjeux actuels de la transition et de la RSE dans des entreprises sectorielles diverses (culture, luxe, sport, tourisme)</li> <li>- Analyse de la gouvernance présentes dans les secteurs de la culture, et notamment les organismes à buts non lucratifs</li> </ul>	<p>C4.2.1 S’informer des politiques publics en faveur des secteurs culturels et sportifs afin de comprendre les leviers et les freins budgétaires et de gouvernance.</p> <p>C4.2.2 Réaliser une veille documentaire sur les enjeux RSE (déjà en place ou en cours d’élaboration) afin d’anticiper les impacts sur son secteur, de comprendre les impacts positifs ou négatifs et proposer des actions correctives / adaptatives.</p>	<p><b>M9 Etude de cas réel</b> (<i>Evaluation des compétences C4.2.1 – C4.2.2</i>)</p> <p>Les étudiants choisissent un secteur et un critère RSE particulièrement présent dans ce secteur. Ils réalisent des recherches approfondies (revue de presse/revue littéraire) et réalisent une présentation en mettant en évidence les enjeux sociétaux, politiques et environnementaux contemporains. Ils proposent des pistes d’amélioration.</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Présentation orale et animation de discussion Evaluation de groupe</p>	<p><b>La présentation orale, par son contenu et sa forme, et approfondie et démontre les critères suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Profondeur de recherche</li> <li>- Prise en compte des axes sociétales et politiques</li> <li>- Maîtrise du sujet pour animer un débat riche</li> <li>- Dynamique de présentation en groupe</li> </ul>
--	--	--	--

<b>REFERENTIEL D’ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d’activités</i>	<b>REFERENTIEL D’EVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d’évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D’ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D’ÉVALUATION</b>
<p><b>Bloc 5 : Elaborer et piloter une vision stratégique dans un environnement digitalisé, complexe et globalisé</b></p>			
<p><b>A5.1 Construction d’une vision holistique de la stratégie de l’entreprise sectorielle dans l’ère digital et responsable</b></p>	<p>C5.1.1 Analyser le modèle d’affaires de l’entreprise en identifiant les activités clés, les parties prenantes internes et externes, les sources de revenus et les coûts, dont les coûts sociétaux et écologiques.</p>	<p><b>M10 : Etude de cas</b> (<i>Evaluation des compétences C5.1.1 – C5.1.3</i>)</p> <p><b>Etude de cas stratégique d’une entreprise plateforme ou de</b></p>	<p><b>Le rapport, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intégration d'une vision systémique de l'entreprise sectorielle (social, sociétal, économique et environnemental)</li> <li>- Analyse de l'état interne de l'organisation dont ses états financiers, résultats et structure organisationnelle avec l'aide d'outils diagnostiques</li> <li>- Identification de la contribution de sa spécialisation dans la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise</li> <li>- Analyse critique des nouveaux modèles d'affaires « plateformes » et leurs chaînes de valeur au regard des évolutions digitales</li> <li>- Compréhension des enjeux des données et l'intelligence artificielle dans l'optimisation de la performance de l'entreprise</li> </ul>	<p>C5.1.2 Analyser l'environnement externe et ses acteurs avec l'aide d'outils managériaux afin de poser un diagnostic stratégique (PESTEL, SWOT, PORTER)</p> <p>C.5.1.3 Comprendre les enjeux stratégiques des technologies digitales et les modèles d'affaires des entreprises plateformes pour appréhender les évolutions actuelles et futures dans son métier</p>	<p><b>modèles d'affaires intégrant une approche de raréfaction des ressources naturelles</b>, avec mise en œuvre d'outils stratégiques analytiques et mise en exergue les enjeux de l'économie digitalisée dans son domaine de spécialisation</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Etude de cas et rédaction Evaluation de groupe</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat élabore un diagnostic exhaustif avec les outils Stratégiques</li> <li>- Il compare les business model traditionnels et plateformes et identifie les enjeux dans son domaine de spécialisation</li> <li>- Analyse de l'impact de l'AI dans le domaine</li> <li>- Calcule les coûts environnementaux des ressources naturelles</li> <li>- Propose des alternatives argumentés afin de réduire les impacts environnementaux.</li> </ul>
<p><b>A5.2 Connaissances des contextes sociologiques et politiques impactant les projets créatifs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contextualisation des secteurs dans l'économie de consommation (poids, impact, rayonnement, qualité de vie)</li> <li>- Tendances et perspectives des secteurs créatifs</li> <li>- Connaissance des politiques publics en faveur des porteurs de projets (promotion, zones géographiques et accessibilité à la culture, finances et subventions)</li> <li>- Compréhension de la mission de service public, des attentes, des devoirs et obligations</li> </ul>	<p>C5.2.1 Contextualiser son secteur d'activité dans son environnement, afin d'identifier les leviers de croissance, les tendances, les freins et les responsabilités sociétales</p> <p>C5.2.2 Effectuer une veille active sur les politiques publiques en faveur des entreprises sectorielles et culturelles afin de capter les opportunités de développement, l'accès aux subventions, et de se mettre en conformité avec les attentes du service public</p>	<p><b>M11 : Mise en situation</b> (<i>Evaluation des compétences C5.2.1 – C5.2.2</i>)</p> <p>Rédaction de note de synthèse concernant un secteur d'activité : Contextualisation et Positionnement du secteur Poids, tendances et perspectives Politiques publics et attentes de service public Financements existants et potentiels Recommandations</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Note de synthèse Evaluation de groupe</p>	<p><b>La note de synthèse, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p> <p>Contextualisation et Positionnement du secteur Poids, tendances et perspectives Politiques publics et attentes de service public Financements existants et potentiels Recommandations Ecriture synthétique et claire</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Compréhension de la place des arts créatifs dans la société en général (liberté d'expression....</li> </ul>			
<p><b>A5.3 Gestion d'évènementiel dans les secteurs créatifs et sportifs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conception de l'évènement et de l'UX</li> <li>- Préparation des 3 phases – avant, pendant et après évènement</li> <li>- Anticipation des aspects logistiques et sécuritaires</li> <li>- Conception environnementale de l'évènement et son impact</li> <li>- Gestion des RH, notamment sécurité et gestion des bénévoles dans les secteurs créatifs</li> <li>- Gestion des budgets (bases de financement, tarification, accessibilité, gestion de la billetterie)</li> <li>- Marketing et communication des évènements (avant/après)</li> <li>- Merchandising</li> </ul>	<p>C5.3.1 Concevoir un évènement responsable et riche en termes d'Expérience Utilisateur (UX), en identifiant les objectifs, les cibles, et en anticipant les étapes avant, pendant et après l'évènement, afin de disposer d'une vision 360° pour mieux gérer le projet.</p> <p>C5.3.2 Préparer un plan détaillé avec indicateurs, des aspects budgétaires, logistiques, sécurité, encadrement, et communication.</p> <p>C5.3.3 Rechercher des prestataires et des partenaires, au regard de critères environnementaux, afin de limiter l'impact négatif de l'évènement.</p> <p>C5.3.4 Créer un plan de commercialisation, en fixant les tarifs selon les obligations de service public ou intérêt privé afin d'assurer la rentabilité / neutralité financière de l'évènement.</p> <p>C5.3.5 Créer un plan de communication ciblé, afin d'attirer le public escompté, d'assurer le succès commercial de l'évènement et de maximiser les retombées économiques et médiatiques pour la renommée de l'organisation</p>	<p><b>M12 : Mise en situation</b> (<i>Evaluation des compétences C5.3.1 – C5.3.5</i>)</p> <p>Les étudiants rédigent un plan d'actions pour la réalisation d'un évènement réel ou fictif dans leur secteur :</p> <p>Contextualisation et Positionnement l'évènement (objectifs, cibles) Aspects logistiques et humains Aspects commerciaux et marketing Aspects financiers Aspects RSE</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Présentation Orale d'un dossier écrit Evaluation de groupe</p>	<p><b>Le dossier, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p> <p>Originalité de la proposition et du UX exposé Cohérence avec le positionnement de l'organisme organisateur (à but lucratif / non-lucratif) Prise en compte de tous les aspects logistiques, humains, commerciaux, marketing, financier et RSE Profondeur d'analyse et qualité rédactionnelle du dossier</p>
<p><b>A5.4 Elaboration de Stratégie Marketing sectorielle conforme aux exigences RSE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition des enjeux stratégiques de son industrie sectorielle, son positionnement, ses perspectives.</li> <li>- Compréhension de l'impact sociétal et comportemental d'un marketing responsable, éthique et durable</li> </ul>	<p>C5.4.1 Analyser le rôle essentiel des acteurs du marketing dans la transition écologique et sociétale en identifiant les enjeux, les impacts et les parties prenantes dans le but d'inciter une transformation profonde et durable des modèles et les comportements.</p> <p>C5.4.2 Exercer son esprit critique envers les comportements des consommateurs, en identifiant les motivations et les</p>	<p><b>M13 : Mise en situation professionnelle</b> (<i>Evaluation des compétences C5.4.1 – C5.4.3</i>)</p> <p><b>Conception d'une campagne de marketing pour une entreprise réelle ou fictive :</b> Contextualisation du secteur et ses enjeux stratégiques</p>	<p><b>La campagne de marketing, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Les enjeux stratégiques sont identifiés et le plan contextualisé.</li> <li>-L'analyse du consommateur met en lumière les motivations et les</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobilisation des connaissances du comportement du consommateur sectoriel pour construire une proposition de valeur vertueuse dans les secteurs créatifs</li> <li>- Exploitation des notions de marketing social pour modifier les comportements en évitant les pièges de « l'écoblanchiment »</li> </ul>	<p>freins au changement, afin de réaligner ces comportements sur des bases vertueuses et d'innover durablement.</p> <p>C5.4.3 Concevoir des nouveaux produits et plans de communication digitaux, dans le but d'aligner les objectifs financiers et marketing sur les objectifs durables et responsables et répondre au cadre règlementaire sans tomber dans l'écoblanchiment.</p>	<p>Analyse du comportement du consommateur et ses attentes Cohérence avec l'image de marque et ses valeurs Identification d'axes de responsabilisation des consommateurs Identification d'actions clefs et leurs indicateurs</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Présentation Orale d'un plan marketing Evaluation de groupe</p>	<p>freins au regard de l'adoption d'un comportement souhaité. -La campagne marketing est cohérente, originale et porteuse de valeurs -la campagne est juste et vertueuse, et va au-delà du discours écoblanchiment -L'argumentation est bien documentée et pertinente</p>
<p><b>A5.5 Gestion des infrastructures touristiques et sportives</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Définition des périmètres de l'infrastructure (raison d'être, positionnement dans son environnement concurrentiel, capacité d'accueil, saisonnalité des activités)</li> <li>-Identification d'indicateurs de performance (nombre de visiteurs, taux d'occupation, tarif moyen)</li> <li>-Gestion des RH de l'unité et ses autres centres de profits (boutique souvenir/merchandising)</li> </ul>	<p>C5.5.1 Positionner l'infrastructure touristique ou sportive dans son environnement concurrentiel afin de déterminer ses points de différenciation et poser un diagnostic de performance</p> <p>C5.5.2 Collecter et analyser les chiffres clefs de performance actuelle afin de comprendre le potentiel de croissance ou de progression</p> <p>C5.5.3 Proposer des actions pour améliorer la performance de l'infrastructure et ses centres de profits.</p>	<p><b>M14 : Mise en situation professionnelle</b> <i>(Evaluation des compétences C5.5.1 – C5.5.3)</i></p> <p><b>Audit d'une infrastructure existante</b> Les étudiants réalisent un audit d'une structure en partenariat avec une entreprise sportive ou touristique. Ils analysent la performance existante Ils identifient et argumentent des pistes d'amélioration Ils proposent un plan d'action</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Audit écrit et présentation au commanditaire Evaluation de groupe</p>	<p><b>L'audit, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Le positionnement de l'infrastructure est bien comprise</li> <li>L'analyse situationnelle est pertinente et factuelle</li> <li>Les pistes d'amélioration sont réalistes et accessibles</li> <li>Les étudiants endossent leur rôle de consultant, en utilisant les codes et les comportements attendus</li> </ul>

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
<b>Bloc 6 : Concevoir et piloter des solutions innovantes en gestion stratégique des transitions</b>			
<p><b>A6.1 Observation de solutions innovantes dans des situations complexes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exploitation de sens de l'observation et de pensée critique dans des situations complexes</li> <li>- Mobilisation des connaissances théoriques pour créer du sens et des liens dans des situations réelles complexes</li> <li>- Engagement d'échanges de haut niveau pour apporter sa contribution entre experts</li> <li>- Transfert de connaissances entre personnes et entres domaines pour apporter une contribution originale</li> </ul>	<p>C6.1.1 Observer son environnement humain, physique, technique et géopolitique avec un esprit critique</p> <p>C6.1.2 Mobiliser ses connaissances existantes pour voir les liens et donner du sens à ses observations</p> <p>C6.1.3 Monter un projet de voyage d'études, en identifiant des interlocuteurs originaux et percutants, dans le respect du cahier des scharges en termes d'accessibilité et responsabilité, afin de planifier toutes les étapes dans les délais</p> <p>C6.1.4 Engager des échanges de haut niveau avec des interlocuteurs experts afin de comprendre et apprendre de leur expérience</p> <p>C6.1.5. Synthétiser et formaliser ses apprentissages pour partager et transférer les connaissances nouvelles</p>	<p><b>M15 : dossier réflexif original :</b> <i>(Evaluation des compétences C6.1.1 - 6.1.5)</i></p> <p>Lors d'un voyage d'études / visites de terrain (LEX) de visites d'entreprises et de témoignages professionnels le candidat explore, observe, dialogue et exerce sa capacité à apprendre dans des situations réelles complexes afin de créer sa propre pensée originale et la transférer aux autres</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Dossier de réflexion original (vidéo/JT) sur l'expérience vécue Evaluation de groupe avec partie individuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Le dossier réflexif, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></li> <li>- Preuve d'engagement actif dans les échanges et dans les visites</li> <li>- Démonstration une agilité intellectuelle en mobilisant ses connaissances et en créant des liens</li> <li>- Gestion de projet appliqué (planification, logistique, budgétaire...)</li> <li>- Réalisation du projet dans le respect du budget et le délai</li> <li>- Création de support de synthèse originale et pédagogique pour transmettre ses nouveaux acquis</li> </ul>
<p><b>A6.2 Mise en œuvre d'une offre de services différenciante pour augmenter la valeur de son produit/service</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Maitrise du Marketing de Services et ses 3P (People, Physical Evidence, Process)</li> <li>-Analyse de son offre actuelle au regard des caractéristiques des services (intangibilité, variabilité, inséparabilité et périssabilité)</li> </ul>	<p>C6.2.1 Utiliser les concepts clefs du marketing des services pour analyser son offre et l'expérience utilisateur afin d'identifier des points d'amélioration</p> <p>C6.2.2 Préparer un plan d'action concernant le personnel, les processus et les preuves tangibles afin de différencier son offre et améliorer la satisfaction des utilisateurs.</p>	<p><b>M16 : Mise en situation professionnelle :</b> <i>(Evaluation des compétences C6.2.1 - 6.2.5)</i></p> <p><b>Analyse d'une unité et ses services :</b> Bilan, diagnostic et proposition de plan d'action en application des principes du marketing de services</p>	<p><b>La présentation orale, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les analyses sont approfondies et documentées</li> <li>- Les concepts du cours sont bien utilisés pour structurer et approfondir l'approche</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>-Analyse de l'expérience utilisateur (UX) dans son parcours de consommation et identification des points critiques</li> <li>-Définition d'un plan d'actions corrective</li> </ul>		<p><b>Conditions de réalisation :</b> Présentation Orale Evaluation de groupe</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'offre de services est cohérente par rapport à l'expérience de marque souhaitée, et réaliste.</li> <li>- La présentation est dynamique et persuasive</li> </ul>
<p><b>A6.3 Positionnement stratégique de la marque dans son contexte concurrentiel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir le positionnement et le territoire de la marque</li> <li>- Définir la stratégie de gestion de marques</li> <li>- Définir le capital marque</li> </ul>	<p>C6.3.1 Définir la stratégie de gestion des marques, en tenant compte du capital marque, du territoire actuel et des stratégies possibles (marque ombrelle/multi-marques) afin d'affirmer sa réputation sur le marché</p> <p>C6.3.2 Elaborer un diagnostic de la marque, en tenant compte de son positionnement, et de celui de ses concurrents afin de construire une image de marque différenciante, durable et responsable pour pérenniser le développement de l'entreprise</p>	<p><b>M17 : Etude de cas appliquée :</b> <i>(Evaluation des compétences C6.3.1 - 6.3.2)</i> Analyse d'une extension de marque sur un nouveau territoire d'expression</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Présentation Orale Evaluation de groupe</p>	<p><b>La présentation orale, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Choix de marque pertinent</li> <li>-Analyse approfondie en abordant la marque et sa construction son positionnement et son territoire initial, et son capital</li> <li>-Les risques et avantages à l'extension de marque sont abordés</li> <li>-Les préconisations pertinentes</li> </ul>
<p><b>A6.4 Gestion de l'Expérience Clients lors des points de contact dans les secteurs culturels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse des caractéristiques internes (comportements, émotions, ressentis, motivations)</li> <li>- Analyse des caractéristiques externes des consommateurs (culture, social, démographie...)</li> <li>- Analyse des parcours d'achat /de visite des clients et les points de contacts dans un contexte omnicanal (en ligne et dans les enseignes)</li> <li>- Mise en œuvre des principes de Design Thinking pour imaginer des nouveaux processus et expériences</li> <li>- Optimisation de l'expérience consommateur</li> </ul>	<p>C6.4.1 Analyser les variables influençant le comportement du consommateur, en prenant en compte les variables internes et externes, afin d'identifier les facteurs de prise de décision vis-à-vis du produit ou de la marque</p> <p>C6.4.2 Observer et analyser l'expérience du consommateur lors de ses points de contacts avec l'entreprise de culture et ses plateformes (on- / off-line), dans une optique d'amélioration continue pour satisfaire le client</p> <p>C6.4.3 Utiliser les principes du Design Thinking pour analyser et repenser les parcours client afin d'optimiser l'expérience utilisateur</p> <p>C6.4.4 Préconiser des points d'optimisation de l'expérience client dans les points de visite, lieux de ventes physiques et</p>	<p><b>M18 : Etude de cas appliquée :</b> <i>(Evaluation des compétences C6.4.1 - 6.4.4)</i></p> <p><b>Etude de cas pratique sur une entreprise culturelle :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse de l'expérience client et sa prise de décision en appliquant des méthodes managériales</li> <li>- Emploi des techniques de Design Thinking pour innover et transformer les expériences</li> <li>- Propositions de stratégies et d'actions marketing en utilisant les informations et connaissances relatives au consommateur afin de</li> </ul>	<p><b>L'analyse orale du cas, par sa forme et son contenu, est professionnelle et aborde les points suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toutes les variables internes et externes influençant la prise de décision du client sont prises en compte : Variables internes : perceptions, émotions, motivations Variables externes : culture, social, démographie...</li> <li>- Les théories et concepts de comportement du consommateur sont maîtrisés (Maslow, les 4 A du marketing, les 4 P, Hofstede marketing générationnel...).</li> </ul>

	<p>en ligne, afin de fidéliser les clients et maintenir un avantage concurrentiel</p>	<p>maximiser l'efficacité de l'expérience client - Prise en compte des innovations pour animer les points de ventes/visites physiques</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Présentation Orale Evaluation de groupe</p>	<p>- Le candidat propose une stratégie de vente omnicanal en prenant en compte le secteur, la culture et le comportement du consommateur étudié.</p> <p>Le candidat démontre sa capacité d'analyse pour mesurer : parcours client, qualité de service, satisfaction du client...</p> <p>Il développe et justifie un programme marketing mettant le consommateur et l'expérience client en valeur.</p>
--	---	---	---

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<p><b>Bloc 7 : Piloter, contrôler et optimiser la performance des projets innovants dans le respect des objectifs, règles et normes en vigueur</b></p>			
<p><b>A7.1 Pilotage de projet/processus dans une approche multidimensionnelle de la performance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboration d'un cahier des charges responsable et multidimensionnelle</li> <li>- Maîtrise des outils et méthodes de gestion de projet, dont les outils digitaux</li> <li>- Encadrement des membres de l'équipe projet</li> <li>- Respect du planning et des délais</li> </ul>	<p>C7.1.1 Prendre en compte un cahier des charges détaillé en définissant les objectifs, livrables, ressources et délais, et monter une équipe projet qualifiée, ayant des compétences pluridisciplinaires afin de mener à terme le projet [de la phase conception à la phase diffusion]</p> <p>C7.1.2 Se servir des logiciels de gestion de projets digitaux pour planifier, suivre et rectifier, le cas échéant, les paramètres du projet en temps réels dans un souci de performance et d'efficacité.</p>	<p><b>M19 : Mise en situation professionnelle</b> <i>(Evaluation des compétences C7.1.1 – C7.1.5)</i></p> <p>Montage d'un projet à mener pendant plusieurs semaines.</p> <p>Conception d'outils de pilotage et tableau de bord</p>	<p><b>Le dossier réflexif, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p> <p>Réalisation du projet dans le délai imparti, avec les bons livrables. Pertinence des outils développés Pertinence et profondeur de l'autoréflexion du groupe. Mise en évidence des axes d'amélioration du groupe</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Budgétisation et suivi des ressources humaines et financière déployées</li> <li>- Mise en place d'une démarche qualité et ses outils (tableaux de bords/ Indicateurs clefs)</li> </ul>	<p>C7.1.3 Sélectionner, encadrer et mobiliser les membres d'une équipe projet, en adaptant les techniques de management (directif, collaboratif, participatif) selon les besoins du projet</p> <p>C7.1.4 Contrôler et piloter la performance à l'aide d'outils de gestion en élaborant des documents de synthèse, des indicateurs, des écarts et en proposant des actions correctives</p> <p>C7.1.5 Mettre en œuvre une politique de gestion de la qualité dans son domaine de gestion</p>	<p>Dossier de réflexion sur l'expérience vécue et pistes d'amélioration</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Dossier réflexif et collaboratif Evaluation de groupe</p> <p><b>Évaluation individuelle et par les paires :</b></p>	
<p><b>A7.2 Evaluation des impacts financiers des plans d'actions et des projets d'investissements mis en œuvre par l'entreprise sectoriel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compréhension des comptes de l'entreprise dans leur globalité</li> <li>- Traduction des actions en budgets chiffrés et leur gestion</li> <li>- Création de tableaux de bords de pilotage des activités</li> <li>- Evaluation des retours sur investissement</li> </ul>	<p>C7.2.1 Parler un langage commun avec le service financier.</p> <p>C7.2.2 Comprendre la situation générale de l'entreprise à travers ses 3 états financiers (CR, Bilan et Trésorerie) afin de piloter financièrement les projets situés dans son périmètre d'action.</p> <p>C7.2.3 Traduire les plans d'actions en budgets chiffrés afin d'en mesurer les impacts financiers et de peser les risques/bénéfices lors de la prise de décision</p> <p>C7.2.4 Présenter un plan d'investissement en mettant en évidence son retour sur investissement afin de convaincre les parties prenantes d'adopter le budget nécessaire</p> <p>C7.2.5 Savoir mobiliser et piloter divers financements pour la culture (subventions, mécénat, récolte de fonds divers ...) dans le respect des conventions comptables en vigueur</p>	<p><b>M20 : Cas Pratique</b> (<i>Evaluation des compétences C7.2.1 – C7.2.5</i>)</p> <p>Etude des comptes d'une entreprise sectorielle fictive ou réelle, Préparation d'un budget simple</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Résolution d'exercices Evaluation individuelle</p>	<p><b>La résolution des exercices est correcte et démontre :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-compréhension des concepts clefs et les calculs</li> <li>-Bonne répartition / classifications des postes</li> <li>-Justesse et pertinence des analyses financières effectuées pour informer les décisions</li> <li>- Présentation d'un budget selon les normes en vigueur</li> <li>-Analyse des risques / bénéfiques des options</li> <li>-Préconisation de décision et argumentation</li> <li>-langage financier acquis</li> </ul>
<p><b>A7.3 Organisation d'un dispositif de veille légale et concernant la RSE sur les marchés sectoriels de l'entreprise (national / international)</b></p>	<p>C7.3.1 Organiser un dispositif de veille, réglementaire et responsable, en identifiant les sources d'informations fiables et en définissant les modalités de recueil et d'exploitation des informations, afin d'alimenter la</p>	<p><b>M21 : Etude de cas réel ou fictif</b> (<i>Evaluation des compétences C7.3.1 – C7.3.2</i>)</p>	<p><b>La note de synthèse, par sa forme et son fond, est professionnelle et démontre les éléments suivants :</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification des sources fiables</li> <li>- Définition des modalités de recueil et d'exploitation des informations</li> <li>- Surveillance de thématiques émergentes notamment Propriété intellectuelle, Ethique, RSE)</li> </ul>	<p>réflexion stratégique et impulser des changements dans les entreprises sectorielles</p> <p>C7.3.2 Repérer les règlements principaux afin d'assurer la mise en conformité de l'entreprise sectorielle</p> <p>C7.3.3 Rédiger des notes de synthèse sur les points de vigilance, en proposant un plan d'actions et en identifiant des recommandations</p>	<p><b>Rédaction de note de synthèse et recommandations : Les étudiants réalisent une veille thématique (légale / RSE) dans le secteur de leur choix</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse détaillée d'un secteur et ses règlements existants et émergents</li> <li>- Consultation de différentes sources (internes et externes) et différentes perspectives (légaux / climat/transitions...).</li> <li>- Identification des points de vigilance impactant les entreprises sectorielles</li> <li>- Formulation de recommandations</li> </ul> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Note de synthèse Evaluation de groupe</p>	<p>Réalisation de toutes les analyses requises</p> <p>Qualité de recherche et profondeur d'analyse avec bon emploi des concepts.</p> <p>Qualité d'interprétation et de conseil basés sur l'analyse de données</p> <p>Rigueur et pertinence de la note de synthèse</p>
--	---	--	---

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<p><b>Bloc 8 : Identifier les leviers de son développement personnel et professionnel pour porter et incarner la transition</b></p>			
<p><b>A8.1 Elaboration d'un projet professionnel réaliste et aligné à ses valeurs personnelles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compréhension du marché du travail sectoriel national et international</li> <li>- Identification des compétences relatives à des métiers cibles</li> </ul>	<p>C8.1.1 Piloter son projet de développement personnel dans les métiers dits de gestion/management</p> <p>C8.1.2 Mettre en place une veille thématique continue sur l'évolution des compétences attendues sur le marché du travail</p>	<p><b>M22: Dossier réflexif individuel</b> (Evaluation des compétences C8.1.1 - 8.1.3)</p> <p><b>Passeport Carrière</b></p> <p>Le candidat doit compléter sur l'intégralité de son parcours un passeport carrière où il doit compiler les éléments relatifs à l'élaboration</p>	<p><b>Le Passeport Carrière, par sa forme et son contenu, est professionnel et contient les éléments analytiques suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les compétences attendues sur le marché du travail sont à jour</li> <li>- son auto-évaluation est exhaustive et honnête</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veille et prospective sur l'évolution des compétences recherchées sur le marché de l'emploi</li> <li>- Connaissance de soi, valorisation de ses talents et potentiels</li> <li>- Capacité à formuler ses aspirations de vie personnelles et d'équilibre vie privée-vie professionnelle</li> <li>- Analyse de ses compétences développées et restant à acquérir</li> <li>- Réseautage</li> </ul>	<p>C8.1.3 Construire et entretenir un réseau professionnel afin de piloter son entrée sur le marché de l'emploi et sa carrière</p>	<p>de son projet professionnel (CV, profil LinkedIn, raison d'être, pitch vidéo, bilans et analyses réflexives sur ses expériences en entreprise)</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Dossier réflexif</p> <p><b>Évaluation individuelle</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le CV est à jour, bien présenté et adapté selon le contexte</li> <li>- le profil LinkedIn est animé et le réseau est exploité</li> <li>- le pitch vidéo est fluide et convaincant</li> <li>- les expériences professionnalisantes sont analysées selon une approche compétence</li> <li>- les actions visant à améliorer son profil sont entreprises</li> </ul>
<p><b>A8.2 Développement d'une posture professionnelle en adéquation avec son projet professionnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gain en compétences dites « soft skills » (présence, leadership, capacité d'adaptation, esprit collaboratif, etc.)</li> <li>- Adoption d'une posture propice à l'apprentissage</li> <li>- Capacité à faire évoluer son portefeuille de compétences selon l'évolution de ses projets et l'évolution du monde du travail</li> </ul>	<p>C8.2.1 Prendre ses responsabilités et faire preuve de leadership et d'esprit collaboratif afin de guider, animer et encadrer des équipes</p> <p>C8.2.2 S'adapter à l'évolution des compétences attendues dans les organisations et apprendre à apprendre</p> <p>C8.2.3 Développer les compétences comportementales et métiers tout au long de sa vie</p>	<p><b>M23 Mise en situation professionnelle</b></p> <p><i>(Evaluation des compétences C8.2.1 – 8.2.2)</i></p> <p>A partir d'une expérience stage vécue, le candidat doit s'exercer dans des fonctions à responsabilité et être en capacité à faire évoluer ses compétences selon les projets en cours</p> <p><b>Conditions de réalisation :</b> Enquête en ligne</p> <p><b>Évaluation par tuteur entreprise.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- le candidat fait preuve de leadership, d'organisation, d'écoute, d'éthique et de bienveillance (critères spécifiques retenus dans le cadre de cette mise en situation)</li> <li>- le candidat identifie les formations auxquelles il doit se former dans le cadre de sa mise en situation</li> <li>- le candidat se forme pendant son expérience, et au-delà du cadre de sa formation initiale</li> <li>- le candidat formalise ses réflexions dans son passeport</li> </ul>

**L'obtention de la certification est conditionnée à la validation de l'ensemble des blocs de compétences selon le parcours, et à la justification de 24 semaines d'expérience professionnelle dans le métier visé si intégration en M1 (ou 16 semaines d'expérience professionnelle dans le métier visé si intégration en M2).**