

REFERENTIEL D'ACTIVITE, DE COMPETENCES ET D'ÉVALUATION

BLOC 1

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
Piloter la mise en œuvre d'une unité commerciale dans le cadre de la stratégie commerciale définie	<p>S'approprier la sémantique et les concepts marketing, en identifiant les acteurs et les règles qui régissent le marketing</p> <p>Maîtriser la démarche et les outils clés du marketing, en analysant les marchés et le comportement des consommateurs</p> <p>Appréhender la notion de valeur en marketing</p> <p>Transformer les variables opérationnelles du mix en création de valeur</p> <p>Mettre en application les concepts de création de valeur</p>	<p>Dans le cadre d'études de cas, les apprenants identifient les acteurs du marketing, déterminent la démarche marketing d'une entreprise</p> <p>Dans le cadre du rapport de stage de 1^{ère} année, les apprenants analysent le marché de l'entreprise, son positionnement, ses concurrents et le comportement des consommateurs</p> <p>Dans le cadre d'études de cas, les apprenants identifient la création de valeur et déterminent un mix adapté à la stratégie</p>	-

BLOC 2

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
Mettre en œuvre les décisions de gestion et analyser leur impact financier à l'échelle d'une unité commerciale	<p>Développer des compétences dans le domaine de la comptabilité et de la finance pour pouvoir analyser l'impact financier des décisions prises et ce pour assurer la pérennité et la performance de leur entreprise.</p> <p>Analyser et interpréter des états financiers</p> <p>Déterminer et interpréter des coûts de revient et des marges pour la prise de décision</p> <p>Analyser les processus budgétaires</p> <p>Concevoir des tableaux de bord et le suivi des indicateurs</p>	<p>Dans le cadre d'un business game spécifique, les apprenants gèrent une mini entreprise et prennent des décisions de gestion sur la base des états et de l'analyse des résultats financiers.</p> <p>Dans le cadre d'études de cas, les apprenants effectuent des calculs de coûts, ils les analysent et préconisent des ajustements</p> <p>Dans le cadre d'une étude de cas spécifiques les apprenants effectuent un montage budgétaire.</p> <p>Dans le cadre d'un business game orienté « pilotage », les apprenants déterminent un tableau de bord en identifiant les indicateurs adaptés</p>	-

BLOC 3

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 style="text-align: center;">Concevoir et piloter la commercialisation de l'offre produits/services de l'entreprise</p>	<p>Savoir concevoir et piloter la commercialisation de l'offre produits / services de l'entreprise</p> <p>Bâtir une stratégie commerciale</p> <p>Construire le processus commercial intégrant la proposition de valeur, le business model, la segmentation et le plan d'action commercial</p> <p>Préparer et conduire l'entretien commercial</p> <p>Conduire une négociation</p> <p>Mesurer et optimiser la performance commerciale</p>	<p>Dans le cadre d'un business game « commercialisation », les apprenants conçoivent la commercialisation de l'offre produit de leur entreprise et bâtissent la stratégie commerciale</p> <p>Dans le cadre d'un concours de vente, les apprenants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifient la valeur en lien avec la stratégie • Construisent leur proposition de valeur • Préparent et conduisent une négociation • Répondent aux objections • Mesurent leurs résultats 	<p style="text-align: center;">-</p>

BLOC 4

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>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Mettre en œuvre les règles juridiques applicables à une situation de gestion et identifier les risques associés	<p>Connaître les contraintes juridiques en allant de leur compréhension d'un point de vue théorique à leur interprétation d'un point de vue pratique.</p> <p>Se familiariser avec les logiques de régulation qui sont désormais le propre de toute organisation, en étant placé dans une situation managériale qui requiert une analyse juridique</p> <p>Savoir vérifier la légalité d'une situation après avoir identifié la règle juridique pertinente</p>	<p>Dans le cadre de divers exercices, les apprenants étudient des arrêtés et leurs conséquences opérationnelles</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création d'entreprise, les apprenants font des choix d'ordre juridique, en vérifiant la pertinence, quant au statut de l'entreprise, quant à l'approche concurrentielle, quant aux aspects sociaux.</p> <p>Dans le cadre de divers exercices, vérification de la légalité d'une situation après identification et compréhension de la règle juridique pertinente.</p>	-

BLOC 5

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
Piloter les ressources humaines de l'équipe commerciale en favorisant une mise en œuvre efficiente de la stratégie de l'entreprise.	<p>Positionner sa contribution au cœur de l'articulation entre stratégie (Direction), stratégie RH (DRH) et management opérationnel (manager commercial, responsable de centre de profit)</p> <p>Manager son équipe</p> <p>Intégrer la diversité des équipes dans son management opérationnel</p> <p>Être efficient dans les activités de recrutement, d'évaluation et de développement des compétences de son équipe</p> <p>Adapter sa communication écrite et sa conduite de réunions au management à distance</p>	<p>Dans le cadre d'études de cas, l'apprenant détermine un management opérationnel en phase avec la stratégie de l'entreprise et tenant compte de la stratégie globale RH.</p> <p>Dans le cadre de différents projets, l'apprenant se retrouve dans une posture de manager ou de managé. Ils analysent ensuite ces expériences.</p> <p>Dans le cadre des activités associatives, les apprenants mènent des projets en équipe multiculturelle.</p> <p>Dans le cadre d'exercices, les apprenants participent à des séances de recrutements.</p> <p>Dans le cadre de différents projets, les apprenants travaillent en équipe à distance. Ils sont amenés à communiquer et à conduire des réunions distancielles.</p>	<p>-</p>

BLOC 6

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
Utiliser les SI de l'entreprise comme aide à la décision.	<p>Développer des compétences nécessaires pour tirer le meilleur des potentialités des technologies de l'information afin de développer leur activité commerciale et garantir le positionnement concurrentiel de leur entreprise.</p> <p>Utiliser des outils tels les ERP et CRM pour la gestion de la relation client.</p> <p>Mettre en oeuvre les outils du e-commerce</p> <p>Utiliser Google Adwords et Google Analytics pour la promotion en ligne et l'évaluation de l'audience des sites Internet.</p>	<p>Dans le cadre de différents cas pratiques, l'apprenant est amené à utiliser différents logiciels (comptable, présentation, aide à la décision, bases de données, analyse de données) afin de présenter ses résultats</p> <p>Dans le cadre d'une application pratique, l'apprenant se familiarise avec un ERP.</p> <p>Dans le cadre d'une application pratique, l'apprenant se familiarise avec un CRM.</p> <p>Dans le cadre d'un projet, l'apprenant est amené à utiliser les outils google de référencement. Il analyse l'efficacité de ses actions.</p>	-

BLOC 7

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
Intégrer la digitalisation dans les actions de développement de l'entreprise et piloter les e-projets	<p>Identifier les enjeux numériques de l'entreprise et les menaces et opportunités pour la fonction commerciale</p> <p>Intégrer le numérique dans la stratégie de l'entreprise : passer du mode « site web » à la redéfinition du modèle stratégique de l'entreprise pour asseoir le développement de l'entreprise sur une stratégie numérique</p> <p>Intégrer l'analyse de données au service de la performance</p> <p>Mettre en œuvre les méthodes et outils de la stratégie e-marketing</p> <p>Mettre en œuvre le management dans une entreprise numérique : effectuation, lean start-up</p>	<p>Dans le cadre d'études de cas portant sur la transformation numérique des entreprises, identification des enjeux, des menaces et opportunités pour la fonction commerciale.</p> <p>Dans le cadre d'un projet, redessiner les opérations liées au numérique à mettre en œuvre dans le cadre d'une nouvelle stratégie.</p> <p>Dans le cadre d'un TP, utiliser les outils de collecte et d'analyse de données pour définir des actions correctives.</p> <p>Dans le cadre d'études de cas, l'apprenant met en œuvre des opérations de e-marketing</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création d'entreprise numérique, l'apprenant met en œuvre un management adapté.</p>	-