

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
1. Veille et analyse des facteurs impactant la chaîne d'approvisionnement et les marchés associés à l'international <u>Principales tâches :</u> - Organisation d'une fonction de veille par la définition des périmètres de recherche, le choix des sources d'information et la mobilisation d'outils digitaux de captation, de traitement et de visualisation de données stratégiques. - Analyse de l'actualité et des facteurs influant sur la géopolitique de zones ciblées. - Analyse de la conjoncture économique et financière de marchés internationaux ciblés. - Suivi des tendances de marché ciblés des matières premières à l'international. - Identification des évolutions réglementaires propres à des zones ciblées. - Benchmark des entreprises concurrentes sur les marchés fournisseurs. - Restitution et synthèse des études réalisées mettant en exergue les facteurs de risque identifiés.	1. Structurer la prise d'informations multisectorielles sur la chaîne d'approvisionnement de l'organisation et ses marchés fournisseurs associés, en établissant le périmètre des investigations à conduire, les sources à mobiliser et les modalités d'acquisition et de traitement des données, afin de soutenir des analyses complexes.	Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante : Une note d'analyse d'un marché international, incluant les dimensions économiques, réglementaires, géopolitiques... <i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i>	Robustesse du système de veille : - Le périmètre de recherche est en accord avec les problématiques achats de l'organisation. - Les sources d'information sélectionnées sont fiables et complémentaires.
	2. Identifier les risques et opportunités portés par la chaîne d'approvisionnement de l'organisation et ses marchés fournisseurs associés, en analysant les facteurs endogènes et exogènes de tous ordres (économique, réglementaire, géopolitique, éthique...) et leurs incidences possibles, afin d'en anticiper l'impact potentiel et de repérer des gains compétitifs durables.	Travail individuel réalisé sur le fondement d'une étude de cas fictif ou réel La note d'analyse est formalisée à l'écrit et fait l'objet d'une présentation orale.	Pertinence de l'exploitation du système de veille : - Les risques de tous ordres (technologique, économique, réglementaire, géopolitique, éthique...) liés aux évolutions de la chaîne d'approvisionnement et des marchés fournisseurs sont identifiés. - Les opportunités de tous ordres (technologique, économique, réglementaire, géopolitique, éthique...) liés aux évolutions de la chaîne d'approvisionnement et des marchés fournisseurs sont identifiés. - L'impact des évolutions repérées sur l'organisation et ses problématiques d'achat est qualifié.

<p>2. Définition des orientations de la stratégie d'achat à l'international, en alignement avec le positionnement, les objectifs et les valeurs de l'organisation</p> <p><u>Principales tâches :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse et évaluation de la composition des portefeuilles achat (fournisseurs, fournitures). - Collecte, analyse et définition des besoins et de la situation de l'organisation sur un ensemble de produits ou services attachés à une zone géographique à l'international. - Identification et prise en compte des objectifs business de l'organisation et de ses projets de développement. - Caractérisation et traduction des engagements RSE dans la politique d'achat. - Formulation des mesures d'anticipation des risques et de leurs modalités de traitement. - Scénarisation et priorisation des stratégies « possibles ». - Définition des objectifs assignés à la stratégie achat sur le périmètre concerné. 	<p>3. Caractériser les éléments compétitifs clés de l'organisation, tenant à sa politique, ses engagements RSE et son mix marché/produit/concurrence, en croisant les éléments ressortant du diagnostic de son environnement interne et externe, afin d'estimer ses opportunités et de positionner les achats en partenaire de sa compétitivité, de ses valeurs et, le cas échéant, de sa raison d'être.</p>	<p>Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Une stratégie achat à l'international</p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Travail individuel réalisé sur le fondement d'une étude de cas fictif ou réel</p>	<p>Pertinence de la présentation et de la prise en compte des éléments distinctifs et compétitifs de l'organisation pour la fonction achat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le positionnement de l'organisation et ses éléments compétitifs sont clairement traduits. - Les valeurs revendiquées par l'organisation et ses engagements éthiques, sociétaux et environnementaux sont fidèlement exprimés. - L'apport de valeur et la contribution potentiels des achats à la compétitivité et aux valeurs de l'organisation sont avancés de façon réaliste et argumentée.
	<p>4. Concevoir des scénarios stratégiques achats pour l'organisation, en intégrant ses projets de croissance et d'innovation, en tenant compte des opportunités et menaces de son environnement, afin de servir ses objectifs dans le respect voire la promotion des enjeux de durabilité et de responsabilité.</p>	<p>La stratégie achat est formalisée à l'écrit et fait l'objet d'une présentation orale.</p>	<p>Pertinence de la proposition de stratégie achat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La stratégie s'appuie sur plusieurs scénarios réalistes. - La stratégie est alignée avec les projets de l'organisation. - La stratégie décline avec force les engagements de l'organisation en matière de durabilité et de responsabilité. - Les objectifs visés par la stratégie sont clairement définis ; ils sont réalistes et vérifiables. - Les gains potentiels, économiques et extra-financiers, sont avancés de façon convaincante.

<p>3. Recherche et sélection de fournisseurs selon des critères intégrant les dimensions sociales et environnementales</p> <p><u>Principales tâches :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Collecte, analyse et définition des besoins du client interne en lien avec une demande de produit/service. - <i>Sourcing</i> stratégique de fournisseurs, pouvant inclure l'exploration de nouvelles zones géographiques d'approvisionnement. - Recherche active et évaluation de fournisseurs internationaux potentiels. - Mise en concurrence des fournisseurs internationaux potentiels, dans le respect des législations propres aux zones géographiques concernées. - Sélection du ou des fournisseurs mieux-disants. 	<p>5. Elaborer avec les clients internes de l'organisation l'expression de leurs besoins de produits ou service, en les accompagnant dans la définition des attentes et en les traduisant en spécifications techniques et fonctionnelles, afin de construire un cahier des charges à destination des fournisseurs potentiels.</p> <p>6. Organiser la consultation et la mise en concurrence transparente et équitable des fournisseurs potentiels, en choisissant les modalités les plus adaptées au contexte du marché et tenant compte des règles applicables à la zone géographique concernée, afin de disposer d'offres fournisseurs suffisantes en quantité et en qualité pour l'établissement d'un choix profitable à l'organisation et à la société/l'environnement.</p>	<p>Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>La préparation d'un achat à l'international restitué par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le cahier des charges du produit/service recherché, - la réalisation du <i>sourcing</i> fournisseurs, - l'analyse des offres ou capacités fournisseurs selon une approche multicritère, - la sélection argumentée d'un fournisseur. <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Travail individuel réalisé dans un cadre collectif sur le fondement d'une étude de cas fictif ou réel</p>	<p>Qualité du cahier des charges exprimant et formalisant le besoin :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le contexte et les objectifs attachés au besoin sont clairement exposés. - Le besoin est précisément défini et les spécifications techniques et/ou fonctionnelles souhaitées sont détaillées. - Le cahier des charges est formalisé dans le respect des standards professionnels en la matière. <p>Conformité et pertinence de la procédure de consultation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le choix du format de la consultation est argumenté et son adaptation au contexte du marché est démontré. - Les règles de mise en concurrence, de transparence et d'accès au marché international concerné sont respectées. - Le format de consultation choisi maximise la quantité et la qualité des offres collectées.
---	---	--	--

	<p>7. Evaluer les offres émises par les fournisseurs, en s'appuyant de façon transparente sur des critères prédéfinis et objectifs, incluant les dimensions sociétales et environnementales et considérant les impacts/liens internationaux/géopolitiques, ainsi que les risques endogènes et exogènes de chaque fournisseur (localisation, activité, réputation, exposition médiatique...), afin de sélectionner les plus alignés avec les enjeux, besoins et valeurs de l'organisation.</p>	<p>Les livrables restituant la préparation de l'achat sont formalisés à l'écrit.</p>	<p>Pertinence de la sélection opérée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'évaluation des offres fournisseurs est réalisée en s'appuyant sur les critères définis et le respect des pondérations prévues. - L'alignement de l'offre fournisseurs avec les exigences du cahier des charges est démontré. - Le choix du fournisseur retenu intègre l'analyse des risques qui lui sont exogènes. - La sélection est objectivée et étayée ; elle fait l'objet d'une restitution transparente à l'adresse des fournisseurs non retenus.
<p>4. Négociation et conclusion des marchés avec les fournisseurs internationaux</p> <p><u>Principales tâches :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse préalable de la position, des intérêts et des rapports de force des parties prenantes de la négociation. - Elaboration d'une stratégie de négociation. - Négociation avec les fournisseurs sélectionnés dans un contexte international. - Etablissement d'engagements contractuels ou d'accords-cadres avec des fournisseurs internationaux, en lien avec le service juridique de son organisation. 	<p>8. Conduire, en lien avec les parties prenantes internes, le processus de négociation complexe avec le fournisseur international dans un contexte multiculturel, en développant une stratégie tenant compte des rapports de force en présence et en s'adaptant aux usages et codes propres à la zone géographique concernée, afin de parvenir à un accord respectueux des objectifs relationnels et de performance recherchés.</p>	<p>Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>La négociation et la contractualisation d'un achat à l'international restituées par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'analyse de la situation de négociation et l'élaboration d'un plan de négociation, - la définition des engagements mutuels. <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p>	<p>Pertinence de la stratégie de négociation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le contexte de la négociation est analysé en profondeur et les forces en présence sont évaluées avec justesse. - Les caractéristiques et codes culturels des parties prenantes de la négociation sont identifiés et pris en compte. - Les marges de manœuvre, leviers de discussion et clauses non négociables sont définis en cohérence avec les objectifs du marché et le seuil de tolérance au risque établi. - Le déroulement de la négociation est anticipé par l'élaboration de plusieurs scénarios, et de leurs argumentaires respectifs associés.

	<p>9. Définir, en lien avec le service juridique, la nature, la teneur et la formalisation des engagements mutuels entre l'organisation et le fournisseur international, en veillant à la traduction fidèle des accords négociés et à la prise en compte des dispositions légales et réglementaires applicables aux zones géographiques concernées, afin de sécuriser le marché et ses conditions de mise en œuvre.</p>	<p>Travail individuel réalisé dans un cadre collectif sur le fondement d'une étude de cas fictif ou réel</p> <p>Les livrables restituant la préparation de l'achat sont formalisés à l'écrit.</p>	<p>Suffisance du cadre contractuel envisagé :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les clauses et accords à négocier sont fidèles aux engagement mutuels envisagés. - Les engagements mutuels sont équilibrés. - Les engagements mutuels sont vecteurs de sécurisation du marché et tiennent compte des risques et menaces identifiés.
<p>5. Gestion de la relation fournisseurs internationaux dans une dynamique responsable et partenariale</p> <p><u>Principales tâches :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition des modalités de relation et d'échange d'informations avec les fournisseurs internationaux. - Suivi de l'exécution des marchés conclus avec les fournisseurs internationaux et contrôle du respect des dispositions contractuelles et accords-cadres, ainsi que de la législation. - Prévention, traitement et résolution des situations de litige avec les fournisseurs internationaux, avec l'appui d'un département juridique. 	<p>10. Construire et entretenir un climat de confiance et une dynamique partenariale avec les fournisseurs internationaux tributaires des marchés, en développant une approche collaborative favorisant l'écoute et la satisfaction des besoins mutuels, afin de pérenniser une relation porteuse de sécurisation et d'optimisation pour l'approvisionnement de l'organisation.</p>	<p>Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Un plan de gestion de la relation fournisseurs</p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Travail individuel réalisé sur le fondement d'une étude de cas fictif ou réel</p>	<p>Qualité du plan de gestion de la relation fournisseurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La connaissance du fournisseur et de ses enjeux est démontrée. - La collaboration est privilégiée dans le mode de pilotage des relations fournisseurs. - Des modalités d'écoute active de la voix fournisseur sont spécifiées. - Le plan privilégie des relations durables et équilibrées avec les fournisseurs. - Des indicateurs de suivi spécifique des progrès fournisseurs en matière de relation fournisseur et achats responsables sont prévus.
	<p>11. Contrôler la bonne exécution des accords conclus avec les fournisseurs internationaux, en s'assurant du respect des clauses convenues et de l'éthique professionnelle et commerciale, et en traitant, le cas échéant, les situations litigieuses, afin de garantir la satisfaction des objectifs de l'organisation.</p>	<p>Le plan de gestion de la relation fournisseurs est formalisé à l'écrit.</p>	<p>Qualité du système de suivi de l'exécution des marchés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un processus est outillé pour contrôler la conformité des fournitures et de leurs conditions de délivrance au regard des clauses convenues. - Le mode amiable est privilégié dans l'approche de résolution des litiges avec les fournisseurs.

<p>6. Identification, évaluation et intégration des potentiels d'innovation portés par le marché fournisseurs</p> <p><u>Principales tâches :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'une veille sur les innovations de toutes sortes et identification/évaluation des gisements et opportunités d'innovation et de modèles économiques en lien avec l'activité de l'organisation. - Détermination des conditions d'appropriation et d'application des opportunités d'innovation repérées pour l'activité et le modèle économique de l'organisation. - Identification et évaluation des fournisseurs présentant un potentiel d'innovation. - Vérification de la faisabilité et de la rentabilité stratégique (capacitif et relationnel), financière et extra-financière (compétitivité, RSE, durabilité) de l'innovation identifiée. - Identification des conditions de partenariat et engagement du fournisseur/partenaire dans le développement de l'innovation. 	<p>12. Qualifier les besoins d'innovation (d'amélioration, de rupture ou incrémentale) de l'organisation et les enjeux associés en termes d'avantages compétitifs et de performance environnementale, en interfaçant les activités achats avec les processus de management de l'innovation en lien avec les services internes (R&D, marketing...), afin de vérifier l'opportunité et la faisabilité d'engager une démarche d'<i>open innovation</i>.</p>	<p>Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Un plan d'innovation collaborative ouverte sur un axe stratégique choisi</p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p>	<p>Qualité de la qualification des besoins d'innovation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le diagnostic du fonctionnement interservices s'appuie sur les différents éléments communiqués dans les données de départ. - Les différentes étapes du raisonnement sont précisées et les prises de position du candidat sont justifiées sur la base des données disponibles. - Le candidat démontre une bonne compréhension des problématiques de conception et/ou de transformation exposées dans les données de départ.
	<p>13. Repérer les potentiels partenaires et fournisseurs internationaux aptes à répondre aux besoins d'innovation de l'organisation, en s'assurant de leur capacité à codévelopper des projets innovants et à qualifier leur niveau de maturité technologique, leur solidité financière et la convergence des engagements éthiques et sociétaux, afin d'optimiser les conditions de réussite du projet d'innovation.</p>	<p>Travail individuel réalisé dans un cadre collectif sur le fondement d'une étude de cas fictif ou réel</p> <p>Le plan d'<i>open innovation</i> est formalisé à l'écrit.</p>	<p>Pertinence du repérage des fournisseurs à impliquer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les nouveaux axes de collaboration proposés entre services internes et fournisseurs visant une innovation collaborative sont présentés de manière pertinente et détaillée. - La maturité des potentiels partenaires et fournisseurs est évaluée.
	<p>14. Evaluer le modèle d'acquisition de l'innovation le plus adapté au contexte pour l'organisation (faire, faire-faire ou co-développer), en examinant les possibles conditions d'engagement avec les acteurs identifiés selon les spécificités du projet interne, afin de déterminer les modalités de capture de la valeur à privilégier.</p>		<p>Réalisme du modèle d'acquisition :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le modèle d'acquisition proposé est argumenté tant stratégiquement qu'économiquement. - Le modèle proposé est réaliste au regard du profil de l'organisation et du service achat. - Les dimensions sociétales et environnementales sont prises en compte dans les propositions.

<p>7. Suivi et pilotage de l'amélioration de la performance achat à l'international</p> <p><u>Principales tâches :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Suivi du budget des achats internationaux. - Mise en place d'un système d'évaluation de la performance, intégrant la qualité de la relation et la performance fournisseurs. - Définition des critères et indicateurs de performance des achats internationaux, tenant compte des objectifs qualitatifs, quantitatifs et RSE assignés à la fonction. - Collecte et traitement digitalisé des données qualifiant et quantifiant la performance des achats internationaux. - Analyse des données renseignant la performance des achats internationaux. - Interprétation prescriptive, voire prédictive, des données renseignant la performance des achats internationaux. - Identification des marges de progrès, définition et mise en place de façon concertée de plans d'amélioration. 	<p>15. Concevoir et mettre en place un système d'évaluation de la performance achat à l'international s'appuyant sur la donnée et les outils numériques, en définissant des indicateurs de performance alignés avec les objectifs assignés à la fonction, notamment concernant les taux de service, la relation fournisseurs, ainsi que les dimensions budgétaires, financières et extra-financières, selon les normes en vigueur, afin d'en vérifier l'efficacité.</p>	<p>Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Le pilotage de la performance des achats internationaux restitué par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le choix des indicateurs de performance et l'élaboration de tableaux de bord associés, - l'évaluation de la performance par l'interprétation des données en lien avec les achats, - la proposition d'un plan d'amélioration de la performance des achats internationaux. <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Travail individuel réalisé sur le fondement d'une étude de cas fictif ou réel</p> <p>Les livrables restituant le pilotage de la performance sont formalisés à l'écrit et font l'objet d'une présentation orale.</p>	<p>Robustesse du système d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs de performance définis sont alignés avec les objectifs de l'organisation. - Les indicateurs de performance définis couvrent l'ensemble de la fonction achat et valorisent la dimension extra-financière avec des indicateurs spécifiques à la RSE. - La construction des indicateurs est cohérente avec la nature, la qualité et la fiabilité des données disponibles.
	<p>16. Mesurer la performance achat à l'international, en analysant et en interprétant les données collectées en lien avec les KPI retenus, afin d'identifier, de qualifier et de quantifier les gisements d'amélioration potentiels sur la compétitivité, les impacts sociétaux, environnementaux, ainsi que sur la gouvernance, de l'organisation à un niveau international.</p>		<p>Justesse de l'évaluation de la performance :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'interprétation des indicateurs est correcte, car démontrée et argumentée. - La performance achat est qualifiée et ses impacts sociétaux et environnementaux sont précisément spécifiés. - Les marges de progrès sont identifiées et quantifiées.
	<p>17. Construire des plans d'amélioration des achats à l'international, en déterminant les actions correctives et/ou structurelles à mettre en œuvre, notamment en lien avec le renforcement des processus et procédures achats et leur digitalisation éventuelle, afin d'optimiser son impact positif sur son organisation et son écosystème, et de garantir la conformité des pratiques et des activités aux attendus de qualité, légaux, RSE, éthiques et financiers.</p>		<p>Pertinence du plan d'amélioration proposé :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le choix des actions à mettre en œuvre est justifié en lien avec les indicateurs de performance. - Les objectifs et les conditions de réalisation du plan d'amélioration sont établis précisément ; ils sont réalistes et correctement dimensionnés au vu des gains attendus.

<p>8. Communication et promotion de la fonction achat et de sa performance en interne et à l'externe</p> <p><u>Principales tâches :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des actions de communication à mener auprès des autres services de l'organisation. - Elaboration, conjointement avec le service dédié, d'un plan de communication achat. - Communication avec les directions métier de l'organisation sur la performance des achats internationaux. - <i>Reporting</i> général de la performance achats auprès de sa direction et de celle de l'organisation. 	<p>18. Elaborer une stratégie de communication relative aux achats internationaux, en lien avec le service dédié de l'organisation, en établissant la nature des messages à diffuser, ainsi que les formats et canaux à utiliser en adéquation avec la cible visée, afin de développer la visibilité et l'impact de son service, de donner du sens à son action auprès de tous les salariés et d'expliquer sa valeur ajoutée, sur les plans stratégique, économique, fonctionnel et extra-financier.</p>	<p>Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante :</p>	<p>Pertinence de la stratégie soutenant le plan de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les axes de communication proposés sont clairs, accessibles et explicitent la valeur et le sens des achats. - Les cibles de la communication sont définies et catégorisées. - Les canaux et formats de communication sont choisis en cohérence avec les cible(s) visée(s). - Les objectifs poursuivis sont définis, mesurables et atteignables. 	
	<p>19. Déployer la communication relative aux achats internationaux et aux projets associés auprès des parties prenantes de l'organisation, en assurant la supervision et le suivi de la conception, de la production et de la diffusion des messages conformément au plan de communication établi, afin de fournir une information transparente, convaincante et valorisant la contribution des achats aux projets de l'organisation.</p>	<p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p>		<p>Qualité des supports de communication projetés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les dispositions permettant l'accessibilité des supports de communication aux personnes en situation de handicap sont définies et appliquées. - Le message est directement intelligible et servi par une forme respectant les standards professionnels pour ce type de document.
	<p>20. Rendre compte de la performance des achats internationaux, en formalisant ses résultats et sa contribution à l'activité globale de l'organisation, notamment sur les aspects stratégiques, financiers et extra-financiers, afin de les partager avec les directions fonctionnelles et stratégiques, et de fournir en toute transparence les informations répondant aux critères ESG.</p>	<p>Travail individuel réalisé sur le fondement d'une étude de cas fictif ou réel</p>		<p>Les livrables sont formalisés à l'écrit et font l'objet d'une présentation orale.</p>

<p>9. Management d'une équipe d'acheteurs internationaux</p> <p><u>Principales tâches :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation, répartition des rôles et planification de l'activité d'une équipe d'acheteurs à l'international. - Coordination, animation et suivi de l'activité d'une équipe d'acheteurs à l'international. - Identification et évaluation sur les plans qualitatifs et quantitatifs des besoins de recrutement sur le périmètre de responsabilité exercé, en concertation avec le service des ressources humaines de l'organisation. - Accompagnement à la montée en compétences des membres d'une équipe d'acheteurs à l'international. - Suivi individuel des membres d'une équipe d'acheteurs à l'international, par la réalisation des entretiens professionnels et d'évaluation. - Management interculturel à distance. 	<p>21. Etablir une organisation de travail de la fonction achats rationnelle, éthique et inclusive, en délimitant les périmètres d'intervention de chaque acheteur (par zone géographique, par famille de produits...) ainsi que leur degré d'autonomie et de responsabilité, et en intégrant des dispositions répondant aux besoins des salariés en situation de handicap, afin de construire un environnement conciliant atteinte des objectifs raisonnables et qualité de vie au travail.</p>	<p>Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Un plan de management d'un service achat incluant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'organigramme du service, - l'organisation du service, - les modalités de collaboration entre les différents membres du service, - les axes de recrutement et de développement de compétences répondant aux besoins du service. 	<p>Cohérence de l'organisation de travail proposée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les périmètres des différents acheteurs sont circonscrits de façon complémentaire et en cohérence avec leurs domaines de spécialité. - La charge de travail induite par les périmètres définis est réaliste et tient compte des contraintes engendrées (déplacement, décalage horaire...). - Les dispositions spécifiques aux personnes en situation de handicap sont correctement dimensionnées et garantissent l'autonomie, l'intégration et le maintien en emploi de la personne, tout en tenant compte des particularités propres au contexte international (mobilité, travail à distance...).
	<p>22. Coordonner les équipes d'acheteurs internationaux dans un contexte potentiellement distanciel et multiculturel, en développant une posture d'écoute et favorisant la confiance mutuelle, ainsi que la prise d'initiative individuelle et l'esprit de collaboration, afin de créer une culture et une cohésion d'équipe contribuant à l'émulation et à l'efficacité du collectif.</p>	<p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Travail collectif réalisé sur le fondement d'une étude de cas fictif ou réel</p> <p>Le plan de management est formalisé à l'écrit et fait l'objet d'une présentation orale</p>	<p>Qualité de la posture managériale et des modalités de collaboration retenues :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les points clés du management d'équipe sont présentés de manière claire et pédagogique. - Les techniques de management et d'organisation du travail, ainsi que leurs outils associés, favorisent la co-construction et la co-création. - Les techniques de management présentées favorisent la cohésion d'équipe et l'adhésion et aux valeurs et objectifs.

	<p>23. Déterminer, en lien avec le service RH, le cadre et les actions d'évolution et de développement des compétences à mettre en place, en s'appuyant sur l'identification et le recensement des capacités et expertises exigées compte tenu des enjeux entourant les achats (digitalisation ; renforcement de l'éthique ; développement durable), afin d'aligner les potentiels et ressources de l'équipe achats avec les besoins, les projets de développement et le positionnement de l'organisation.</p>		<p>Alignement et dimensionnement des axes de développement RH avec les enjeux d'évolution des métiers et compétences :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les besoins en compétences générés par innovations technologiques (digitalisation, IA...) et les dimensions RSE sont définis et qualifiés.
<p>10. Management des parties prenantes de l'organisation externes à la fonction achat</p> <p><u>Principales tâches :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse de la position, de la culture et des codes des parties prenantes de l'organisation externes à la fonction achats. - Formulation d'un positionnement adapté à une organisation matricielle et favorisant un mode partenarial avec les parties prenantes de l'organisation externes à la fonction achats. - Intégration des parties prenantes externes à la fonction achat dans une dynamique de projet mobilisant des méthodes et techniques agiles. - Accompagnement au changement des parties prenantes de l'organisation externes à la fonction achats. 	<p>24. Mettre en œuvre un mode managérial agile, adapté à la longueur des cycles de développement de son organisation, incluant les techniques de résolution de problèmes ou de litiges, afin de se positionner en <i>business partner</i> des parties prenantes des achats, tant en interne qu'en externe.</p>	<p>Toutes les compétences associées sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Le management d'un projet achat mobilisant différentes parties prenantes, restitué par un rapport d'expérience.</p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p>	<p>Qualité de l'analyse rétrospective du management de projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le choix de la méthode de conduite de projet et de l'approche privilégiée est questionné et évalué au regard du déroulement du projet. - Le bienfondé de ce choix, ou au contraire les alternatives possibles, sont argumentés en tirant parti de l'expérience et des résultats obtenus.
	<p>25. Mettre en place des conditions de collaboration favorisant la conduite et la réussite du changement avec les parties prenantes internes et externes à la fonction achat, en mobilisant les techniques et méthodes permettant la co-construction, la levée des freins et le traitement des facteurs d'irritation, afin de contribuer à relever les défis de transformation technique, organisationnelle, sociétale et environnementale en lien avec les achats.</p>	<p>Travail individuel réalisé sur le fondement d'une mise en situation réelle</p> <p>Le rapport d'expérience est formalisé à l'écrit.</p>	<p>Qualité de l'analyse rétrospective du management de projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les choix des techniques et méthodes de conduite du changement mises en œuvre sont argumentés. - L'efficacité des techniques mobilisées est analysée en tirant parti de l'expérience et des résultats obtenus.