

REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas

Afin d'évaluer les compétences mise en œuvre des cas pratique sont soumis aux étudiants. Il s'agit de mini-projets évalués par des professionnels spécialisés. Ces études de cas sont basées sur des cas fictifs ou réels d'entreprises.

Les thématiques sont les suivantes :

1. Sur la base d'un secteur d'activité choisi préalablement par le/la candidat(e), celui-ci doit constituer un dossier contenant l'analyse de ce secteur à l'international sur plusieurs zones géographiques imposées ;
2. Le/la candidat(e) doit rédiger une procédure de mise en place d'une stratégie de veille. Cette procédure doit être exhaustive et comprendre la démarche de recueil de données, l'exploitation de l'information et sa diffusion au sein de l'organisation. Le/la candidat(e) définit les modalités de veille en intégrant la veille sémantique sur Internet ;
3. Sur la base d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit créer une méthodologie de recherche quantitative et créer un questionnaire adapté à son marché ;
4. Sur la base d'une étude de cas relative à un échec commercial d'une entreprise sur un marché extérieur, le/la candidat(e) doit identifier les causes de l'échec en intégrant un modèle de « distance culturelle ». Ensuite, le/la candidat(e) doit proposer une recommandation visant à réduire les distances culturelles ;
5. Sur la base d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) analyse le risque de change. Le/la candidat(e) propose la mise en place d'un dispositif de couverture du risque de change en intégrant ses stratégies de paiements. Dans un second temps, le/la candidat(e) doit identifier les principaux enjeux et conflits contemporains afin d'établir une grille d'évaluation « risque pays » ;
6. Sur la base d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit analyser l'impact d'un projet de déploiement d'un produit / d'une marque à l'international en termes de propriété intellectuelle ;
7. Sur la base de différentes problématiques sectorielles, les candidats, en équipe, présente le cas d'une entreprise pour chacun des secteurs concernés. Le groupe réalise un diagnostic stratégique de l'entreprise et une étude des opportunités et faiblesses sur le marché visé à l'international. D'après son analyse, le groupe propose des recommandations stratégiques pour l'entreprise ;
8. Sous la forme d'un dossier avec soutenance, le/la candidat(e) doit analyser le positionnement concurrentiel d'une organisation souhaitant se développer à l'international, repérer les marchés à fort potentiel en s'appuyant sur une analyse de l'offre produit, d'un mix marketing (prix, marché, réseaux distribution) et de la stratégie de communication existante ;
9. Sur la base de la situation d'une entreprise et d'une problématique de financement, le/la candidat(e) doit analyser la situation financière de l'entreprise et élaborer une stratégie de financement à court terme ;

10. Le/la candidat(e) réalise une analyse d'une situation de partenariat. Il/elle indique quels sont les objectifs du cadre de négociations contractuels. Il/elle décrit les conditions de la validité du contrat. Il/elle explicite les obligations des parties prenantes ;
11. À partir d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit déterminer le chemin critique d'un projet de déploiement d'une organisation à l'international. Il/elle doit proposer une planification des étapes et tâches prenant en compte le chemin critique ;
12. À partir d'un cas d'une entreprise issue d'un secteur spécifique, le/la candidat(e) doit déterminer le cadre environnemental du projet. Il/Elle doit identifier les risques. Il/Elle doit déterminer les indicateurs de performances, valider la faisabilité du projet et proposer un planning de pilotage du projet ;
13. Basé sur un cas d'entreprise souhaitant s'implanter à l'étranger, le/la candidat(e) détermine la rentabilité d'un investissement à l'étranger ;
14. À partir de cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit proposer un plan de communication à destination des équipes et partenaires ;
15. D'après un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit analyser une situation problématique dans un environnement complexe. Il élabore des méthodologies de résolutions de problèmes ;
16. Sur la base d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit construire un plan d'action commerciale. À partir d'une proposition de valeur, il/elle doit élaborer un argumentaire de vente afin d'accompagner la force de vente dans la poursuite de leurs objectifs commerciaux. Il/Elle doit définir les leviers de motivation des équipes commerciales ainsi que les conditions de rétribution des primes.

Projet professionnel

- Le/la candidat(e) doit établir un référentiel précisant les informations nécessaires au pilotage du projet de partenariat. Il doit présenter un plan d'actions stratégique et opérationnel à court moyen et long terme. À partir d'échelles de mesures, le/la candidat(e) doit évaluer le niveau de risques et les impacts éventuels. Il/elle doit élaborer un dossier d'aide aux financements, y compris mécanismes d'incitations fiscales pour l'implantation dans le pays d'accueil ;
- Dans le cadre de la réalisation de projets liés aux enjeux de développement du commerce international dans des secteurs spécifiques (agroalimentaire, aéronautique, automobile...), le/la candidat(e) doit identifier les risques liés au projet, déterminer les indicateurs de suivi de la performance et évaluer la faisabilité du projet. Il doit simuler la mise en œuvre du projet et rédiger un rapport de clôture.

Mises en situation professionnelle

Sous la forme d'un jeu de rôle, le/la candidat(e) présente à son responsable les termes de contractualisation et de négociations des conditions partenariales avec les entreprises partenaires ;

Sous la forme d'un jeu de rôle, le/la candidat(e) doit simuler un entretien de négociation commerciale permettant la conclusion d'un partenariat local pour l'implantation d'une organisation sur un marché étranger ;

Business Game

Le jeu d'entreprise ou Business Game est une simulation de gestion d'entreprise. Les candidats, en équipe, doivent prendre des décisions sur la gestion d'une organisation en s'appuyant sur des tableaux de bord. Leurs décisions sont traitées dans un simulateur et la situation de l'organisation en est modifiée. Les candidats doivent se positionner par rapport à cette évolution de la situation et prendre de nouvelles décisions et ainsi de suite, sur un nombre défini de tours de jeu. La complexité du jeu dépend du volume d'informations fourni sur l'organisation et son environnement, le nombre de fonctions de l'entreprise pouvant être impactées par les décisions et de l'introduction de facteurs externes modifiant l'effet des décisions prises.

Le jeu d'entreprise est corrigé par l'animateur du jeu qui se base sur les résultats du simulateur et l'évaluation des mises en situation professionnelle.

Le Business Game est également l'occasion de mises en situation professionnelle :

- Identification des enjeux de déploiements à l'international ;
- Détermination des objectifs quantitatifs en termes de chiffre d'affaire et de développement ;
- Évaluation des ressources nécessaires à la réalisation des objectifs ;
- Analyse de la situation de marchés et du positionnement des concurrents,
- Définition des cibles et des marchés prioritaires,
- Évaluation de la cohérence des actions menées et proposer des améliorations dans un document de synthèse
- Gestion de la politique de recherche et de développement,
- Conception d'une stratégie de production, de gestion des stocks, des coûts de transferts et taux de changes.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1- Identification des opportunités de développement à l'international d'une organisation	Identifier les opportunités de développement à l'international de l'activité d'une organisation, sur la base d'un process de veille, d'études et d'analyse des partenaires et fournisseurs potentiels. Pour ce faire le professionnel s'appuie sur : <ul style="list-style-type: none"> ▸ L'examen du potentiel et des conditions de développement à l'international de l'entreprise ▸ Identification des zones géographiques ou des pays ▸ Sélection du type d'étude en fonction du pays ciblé ▸ Sélection des critères et indicateurs, élaboration de questionnaires ▸ Pondération des indicateurs dans un outil d'aide à la décision selon le pays ▸ Analyse des données des études 	Étude de cas : (1). Sur la base d'un secteur d'activité choisi préalablement par le/la candidat(e), celui-ci doit constituer un dossier contenant l'analyse de ce secteur à l'international sur plusieurs zones géographiques imposées. Étude de cas : (2) Le/la candidat(e) doit rédiger une procédure de veille. Cette procédure doit être exhaustive et comprendre la démarche de recueil de données, d'exploitation de l'information et de diffusion au sein de l'organisation. Le/la candidat(e) définit les modalités de veille en intégrant la veille sémantique sur Internet. Étude de cas : (3) Sur la base d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit créer une méthodologie de recherche quantitative et créer un questionnaire adapté à son marché.	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Les études de marché qui ont été sélectionnées dans le cadre de l'analyse du marché sont adaptées aux objectifs stratégiques de l'organisation. ▸ Le/la candidat(e) pose un avis critique avec les outils exploités ▸ L'analyse proposée permet d'améliorer la compréhension des enjeux du marché étudié. ▸ Bonne description des opportunités sur la base de son analyse. ▸ Le/la candidat(e) explicite clairement sa stratégie de veille. ▸ Cette stratégie est pertinente et réaliste. ▸ La procédure est calibrée selon les ressources humaines disponibles. ▸ Le recul nécessaire est pris dans l'utilisation d'outils (grille d'analyse...). ▸ Le/la candidat(e) maîtrise la technique de l'enquête quantitative. Son questionnaire est cohérent avec les spécificités du marché visé autant sur le fond et que sur la forme.
	Mesurer le potentiel d'un marché à l'international en se basant sur l'identification et l'analyse de la criticité des risques liés à la situation : économique, juridique, politique, géopolitique et aux spécificités culturelles d'un pays ou d'une zone géographique. Élaborer une matrice de risque permettant l'évaluation générale du risque pays.	Étude de cas : (4) Sur la base d'une étude de cas relative à un échec commercial d'une entreprise sur un marché extérieur, le/la candidat(e) doit identifier les causes de l'échec en intégrant un modèle de « distance culturelle ».	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Bonne compréhension des enjeux économiques des différentes zones géographiques mondiales ▸ L'interprétation des données est faite à l'aide d'outils adaptés ▸ Description des différentes typologies de cultures est pertinente et met en

		<p>Ensuite, il/elle doit proposer une recommandation visant à réduire les distances culturelles.</p> <p>Étude de cas : (5) Sur la base d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) analyse le risque de change. Le/la candidat(e) propose la mise en place d'un dispositif de couverture du risque de change en intégrant ses stratégies de paiements. Dans un second temps, le/la candidat(e) doit identifier les principaux enjeux et conflits contemporains afin d'établir une grille d'évaluation « risque pays ».</p> <p>Étude de cas : (6). Sur la base d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit analyser l'impact d'un projet de déploiement d'un produit / d'une marque à l'international en termes de propriété intellectuelle.</p>	<p>lumière le lien entre la culture d'entreprise et la culture nationale.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ La recommandation proposé est adaptée aux spécificités observées ▸ Il démontre une prise de recul vis-à-vis de la méthodologie sélectionnée. <ul style="list-style-type: none"> ▸ Le/la candidat(e) prend en compte les moyens de paiements à l'international et des garanties liées à ses moyens de paiement. ▸ Le risque d'impayés est calculé et provisionné précisément dans le budget. ▸ Une cartographie exhaustive des parties prenantes et des conflits éthiques est proposée ▸ Le risque lié aux manques d'engagements éthiques pris avec les partenaires éventuels est évalué précisément. <ul style="list-style-type: none"> ▸ Bonne identification des éléments donnant lieu à protection et identification de l'instance d'enregistrement. ▸ les préconisations de lutttes contre la contrefaçon proposées sont pertinentes
--	--	--	---

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
2- Élaboration de la stratégie de développement à l'international d'une organisation	Définir une stratégie d'internationalisation et les modes d'implantation à l'étranger sur la base de d'un diagnostic stratégique identifiant les forces et faiblesses, dans le respect de ses orientations stratégiques. La stratégie doit comprendre : <ul style="list-style-type: none"> ▸ Un cadre stratégique à long terme dans le respect des normes et valeurs inhérente à l'entreprise ▸ La définition du mode d'implantation approprié ▸ L'élaboration d'un plan détaillé de la stratégie d'implantation avec les grandes étapes et échéances à moyen/ long terme 	Étude de cas : (7) Sur la base de différentes problématiques sectorielles, les candidats, en équipe, présente le cas d'une entreprise pour chacun des secteurs concernés. Le groupe réalise un diagnostic stratégique de l'entreprise et une étude des opportunités et faiblesses sur le marché visé à l'international. D'après son analyse, le groupe propose des recommandations stratégiques pour l'entreprise.	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Le/la candidat(e) propose une analyse concurrentielle objectivés. ▸ Bonne définition de segments de développement stratégiques ▸ Pertinences des segments proposés ▸ Le positionnement proposé est réaliste et adéquat. ▸ Le/la candidat(e) propose une évaluation cohérente du besoin en compétences de l'équipe nécessaires pour l'implantation
	Adapter la politique marketing et commerciale de l'organisation aux spécificités du pays, en s'appuyant sur une analyse du positionnement concurrentiel de l'offre produit sur les marchés à fort potentiel.	Étude de cas : (8). Sous la forme d'un dossier avec soutenance, le/la candidat(e) doit analyser le positionnement concurrentiel d'une organisation souhaitant se développer à l'international, repérer les marchés à fort potentiel en s'appuyant sur une analyse de l'offre produit, d'un mix marketing (prix, marché, réseaux distribution) et de la stratégie de communication existante.	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Le positionnement concurrentiel est bien détaillé et présenté sous la forme requise (dossier complet) ▸ Proposition d'une analyse poussée du marché cible, des forces et faiblesses de l'entreprise face aux opportunités et menaces de son environnement macro-économique. ▸ Proposition de préconisations, concernant la stratégie de développement à l'international. ▸ Les préconisations sont cohérentes avec l'analyse préalable.
	Élaborer le budget prévisionnel d'exploitation comprenant les prévisions de chiffres d'affaires (objectifs commerciaux) et les coûts d'implantation d'un produit ou d'un service sur un marché étranger (budget prévisionnel d'investissements). Le budget s'appuie sur une analyse de trésorerie et ses écarts ainsi que sur les choix d'investissements.	Étude de cas : 9. Sur la base de la situation d'une entreprise et d'une problématique de financement, le/la candidat(e) doit analyser la situation financière de l'entreprise et élaborer une stratégie de financement à court terme.	<ul style="list-style-type: none"> ▸ L'analyse de la situation de l'entreprise est bien réalisée et permet la rédaction des recommandations chiffrées et justifiées. ▸ Évaluation exhaustive de toutes les options à disposition de l'entreprise. ▸ Le prévisionnel (Plan de trésorerie), présenté est optimisé

	<p>Identifier et sélectionner les partenaires potentiels pour le projet d'implantation en s'appuyant sur l'étude de leur situation économique et organisationnelle.</p> <p>La sélection des partenaires s'appuie sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Des scénarii prenant en compte l'ensemble des partenaires potentiels ▸ Un audit de l'ensemble des partenaires locaux ▸ La détermination des partenaires les plus fiables ▸ L'identification des contraintes organisationnelles des partenariats comme la capacité de production ou la capacité à se développer sur le ou les marchés cibles 	<p>Projet :</p> <p>Le/la candidat(e) doit établir un document appelé référentiel précisant les informations nécessaires au pilotage du projet de partenariat. Il doit présenter un plan d'actions stratégique et opérationnel à court moyen et long terme. À partir d'échelles de mesures, le/la candidat(e) doit évaluer le niveau de risques et les impacts éventuels. Le/la candidat(e) doit élaborer un dossier d'aide aux financements, y compris mécanismes d'incitations fiscales pour l'implantation dans le pays d'accueil.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Le/la candidat(e) démontre la pertinence des choix opérés en matière de politique partenariale. ▸ Bonne identification des facteurs de réussite, des risques du projet des procédures et règles à suivre et à maîtriser, de la protection des savoirs faire, des compétences à recruter, des résultats attendus. ▸ La fiabilité des partenaires sélectionnés est démontrée ▸ Bonne compréhension des moyens à mobiliser et des contraintes interculturelles.
	<p>Définir le cadre de négociation et les conditions contractuelles en termes économique et juridique, des partenariats nécessaires à l'implantation durables sur un marché étranger. Le cadre devra respecter l'enjeu de l'équilibre du partenariat en termes de répartition des charges et de recherche de compromis éventuels.</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>Sous la forme d'un jeu de rôle, le/la candidat(e) présente à son responsable les termes de contractualisation et de négociations des conditions partenariales avec les entreprises partenaires.</p> <p>Étude de cas :</p> <p>(10). Le/la candidat(e) réalise une analyse d'une situation de partenariat. Il/elle indique quels sont les objectifs du cadre de négociations contractuels. Il/elle décrit les conditions de la validité du contrat. Il/elle explicite les obligations des parties prenantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Les arguments proposés permettent de faire avancer la négociation. ▸ Expression claire et compréhensible ▸ Discours adapté à l'interlocuteur selon les codes culturels préalablement identifiés. ▸ Les conditions de partenariat permettant le partage de la valeur créée et la préservation des intérêts économiques et financiers des parties prenantes est soulevé. ▸ Les préconisations sont cohérentes pour assurer l'équilibre de la relation contractuelle. ▸ La traduction de l'ensemble des obligations inhérente à la relation contractuelle est complète

REFERENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPÉTENCES <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
3- Gestion d'un projet à l'international dans un contexte multiculturel	<p>Identifier l'ensemble des enjeux, les parties prenantes externes ou internes, les contraintes (coût, délai, juridique, qualité, politique...) ainsi que les leviers de financement possibles d'un projet de déploiement à l'international. En estimer les ressources budgétaires, matérielles et humaines permettant d'évaluer la faisabilité du projet et de définir des indicateurs de suivi et d'évaluation.</p>	<p>Étude de cas : (11). À partir d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit déterminer le chemin critique d'un projet de déploiement d'une organisation à l'international. Il/elle doit proposer une planification des étapes et tâches prenant en compte le chemin critique.</p> <p>Étude de cas : (12). À partir d'un cas d'une entreprise issue d'un secteur spécifique, le/la candidat(e) doit déterminer le cadre environnemental du projet. Il/Elle doit identifier les risques. Il/Elle doit déterminer les indicateurs de performances, valider la faisabilité du projet et proposer un planning de pilotage du projet.</p> <p>Projet professionnel Dans le cadre de la réalisation de projets liés aux enjeux de développement du commerce international dans des secteurs spécifiques (agroalimentaire, aéronautique, automobile...), le/la candidat doit identifier les risques liés au projet, déterminer les indicateurs de suivi de la performance et évaluer la faisabilité du projet). Il doit simuler la mise en œuvre du projet et rédiger un rapport de clôture.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bonne identification des axes prioritaires du projet. ▶ Proposition d'un ordonnancement des tâches du projet selon un planning établi. ▶ Évaluation de l'adéquation entre les besoins et les ressources nécessaire à la réalisation du projet est correcte ▶ Les tâches critiques sont déterminées ainsi que l'évaluation de la répercussion d'un retard sur l'ensemble du projet. ▶ Bonne identification des risques liés au cadre environnemental et juridique. ▶ Les indicateurs de performances proposés sont cohérents avec les objectifs fixés. ▶ Une estimation chiffrée des ressources budgétaires est proposée ▶ Le planning proposé par le/la candidat(e) est réaliste. ▶ Bonne identification des enjeux liés au projet de développement ▶ Évaluation pertinente des risques inhérents à la gestion du projet par la prise en compte des spécificités du secteur d'activité. ▶ Bonne sélection des indicateurs de performance et de suivi adéquat. ▶ Le rapport de clôture comprend bien une évaluation du projet selon les indicateurs de performance identifiés, une analyse des résultats produits ainsi que des préconisations sur la conduite du projet.

		<p>Étude de cas : (13). Basé sur un cas d'entreprise souhaitant s'implanter à l'étranger, le/la candidat(e) détermine la rentabilité d'un investissement à l'étranger.</p> <p>Business Games : Jeu d'entreprise. Le/la candidat(e) doit : Identifier les enjeux de déploiement à l'international ; Déterminer des objectifs quantitatifs ; Évaluer les ressources nécessaires à la poursuite des objectifs ; Définir des cibles et des marchés prioritaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▸ L'analyse proposée des mécanismes de financement sur du court, moyen et long terme est cohérente ▸ Évaluation correcte de la rentabilité de l'investissement ▸ Analyse correcte de la situation des marchés et du positionnement des concurrents. ▸ Les pays à fort potentiel qui présentent les perspectives les plus intéressantes sont bien identifiés des ▸ Évaluation précise du potentiel marché. ▸ Les marchés prioritaires sont définis. ▸ La stratégie de production est déterminée ▸ Gestion efficace des stocks, des coûts de transferts et des taux de changes.
	<p>Manager et communiquer auprès des équipes et les partenaires externes du projet (prestataires, administration, douanes...). Coordonner et gérer les relations avec chacun en prenant en compte leurs spécificités culturelles et en adoptant une démarche de prévention des conflits.</p>	<p>Étude de cas : (14.) A partir de cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit proposer un plan de communication à destination des équipes et partenaires.</p> <p>Étude de cas : 15. D'après un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit analyser une situation problématique dans un environnement complexe. Il élabore des méthodologies de résolutions de problèmes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Le mode de communication est adapté aux cibles à atteindre et prend en compte les diversités culturelles. ▸ Les choix de communication sont justifiés par la maîtrise de la typologie des cultures et des concepts culturels ▸ Proposition d'un mode de communication permettant de fédérer les équipes autour du projet et d'en partager la vision stratégique ▸ Les causes de conflits sont identifiées ▸ des solutions de résolutions de problème adaptées à la cible sont proposées et tiennent compte des spécificités culturelles.
	<p>Piloter un projet d'implantation d'une activité économique sur un marché étranger en définissant le cadre contractuel et légal et en organisant et hiérarchisant les tâches à réaliser selon un planning défini. Contrôler la réalisation des objectifs de</p>	<p>Étude de cas : 11. À partir d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit déterminer le chemin critique d'un projet de déploiement d'une organisation à l'international.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Les axes prioritaires du projet sont identifiés ▸ Les tâches du projet sont ordonnées selon un planning établi. ▸ Évaluation correcte de l'adéquation entre les besoins et les ressources nécessaire au projet.

	<p>chiffre d'affaires et de rentabilité par les moyens adaptés.</p>	<p>Il/elle doit proposer une planification des étapes et tâches prenant en compte le chemin critique.</p> <p>Business Games ou Jeu d'entreprise Le candidat doit : Déterminer les objectifs quantitatifs en termes de chiffre d'affaire et de développement ;</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Les tâches critiques sont déterminées et le risque de retard sur l'ensemble du projet est correctement évalué ▸ L'ensemble des informations figure dans le cahier des charges. ▸ Le vocabulaire juridique utilisé est adapté. ▸ La stratégie répond bien aux enjeux d'internationalisation. ▸ Les décisions prises permettent une augmentation du chiffre d'affaire ▸ Une évaluation des résultats par rapport à ceux escomptés est proposée. ▸ Les décisions sont adaptées sur la base des résultats précédents et de l'évolution du scénario.
	<p>Évaluer et formaliser sous forme de note écrite les résultats d'un projet de déploiement à l'international pour les présenter au décideur. La note détaille l'atteinte des objectifs initiaux et des retombées économiques, la qualité des prestations des sous-traitants et partenaires, le respect du calendrier et du budget prévisionnel.</p>	<p>Business Games ou Jeu d'entreprise Les candidats doivent : Évaluer la cohérence des actions menées et proposer des améliorations dans un document de synthèse.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▸ les décisions sont adaptées selon les résultats obtenus ▸ une note de synthèse est proposée qui explicite les choix de la stratégie, le déroulé du projet par rapport au scénario initial et aux objectifs préalablement fixés. ▸ des préconisations sont faites permettant l'amélioration de la conduite de projet.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
4- Conception et déploiement de la politique commerciale sur un marché étranger	Définir une stratégie de négociation en identifiant les intérêts de l'organisation et ceux des interlocuteurs, les risques et les conditions de réussite ainsi que les leviers de négociation de manière à conclure un partenariat sur un marché étranger	Mise en situation professionnelle : Sous la forme d'un jeu de rôle, le/la candidat(e) doit simuler un entretien de négociation commerciale permettant la conclusion d'un partenariat local pour l'implantation d'une organisation sur un marché étranger.	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Bonne identification des enjeux liés à l'implantation de l'organisation sur un marché étranger. ▸ La valorisation des gains générés pour le partenaire commercial est mise en avant ▸ Les tactiques de communication sont adaptées à l'interlocuteur. ▸ Des concessions sont faites de manière à rééquilibrer les pouvoirs et d'inclure le partenaire. ▸ L'entretien de négociation est conduit de manière à convaincre l'auditoire.
	Élaborer un plan d'action commercial (objectifs, ressources humaines et financières, résultats attendus) basé sur une analyse de l'existant, en respectant les contraintes juridiques, budgétaires et en s'adaptant au contexte du marché	Études de cas : (16). À partir d'un cas d'entreprise, le/la candidat(e) doit construire un plan d'action commerciale permettant de soutenir le développement commercial d'une organisation. À partir d'une proposition de valeur, il/elle doit élaborer un argumentaire de vente afin d'accompagner la force de vente dans la poursuite de leurs objectifs commerciaux. Il/Elle doit définir les leviers de motivation des équipes commerciales ainsi que les conditions de rétribution des primes	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Prise en compte la stratégie de l'entreprise pour la construction du plan d'action. Celui-ci est correctement calibré par rapport aux objectifs commerciaux. ▸ Les moyens humains et/ou financiers nécessaires à sa stratégie sont déterminés ▸ Les contraintes juridiques inhérentes au pays d'implantation sont prises en compte. ▸ Le plan d'action commercial décrit précisément les actions et résultats attendus. ▸ L'argumentaire valorise bien les caractéristiques technique et commerciale du produit et de l'entreprise. ▸ Les avantages et bénéfices du produit pour le client sont mis en avant ▸ La proposition de vente est attractive ainsi que la marge de négociation possible.
	Définir le cadre et les outils de prospection dans le respect du droit inhérent à chaque pays. Élaborer la proposition de valeur et l'argumentaire associés à un produit ou un service pour un marché étranger.		<ul style="list-style-type: none"> ▸ Des leviers de motivations adaptés au secteur d'activités de l'entreprise sont proposés ▸ Des modalités d'intéressement des équipes commerciales sont proposées sur la base de variables ▸ Les rémunérations variables sont calculées en fonction d'objectifs qualitatifs et quantitatifs motivant permettant la réalisation de ceux ci
	Superviser et animer le travail des équipes commerciales sur des marchés étrangers en définissant leurs objectifs, les leviers de motivation et les modalités d'intéressement à mettre en œuvre selon les spécificités culturelles inhérente au pays d'implantation.		