

Blocs de compétences Programme PGE

Septembre 2020

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</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION défini les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITERES D'ÉVALUATION
Bloc 1 : Concevoir, formaliser et mettre en œuvre la stratégie marketing - vente globale de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> -Élaborer et structurer une stratégie marketing – vente -Réaliser une étude de marché, une étude marketing -Appréhender les stratégies de distribution omnicanal, e-commerce... -Concevoir une politique de relation client, -Élaborer, gérer et contrôler le budget d'un plan marketing opérationnel et d'un plan d'action commerciale -Manager une équipe, une force de vente 	Contrôle continue des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des cours renvoyant au bloc de compétences. Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail individuel ou de groupe ou sur différents projets (étude sectorielle, étude de marché, étude marketing) par la mobilisation des connaissances et la construction d'outils appropriés : argumentaire de vente, prospection, plans marketing, d'actions commerciales etc.	Par l'appui de QCM, d'exercices et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises. Par ces projets, l'étudiant démontre qu'il est en mesure de concevoir des outils marketing pertinents. Il doit utiliser ses connaissances et démontrer sa capacité d'analyse.
		Par des études de cas, évaluation de la capacité de l'étudiant à utiliser les outils de micro-management (rémunération, recrutement, évaluation etc.)	Par la pratique, l'apprenant démontre ses capacités managériales d'une équipe commerciale ou de force de ventes.

<p>Bloc 2 :</p> <p>Concevoir et mettre en œuvre la stratégie de communication de l'entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formaliser une politique globale de communication d'entreprise dans le cadre d'une stratégie corporate, - Concevoir et mettre en œuvre un plan d'action Media et Réseaux Sociaux, - Développer une stratégie de marque, - Élaborer et réaliser actions événementielles - Gérer la e-réputation et la communication de crise de l'entreprise - Concevoir et réaliser des sites web performants 	<p>Contrôle continue des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des COURS renvoyant au bloc de compétences.</p> <p>Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail de groupe sur différents projets : élaboration d'une stratégie de communication, planification et gestion d'un évènement, d'une campagne publicitaire, création de site web,</p>	<p>Par l'appui de QCM, d'exercices et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.</p> <p>Par ces projets, l'étudiant démontre qu'il est en mesure de concevoir des outils de communication pertinents. Il doit utiliser ses connaissances et démontrer sa capacité d'analyse.</p>
<p>Bloc 3 :</p> <p>Réaliser et analyser les états différents états financiers d'entreprises</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre et exploiter les états financiers, les ratios de la finance d'entreprise, - Réaliser l'analyser financière globale d'une entreprise et son évaluation - Appréhender les enjeux de la finance éthique - Élaborer un business plan précis et le commenter 	<p>Contrôle continue des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des COURS renvoyant au bloc de compétences.</p> <p>Par des mises en situation professionnelle doit l'apprenant doit exploiter les dispositifs comptables et analytiques et les outils financiers indispensables au mangement de l'entreprise (contrôle de gestion, investissement, optimisation de la trésorerie...). Il doit être en mesure d'évaluer les performances d'une entreprise et d'élaborer des stratégies financières.</p>	<p>Par l'appui de QCM, d'exercices et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.</p> <p>L'apprenant doit démontrer sa capacité à construire et commenter devant un jury un business plan complet.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Concevoir et mettre en œuvre un projet entrepreneurial 	<p>Dans le cadre d'un projet « Business Venture » l'apprenant démontre sa capacité à créer et piloter une entreprise.</p> <p>Évaluation individuelle sommative en contrôle continue en anglais en</p>	<p>Le groupe d'étudiants démontrent la pertinence de son projet face à un jury composé de professeurs et de professionnels.</p> <p>L'apprenant démontre sa capacité à écrire,</p>

<p>Bloc 4 :</p> <p>Manager un projet de transformation numérique</p>	<p>- Pratiquer couramment l'anglais des affaires, à l'écrit et à l'oral,</p> <p>- Intégrer les enjeux de la RSE et de l'économie sociale et solidaire, de la transformation numérique des entreprises, des nouveaux modes de consommation, conduisant à l'émergence de nouveaux modèles d'affaires.</p> <p>- Maitriser les outils et techniques du management des ressources humaines,</p> <p>- Comprendre le système d'information de l'entreprise et ses évolutions</p> <p>- Manager des projets numériques et leurs impacts sur les organisations</p>	<p>utilisant un logiciel d'e-learning.</p> <p>Sur un ensemble de COURS et de Séminaires (BeMySelf, Économie Sociale et Solidaire, Voyage au centre des Métiers etc.) l'apprenant doit démontrer sa capacité à mobiliser ses connaissances dans un contexte complexe.</p>	<p>lire et parler en langue Anglaise à l'occasion de travaux réalisés dans certains cours relatifs aux autres blocs de compétences.</p> <p>Par l'appui de QCM, d'exercices et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.</p> <p>L'apprenant doit démontrer sa capacité à construire des outils (RH, numérique, communication, financier etc.) en intégrant des contraintes (respect des normes environnementales, des règles juridiques, technologiques etc.)</p>
	<p>- Identifier des opportunités d'affaires à l'international, comprendre la stratégie et les attentes des clients afin d'élaborer une réponse adaptée et attractive.</p> <p>- Comprendre la place de l'événementiel dans une stratégie de communication et formuler des propositions d'événements en cohérence avec l'image et le but du commanditaire. Participer de façon autonome à l'organisation d'un</p>	<p>À travers un contrôle des connaissances et un ensemble de mises en situation professionnelles (Etudes de cas, business game, simulations etc.) l'apprenant doit démontrer son expertise et sa maîtrise des compétences spécifiques à sa spécialisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Btob • Marketing Opérationnel et Digital, • Management Évènementiel et Communication, • Marketing du Luxe, 	<p>Par l'appui de QCM, d'exercices et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.</p> <p>A travers son mémoire de recherche, l'apprenant prouve sa capacité à mener une réflexion structurée, complexe et à proposer des préconisations précises et opérationnelles. Ce mémoire est évalué par un jury d'experts.</p>

<p>Bloc 5 :</p> <p>Contrôler la performance économique en environnement B:B</p>	<p>événement interne, aux différents stades opérationnels de son déroulement.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maitriser les connaissances fondamentales, appliquées au secteur international du luxe dans un contexte international, notamment dans les domaines suivants : marketing, développement produits, distribution, communication, et gestion. Apprécier les caractéristiques, communes et spécifiques aux principaux secteurs du Luxe et percevoir les « codes » de ce secteur d'activités. - Piloter l'écosystème digital de l'entreprise, comprendre et analyser les comportements des internautes, créer et gérer des sites web performants et maitriser la distribution omnicanal. Développer une stratégie de marque sur le web et manager des projets numériques de développement. - Maitriser les outils, techniques et méthodes spécifiques au Marketing BtoB et mettre en œuvre une stratégie BtoB dans un contexte mondialisé. - Maitriser les outils financiers pour définir des politiques financières, réaliser l'audit financier et l'évaluation d'une entreprise dans différents contextes (création/reprise/cession d'entreprise, rupture 	<ul style="list-style-type: none"> • Management des Achats, • Finance et Développement de l'Entreprise, • International Business Negotiation. 	<p>A l'issue de la mission professionnelle terrain, l'apprenant témoigne devant un jury de professeurs et de professionnels de sa maîtrise des compétences professionnelles et des connaissances spécifiques à sa spécialisation.</p>
---	--	--	---

	<p>stratégique), assurer le contrôle de gestion ainsi que le pilotage des flux financiers.</p> <p>- Appréhender les effets de la mondialisation des achats, formaliser une stratégie d'achat en intégrant la dimension responsabilité sociale de l'entreprise. Connaître la chaîne logistique, l'analyse de la valeur, l'analyse du risque, les techniques de négociation fournisseurs, le sourcing et le cadre juridique de la fonction achats. Piloter un projet intégrant la dimension système d'information et gestion de la data.</p>		
--	--	--	--