

## REFERENTIEL- DIPLOVIS - MANAGEMENT DES SERVICES

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. »

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 1 : Mettre en œuvre l'activité marketing et/ou commerciale</b>	C1. Réaliser un benchmark concurrentiel d'un business unit sur la base d'études de marché en analysant : -Son environnement socio-économique, concurrentiel, juridique et technologique, -Son positionnement concurrentiel, -Sa présence sur les segments de marché, Afin de proposer la politique commerciale adaptée.	Etude de cas : « Analyse stratégique internationale »	L'étude de marché est exhaustive et contient une analyse complète : - du segment sélectionné, - des opportunités et risques, A partir de cette étude de marché, le candidat propose un diagnostic de faisabilité du projet pertinent. Il démontre sa capacité à synthétiser et restituer l'information de l'étude de marché.
	C2. Déterminer les objectifs prévisionnels et indicateurs de manière à élaborer un plan d'actions opérationnel	Etude de cas : « Marketing stratégique des services (e-marketing et nouvelles formes de distribution) »	Le candidat tient compte du résultat de ses études de marché pour identifier et sélectionner son segment marché, sa cible et son positionnement produit/service.

	C3. Déployer la politique commerciale validée au niveau de la business unit en cohérence avec la stratégie globale de l'organisation en s'appuyant sur une analyse de l'environnement économique et concurrentiel de la business unit	Etude de cas : « Marketing stratégique des services (e-marketing et nouvelles formes de distribution) »	Il détermine des objectifs marketing et commerciaux réalistes au regard des contraintes y compris budgétaires. Il planifie de manière exhaustive et réaliste les actions marketing et commerciales par rapport aux objectifs.
	C4. Choisir et utiliser les ressources numériques adaptées aux objectifs marketing et commerciaux de la business unit.	Etude de cas « E-commerce et nouveaux business models »	Le candidat choisit des ressources et moyens numériques adaptés aux actions marketing envisagés et justifie ses choix
<b>Bloc 2 Concevoir et produire des offres de services innovantes et responsables pour optimiser l'expérience client</b>	C5. Collecter et analyser les données clients (parcours d'achat, composition de la clientèle, les attentes et tendances ...) afin de remettre des propositions d'actions visant à améliorer vente et satisfaction clients	Rapport écrit et soutenance individuelle : « Mémoire de fin d'études »  (Spécialisation gastronomie ; spécialisation distribution)	Il propose une analyse pertinente et synthétique des informations collectées et démontre leurs apports par rapport à la problématique fixée. Il démontre sa capacité à synthétiser et restituer l'information pertinente à son interlocuteur.  Le candidat explicite sa méthode de veille, et celle-ci inclut la collecte, le traitement et l'interprétation des données.
	C6. Réaliser une veille permanente des tendances et enjeu de l'économie des services	Rapport écrit : « Analyse stratégique internationale »	
	C7. Réaliser une synthèse des connaissances en utilisant des ressources en comportement du consommateur afin de concevoir une offre de services	Rapport écrit « recherche appliquée au comportement du consommateur »	
<b>Bloc 3 Manager les équipes et les opérations de services</b>	C8. Organiser le travail en établissant un planning et en répartissant les activités afin de garantir les opérations	Présentation orale : « Gestion opérationnelle d'une BU et pilotage de la performance »	Le candidat propose une organisation du travail pertinente et adaptée à la situation. Il planifie et répartit les

			activités afin de garantir la bonne marche des opérations
	C9. Identifier les besoins en compétences, recruter et former les collaborateurs	Etude de cas : « Stratégie des Ressources Humaines »	Le candidat propose une évaluation des compétences réalistes au regard des objectifs. Il propose une projection professionnelle au candidat et/ou collaborateur en intégrant les résultats de l'entretien. Les préconisations proposées en matière de gestion des compétences sont réalistes et pertinentes par rapport au cas proposé.
	C10. Animer une équipe : Communiquer des objectifs, Coordonner les interactions entre les membres de l'équipe, Prévenir et résoudre les conflits Organiser un retour d'expérience suite à réalisation du service  C11. Impliquer les collaborateurs et l'équipe dans l'identification des points d'amélioration et leur mise en œuvre.	Mise en situation : « Animation d'équipe et posture managériale »	Le candidat illustre les freins à la performance par des exemples concrets et pertinents. Les préconisations d'amélioration de la performance tiennent compte du contexte de la business unit et des freins préalablement identifiés. Le candidat justifie la pertinence de ses préconisations, et évalue les résultats attendus pour chacune.
	C12. Gérer les opérations de service (prévision, achats, stocks, ...) afin de garantir la qualité de service	Etude de cas : « Management des risques, des crises et de la sécurité »	Le candidat propose une organisation pertinente permettant de garantir l'ensemble des opérations de service et leur qualité.
<b>Bloc 4 : Communiquer clairement à l'écrit et à l'oral en fonction du public et du contexte</b>	C13. Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère afin de convaincre ses interlocuteurs	Mémoire de fin d'études : « Rapport écrit et soutenance individuelle » (Spécialisation gastronomie ;	La communication écrite et orale est adaptée aux interlocuteurs et compréhensible.

	C14. Développer une argumentation avec esprit critique en utilisant les différents registres d'expression écrite et orale de la langue française afin de fédérer autour d'un projet	spécialisation distribution)  Mémoire de fin d'études : « Rapport écrit et soutenance individuelle »  (Spécialisation gastronomie ; spécialisation distribution)	L'argumentation est appropriée au contexte du projet, les techniques de négociation utilisées sont pertinentes et adaptées aux interlocuteurs.
<b>Bloc 5 : Gérer les ressources économiques, financières et logistiques</b>	C15. Analyser et élaborer un diagnostic de la situation économique et financière d'une organisation en analysant : -Les documents comptables et financiers (bilans, compte de résultats,) -L'impact des décisions de gestion A l'aide d'outils de gestion de manière à évaluer la rentabilité	Rapport écrit : « Stratégie financière et Business plan »	Le candidat établit un diagnostic financier du projet en présentant : - Des hypothèses réalistes pour dresser un prévisionnel financier (bilan, compte de résultat, flux de trésorerie) - Des projections financières qui démontrent la faisabilité, la rentabilité et la pérennité du projet - Une analyse des résultats par les principaux ratios - Des préconisations d'actions correctives pour améliorer la performance et les marges - Une communication claire et concise des résultats chiffrés
	C16. Superviser un système de pilotage des business unit basé sur : -Une analyse budgétaire, -Des indicateurs de performance du secteur d'activité préalablement définis, -Des outils de suivi et d'analyse des données financières, De manière à piloter l'activité en fonction des contraintes budgétaires		
	C17. Mettre en place la politique d'achat et approvisionnement du département / magasin en	Etude de cas : « Supply chain et logistique »	

	<p>sélectionnant, en contrôlant et en évaluant les fournisseurs afin de garantir la qualité et maîtriser les risques</p> <p><b>C18.</b> Organiser la chaîne logistique du département / magasin en gérant les flux logistiques et les stocks à l'aide d'outils numériques afin d'assurer la mise à disposition des produits et d'optimiser les coûts</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une étude des marchés fournisseur</li> <li>- Une pré-sélection des fournisseurs</li> <li>- Un cahier des charges fixant les règles et contraintes</li> <li>- Des critères d'évaluation quantitatifs et qualitatifs du fournisseur</li> </ul> <p>Le candidat propose des modifications pertinentes pour améliorer l'organisation de la chaîne logistique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En s'appuyant sur une analyse de chacun des maillons de la chaîne</li> <li>- En détaillant les attendus en termes de fluidification des flux et d'optimisation des coûts</li> </ul> <p>En proposant le déploiement de solutions numériques</p>
--	--	--	--

	<p><b>C19.</b> Mettre en œuvre des procédures hygiène sécurité et handicap, en maîtrisant les techniques et normes en vigueur afin de veiller à la qualité et à l'hygiène des produits et des installations et à leur accessibilité</p>	<p>Mise en situation : « Management des risques, des crises et de la sécurité »</p>	<p>Le candidat établit un diagnostic hygiène et sécurité de la chaîne logistique et handicap des installations, en présentant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une analyse de risques, tel que HACCP</li> <li>- Une liste de risques hiérarchisés</li> <li>- Des actions de mise en conformité avec les différentes réglementations relatives à l'hygiène, la sécurité et l'accessibilité</li> </ul>
<p><b>Bloc 6 : Développer une recommandation sur la base d'une démarche de recherche</b></p>	<p>C20. Réaliser une synthèse des connaissances en utilisant des ressources afin d'en dégager une problématique  C21. Définir une méthode adaptée afin de collecter des données réelles et de les interpréter  C22. Émettre des préconisations de développement en les justifiant par des éléments d'analyse afin de permettre la prise de décision</p>	<p>Mémoire de fin d'études : « Rapport écrit et soutenance individuelle »  (Spécialisation gastronomie ; spécialisation distribution)</p>	<p>Le périmètre de l'étude est clair et la question formulée correctement.</p> <p>Le recensement des connaissances théoriques sur la question est exhaustif et pertinent. Les normes scientifiques de rédaction du rapport (citations et référencement) sont respectées.</p> <p>L'étude terrain réalisée permet de collecter l'ensemble des données nécessaires. Les techniques d'analyses sont adaptées aux données collectées. L'analyse des connaissances et des données est pertinente.</p> <p>Les solutions proposées s'appuient sur l'analyse des données et l'état des connaissances. Les conclusions et recommandations opérationnelles sont argumentées.</p>

			La communication écrite et orale est adaptée aux interlocuteurs et compréhensible.
<b>Bloc 7 : Développer sa connaissance de soi</b>	C23. Identifier et analyser ses valeurs professionnelles, ses centres d'intérêt, ses préférences, ses compétences, ses croyances, ses aptitudes pour faire ses propres choix C24. Choisir les outils adaptés aux méthodes de recrutement (CV, lettre de motivation, outils réseau, pitch, entretiens, « assessments ») afin de créer l'intérêt du recruteur	CV Lettre de motivation Profil LinkedIn Pitch Simulation d'entretien Présentation orale de son projet professionnel	Le CV est percutant et attire l'attention des recruteurs, La lettre de motivation est adaptée à l'offre. Le profil LinkedIn et les différents médias pour interagir avec son réseau sont maîtrisés. Le pitch est court, efficace, bien documenté et clair.
	C25. Analyser les spécificités et évolutions des métiers et des secteurs visés, l'environnement économique et l'état du marché du travail afin de construire son projet professionnel personnel	Présentation orale de retour sur expérience de stages  (Spécialisation gastronomie ; spécialisation distribution)	La communication est adaptée. Le candidat répond aux questions de façon appropriée. Il présente de façon claire et convaincante son projet professionnel, ses atouts. Il aborde des process de recrutement complexes (études de cas, assessment centers, ...)