

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - 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. »

Bloc 1 : Concevoir et décliner les orientations stratégiques de l'entreprise/l'organisation

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>A1. Conception et adaptation des orientations stratégiques de l'entreprise</p> <p style="margin-left: 40px;">T1 – Conduite d'une veille T2 – Etablissement d'un diagnostic T3 – Définition des opportunités et orientations stratégiques</p>	<p>C1 - Réaliser une veille économique, concurrentielle, réglementaire et technologique ainsi qu'une cartographie des risques internes et externes (espionnage industriel...) afin d'identifier les opportunités de développement et les évolutions secteur ;</p> <p>C2 - Réaliser un diagnostic interne et externe de l'entreprise/organisation afin de déterminer les (ré)orientations stratégiques de celle-ci et en prenant en compte les enjeux de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), les résultats de la veille et la cartographie des risques ;</p>	<p>E1 – Cas général d'entreprise individuel sur table (C1 à C4) Le/la candidat(e) devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une analyse de l'environnement et des enjeux associés pour l'entreprise - Cartographier les risques - Réaliser un diagnostic de l'entreprise - Proposer des orientations stratégiques - Définir un mode d'organisation Lean des activités de l'entreprise pour répondre aux objectifs stratégiques 	<ul style="list-style-type: none"> - L'analyse de l'environnement est complète (concurrence, évolution réglementaire...) - Les risques sont mis en évidence et exhaustifs - Le diagnostic de l'entreprise est pertinent et comporte les forces, faiblesses, opportunités et menaces - Les recommandations stratégiques sont adéquates et réalistes par rapport aux ressources internes et à l'analyse de l'environnement

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A2. Déploiement de la stratégie définie au sein des départements de l'entreprise/l'organisation</p> <p style="padding-left: 40px;">T1 – Déclinaison des orientations stratégiques en interne T2 – Suivi des activités</p>	<p>C3 - Décliner la stratégie d'entreprise dans les services en s'appuyant sur la méthodologie du Lean Management et des Six Sigma afin de garantir l'efficacité de l'organisation ;</p> <p>C4 - Concevoir des outils de suivi et de reporting afin de piloter et optimiser l'activité de l'entreprise : tableaux de bord et indicateurs de performance.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Créer des outils pour évaluer l'atteinte des objectifs 	<ul style="list-style-type: none"> - L'organisation permet de répondre aux besoins définis - Les outils sont adaptés et couvrent l'ensemble de l'activité
--	--	--	---

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 2 : Piloter la stratégie financière

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>A1. Evaluation et organisation de la gestion financière</p> <p style="padding-left: 20px;">T1 – Evaluation et répartition des ressources T2 – Choix du mode de financement T3 – Organisation de la gestion comptable et financière</p>	<p>C5 - Evaluer les besoins financiers des différentes unités de l'entreprise/l'organisation afin d'allouer les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs ;</p> <p>C6 - Sélectionner un mode de financement adapté à la structure et aux orientations stratégiques de l'entreprise/l'organisation ;</p> <p>C7 - Organiser la gestion comptable et financière afin d'assurer le suivi de la santé financière de l'entreprise/l'organisation (tableaux de bord, calculs des coûts, marges, capacité de financement...);</p>	<p>E2 – Etude de cas individuelle (C5 à C7) Le/la candidat(e) devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluer les besoins en financement de l'entreprise - Analyser les marges, la rentabilité et les contraintes financières - Proposer un mode de financement adapté aux contraintes et aux objectifs stratégiques - Elaborer une organisation comptable et financière - Créer des tableaux et indicateurs de suivi adaptés 	<ul style="list-style-type: none"> - L'évaluation des besoins en financement et de leur répartition est exacte - Le calcul des marges, de la rentabilité est correct - Le mode de financement proposé est argumenté et pertinent au regard des contraintes financières et des objectifs stratégiques - L'organisation proposée est dimensionnée à la taille et à la stratégie de l'entreprise - Les tableaux permettent d'assurer le suivi avec efficacité et de détecter les écarts

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A2. Contrôle de la performance financière</p> <p>T1 – Vérification de la gestion comptable et financière T2 – Analyse des résultats T3 – Mise en place de mesures d’optimisation</p>	<p>C8 - Contrôler les flux financiers afin d’identifier les écarts et mettre en place des actions préventives et/ou correctives ;</p> <p>C9 - Analyser les états financiers (compte de résultat, bilan) afin de dégager et mettre en place des actions d’optimisation de la performance financière.</p>	<p>E3 – Etude de cas individuelle (C8 et C9) Le/la candidat(e) devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Déterminer les coûts de référence - Identifier les écarts par rapport au prévisionnel et préconiser des actions correctives - Analyser les états financiers - Emettre des recommandations d’optimisation de la performance financière 	<ul style="list-style-type: none"> - Le calcul des coûts de référence est exact - Les écarts sont correctement identifiés et expliqués, les actions correctives proposées sont efficaces - L’analyse des états financiers est juste - Les recommandations prennent en considération l’ensemble de l’analyse, leur efficacité est démontrée
---	---	--	--

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 3 : Piloter la stratégie marketing et commerciale

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>A1. Pilotage de la stratégie marketing</p> <p style="padding-left: 20px;">T1 – Conception de l'identité de la marque T2 – Evaluation des performances marketing</p>	<p>C10 - Déterminer la stratégie de marque (positionnement, segments, cibles) afin de concevoir les actions marketing, de choisir les canaux de communication adaptés, les actions de fidélisation et de donner de la valeur aux produits/services ;</p> <p>C11 - Evaluer les retombées des actions marketing en identifiant les facteurs de satisfaction et d'insatisfaction à l'aide des indicateurs de performance, afin d'adapter les actions de fidélisation à la typologie des clients et de s'assurer d'une présence efficiente sur les médias sociaux. Si nécessaire, mettre en place des actions correctives ;</p>	<p>E4 – Projet fil rouge avec soutenance permettant une mise en situation professionnelle (C10 à C16) :</p> <p>Une entreprise partenaire sollicite les candidats sur un cas concret en challengeant les groupes entre eux. L'entreprise présente son cas lors du lancement du projet. Elle assiste aux restitutions finales, évalue le travail des groupes et met en avant la meilleure réalisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le choix de l'identité de la marque et de ses caractéristiques est argumenté et détaillé - La stratégie de marketing et de communication comporte des éléments à court, moyen et long terme, le discours est cohérent par rapport à l'identité de la marque - Les indicateurs sont fiables - Les actions de fidélisation sont adaptées à la cible et au positionnement de la marque - L'étude de marché est complète, analysée et prend en compte les contraintes internes - La stratégie marketing et commerciale est cohérente
<p>A2. Pilotage de la stratégie commerciale</p> <p style="padding-left: 20px;">T1 – Evaluation du marché et des opportunités T2 – Gestion des négociations commerciales T3 – Evaluation des performances commerciales</p>	<p>C12 - Réaliser une étude de marché afin d'identifier les opportunités de développement ou de création d'un produit/service/segment de marché et organiser la politique et le réseau commercial (prix, relation-client, points de vente...) ;</p> <p>C13 - Mener des négociations commerciales afin de susciter l'adhésion et obtenir les meilleures conditions de vente par la maîtrise des techniques stratégiques, tactiques, comportementales et culturelles (plan de négociation, posture, argumentations, gestion des objections, contreparties) ;</p>	<p>Le candidat devra concevoir en groupe une réponse adaptée au cas posé :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construire l'identité d'une marque/d'un produit le cas échéant - Réaliser une étude de marché - Définir la stratégie de marketing et de communication, le 	<ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs sont fiables - Les actions de fidélisation sont adaptées à la cible et au positionnement de la marque - L'étude de marché est complète, analysée et prend en compte les contraintes internes - La stratégie marketing et commerciale est cohérente

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A3. Déploiement de la stratégie marketing et commerciale en mode projet</p> <p>T1 – Pilotage du projet T2 – Animation des équipes parties prenantes au projet</p>	<p>C14 - Évaluer les retombées des actions commerciales décidées en termes de chiffre d'affaires, de bénéfices et si nécessaire mise en place de correctifs pour le prochain plan d'actions commerciales ;</p> <p>C15 - Afin de garantir le respect des orientations stratégiques et l'efficacité du triptyque Qualité/Coûts/Délai, piloter les actions marketing et commerciales en mode projet en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluant le budget et en l'allouant • Déterminant les échéances et les livrables • Gérant les priorités et les aléas • Construisant des outils de reporting • Réalisant un retour d'expérience ; <p>C16 - Coordonner les équipes marketing et commerciales multiculturelles dans le cadre d'un projet en transmettant les objectifs à atteindre, en structurant et en animant les équipes à l'aide des leviers de motivations de chacun, afin de mobiliser l'équipe autour de la réussite du projet.</p>	<p>positionnement ainsi que l'argumentaire des propositions stratégiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en place des indicateurs de suivi - Proposer des actions de fidélisation - Recommander une stratégie de développement commercial - Mesurer et analyser les résultats commerciaux - Construire un argumentaire et le défendre au cours de la soutenance <p>Le candidat travaillera en mode projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Évaluer le budget et créer un plan d'allocation - Déterminer les étapes et livrables de celles-ci - Réaliser des arbitrages - Créer des outils de reporting - Proposer une coordination des équipes - Mettre en place un plan de communication pour animer et structurer les équipes 	<p>et argumentée et présente le prévisionnel des résultats</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'argumentaire s'appuie sur un plan construit, les arguments proposés prennent en compte les motivations de l'interlocuteur - L'analyse des résultats commerciaux inclut des recommandations d'action - Le budget et la répartition sont corrects et cohérents - Les étapes et livrables permettent de respecter les objectifs et délais - Les arbitrages réalisés sont argumentés et limitent les impacts sur la réussite du projet - Les outils de reporting sont efficaces et adaptés - La coordination des équipes garantit le bon déroulement du projet - Le plan de communication permet la compréhension, l'appropriation, l'engagement et le suivi des équipes
--	--	--	--

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 4 : Manager les équipes

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>A1. Gestion des recrutements</p> <p>T1 – Evaluation des besoins en personnel T2 – Conduite du processus de recrutement T3 – Intégration des salariés</p>	<p>C17 - Evaluer les besoins en recrutement des différents services afin d'adapter le dimensionnement et l'organisation des équipes à la stratégie de l'entreprise ;</p> <p>C18 - Conduire les recrutements afin de sélectionner les profils adéquats en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créant les fiches de poste • Réalisant l'analyse des candidatures et les entretiens • Préparant le contrat, les éléments de rémunération et les rattachements nécessaires (mutuelle, retraite...) ; <p>C19 - Concevoir un process d'intégration des salariés afin de favoriser l'engagement et la fidélisation des nouveaux employés notamment en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formant à la culture d'entreprise • Sensibilisant les salariés à la diversité des profils (personnes en situation de handicap...) ; 	<p>E5 - Etude de cas (C17 à C21) Le/la candidat(e) devra :</p> <p>Partie 1/2 Définir l'expression du besoin en compétences Rédiger une fiche de poste Analyser des CV et sélectionner le profil adéquat en le justifiant Proposer un processus d'intégration</p> <p>Partie 2/2 Sur la base des profils présents au sein de l'équipe et des évolutions organisationnelles prévues, le/la candidat(e) identifie les besoins en formation et les modalités de mise en œuvre de la conduite du changement</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les compétences nécessaires au poste ont été dégagées de manière correcte - La fiche de poste est complète (contexte, compétences techniques et comportementales, responsabilités) - Le choix des CV écartés et du CV sélectionné est argumenté - Le processus d'intégration est complet - L'analyse des évolutions organisationnelles est adéquate et permet une identification correcte des formations nécessaires en fonction de chaque profil - Les modalités de déploiement de la nouvelle organisation sont présentées clairement, justifiées et planifiées, le candidat a pris le recul nécessaire

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A2. Organisation et animation d'équipes multiculturelles</p> <p>T1 – Adaptation des pratiques managériales T2 – Gestion des compétences T3 – Conduite du changement</p>	<p>C20 - Réaliser une veille sur les pratiques managériales afin d'adapter le management aux nouvelles tendances sociétales, au pays concerné et aux évolutions économiques (management à distance, développement des softskills, intégration des approches neurocognitives...);</p> <p>C21 - Assurer la montée en compétences des salariés par le biais de formation et conduire le changement afin de permettre l'assimilation par tous des mutations technologiques, des nouveaux process internes et de soutenir le développement de l'entreprise par l'engagement des salariés.</p>	<p>E6 – Jeu d'entreprise managérial par groupe avec présentation orale et écrit individuel (C20 à C21), le/la candidat(e) devra :</p> <p>Le/la candidat(e) est mis en situation professionnelle. Au sein d'un groupe mélangeant des candidats de plusieurs certifications, il doit apporter une réponse à une problématique d'entreprise grâce à un travail de coordination entre plusieurs corps de métiers.</p> <p>Le/la candidat(e) mettra en pratique ses capacités à identifier les profils et compétences des autres candidats composant le groupe, répartir les missions, suivre l'avancée et animer une équipe pluridisciplinaire et multiculturelle.</p> <p>Un support de présentation adapté au livrable est attendu et fait l'objet d'un oral de groupe</p> <p>Le/la candidat(e) réalise un compte-rendu écrit individuel avec analyse critique des difficultés rencontrées au cours du jeu d'entreprise (respect des échéances, livrables, interactions au sein de l'équipe...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contextualisation et analyse pertinente de la problématique managériale, prenant en compte la dimension ressources humaines - Argumentation de la réponse à la problématique - Capacité de l'équipe à gérer des situations complexes en multi-compétences - Le format du livrable est adapté à la demande (bonus sur l'originalité et le professionnalisme) du commanditaire - Prise de recul dans le compte-rendu écrit et mise en valeur des difficultés rencontrées et avantages dans une équipe plurielle - Présentation claire, structurée (contextualisation, analyse contradictoire) et diplomatique
--	--	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 5 spécialisation 1 : Start-up et transformation digitale

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>A1. Conduite d'un projet de création ou de reprise d'une entreprise/organisation</p> <p style="padding-left: 40px;">T1 – Sélection du modèle économique</p> <p style="padding-left: 40px;">T2 – Rédaction du Business Plan</p> <p style="padding-left: 40px;">T3 – Défense de son projet</p>	<p>CS1 - Déterminer le modèle économique approprié afin de construire un projet d'entreprise cohérent et durable, en prenant en compte les nouveaux modèles économiques (économie circulaire, ubérisation, monétisation de la donnée...);</p> <p>CS2 - Rédiger un Business Plan afin de valider son projet de création ou de reprise d'une entreprise et démarcher les partenaires et investisseurs en incorporant les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation du projet et de l'équipe • Etude de marché (cibles, part de marché, analyse concurrentielle) • Explication de la stratégie (marketing, commerciale...) • Présentation du prévisionnel financier (compte de résultat, bilan et compte de trésorerie prévisionnels ; tableau des investissements ; plan de financement ; calcul du seuil de rentabilité...) • Forme juridique choisie ; <p>CS3 - Concevoir un pitch afin de démarcher et susciter l'adhésion de partenaires ou d'investisseurs ;</p>	<p>ES1 – Dossier et soutenance orale (CS1 à CS3)</p> <p>Le/la candidat(e) devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sélectionner le modèle économique pour développer son projet - Rédiger un Business Plan - Soutenir le projet proposé avec un support permettant la compréhension du projet et favorisant l'adhésion (vidéo, maquette, démonstration...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Le choix du modèle économique est justifié, contextualisé et adapté au projet - Le Business Plan est complet et permet d'évaluer la viabilité du projet (présentation, étude de marché, stratégie, prévisionnel financier) - Le Business Plan est soigné, structuré et clair - Le pitch est argumenté et mets en avant les points forts et les éléments innovants. La qualité, la pertinence et l'originalité du support sont pris en compte dans l'évaluation

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A2. Accompagnement des entreprises à la transformation digitale Afin d'engager le processus de transformation digitale, le manager des entreprises et des organisations :</p> <p>T1 – Réalise un audit de la situation digitale de l'entreprise T2 – Conçoit les spécifications techniques pour la conduite des transformations T3 – Gère la transformation digitale de l'entreprise en mode projet</p>	<p>CS4 – Conduire un audit et un diagnostic organisationnel du système informatique permettant d'identifier les évolutions des méthodes et processus à mener dans un objectif de mise en conformité et d'efficience de l'entreprise/l'organisation ;</p> <p>CS5 – Dans le cadre de la mise en œuvre des actions de transformation digitale et à partir de l'audit, établir les besoins et les spécifications techniques afin de sélectionner l'ERP adéquat et de passer commande auprès des techniciens ;</p> <p>CS6 – Mener le projet digital avec agilité jusqu'à son terme pour assurer l'adéquation de la solution et le respect des délais et des coûts en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prenant en compte les attentes des équipes via des entretiens avec les utilisateurs, des ateliers... • Prenant en considération l'activité de l'entreprise et ses besoins • Confrontant les spécifications techniques choisies à la réalité terrain (tests en collaboration avec les techniciens...) • Construisant des indicateurs de suivi et de performance spécifiques • Mesurant les retombées et apportant les correctifs nécessaires. 	<p>ES2 – Mémoire de recherche professionnel et soutenance orale (CS4 à CS6)</p> <p>Le/la candidat(e) : Se place dans la posture d'un consultant et mène un travail de réflexion et d'analyse critique en lien avec une problématique concrète d'entreprise intégrant la dimension transformation digitale.</p> <p>Le/la candidat(e) doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Démontrer ses capacités d'évaluation et d'analyse terrain - Identifier les données et indicateurs pertinents - Confronter la théorie à la pratique - Rencontrer les parties prenantes et tout interlocuteur pertinent - Analyser les difficultés rencontrées notamment en termes de rapports de force et conduite de changement - Formuler des recommandations stratégiques et techniques au problème d'entreprise soulevé ou des innovations 	<ul style="list-style-type: none"> - L'analyse est construite et prend en compte la réalité terrain, la problématique est contextualisée - Les indicateurs sélectionnés permettent l'analyse et la réflexion - Le candidat démontre que ses propositions de transformation digitale sont applicables et propose une stratégie de déploiement - Le candidat a affiné sa réflexion et sa réponse à la problématique et l'a confronté à des acteurs terrain - Le candidat met en avant les opportunités/avantages/innovations de sa réponse - Le candidat démontre une prise de recul et dégage les risques éventuels, les limites et les points de blocage de sa réponse - La qualité de rédaction, la clarté et la mise en forme des documents et des présentations sont
--	--	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<ul style="list-style-type: none">- Mettre en évidence les opportunités, les risques et limites associés aux recommandations proposées- Rédiger son mémoire et préparer un support de soutenance mettant en avant les points clés et les rendant lisibles (graphiques, schémas...)	<ul style="list-style-type: none">- conformes au guide fourni et adaptés à la problématique posée- La prestation effectuée lors de la soutenance orale est claire, présente les éléments clés de manière synthétique, propose une réponse à la problématique posée en vulgarisant les notions techniques éventuelles pour faciliter la compréhension
--	--	---	---

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 5 spécialisation 2 : Directeur opérationnel (d'établissement ou d'unité)

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>A1. Définir au niveau de son périmètre de responsabilités, la stratégie décidée par la direction générale de l'organisation, en transmettant les objectifs et en s'assurant de la coordination des actions avec la direction générale</p> <p style="padding-left: 40px;">T1 – Définition de la stratégie au niveau de son établissement/unité</p> <p style="padding-left: 40px;">T2 – Conception du plan de transformation ajusté à son établissement/unité</p> <p style="padding-left: 40px;">T3 – Organisation des étapes du projet de transformation</p> <p>A2. Mise en œuvre du plan de transformation au sein de l'établissement/unité</p> <p style="padding-left: 40px;">T1 – Sélection des partenaires associés au projet de transformation de l'établissement/unité</p> <p style="padding-left: 40px;">T2 – Accompagnement des collaborateurs sur les outils et processus</p>	<p>CS1 - Définir au niveau de son périmètre de responsabilités, la stratégie décidée par la direction générale de l'organisation, en transmettant les objectifs et en s'assurant de la coordination des actions avec la direction générale ;</p> <p>CS2 - Etablir le projet de transformation à l'échelle de son unité, de son établissement, en fonction de différents paramètres (taille de la direction opérationnelle, budget, contraintes locales) et en déterminant les échéances et le budget alloué à chaque étape ;</p> <p>CS3 - Déterminer l'organisation et les étapes du projet de transformation de l'établissement/unité comprenant les besoins en ressources humaines, les incidences organisationnelles et les principaux livrables ;</p> <p>CS4 - Choisir des partenaires (prestataires, fournisseurs, consultants...) en fonction de critères prédéterminés par la direction générale de manière à sécuriser le déploiement du projet de transformation à l'échelle de l'établissement/unité ;</p>	<p>ES1 – Mémoire de recherche professionnel et soutenance orale (CS1 à CS6)</p> <p>Le/la candidat(e) : Se place dans la posture d'un consultant et mène un travail de réflexion et d'analyse critique en lien avec une problématique concrète intégrant la dimension transformation de l'établissement/unité.</p> <p>Le/la candidat(e) doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Démontrer ses capacités d'évaluation et d'analyse terrain - Identifier les données et indicateurs pertinents - Confronter la théorie à la pratique - Rencontrer les parties prenantes et tout interlocuteur pertinent - Analyser les difficultés rencontrées notamment en termes de rapports de force et conduite de changement 	<ul style="list-style-type: none"> - L'analyse est construite et prend en compte la réalité terrain, la problématique est contextualisée - Les indicateurs sélectionnés permettent l'analyse et la réflexion - Le candidat démontre sa compréhension du plan de transformation de l'établissement/unité et propose une stratégie de déploiement - Le candidat a affiné sa réflexion et sa réponse à la problématique et l'a confronté à des acteurs terrain - Le candidat met en avant les opportunités/avantages/innovations de sa réponse - Le candidat démontre une prise de recul et dégage les risques éventuels, les limites et les points de blocage de sa réponse - La qualité de rédaction, la clarté et la mise en forme des documents et des présentations sont conformes

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>T3 – Estimation du degré de réalisation du projet au sein de l'établissement/unité</p>	<p>CS5 - Accompagner le changement au sein de l'établissement/unité en utilisant des outils et processus adaptés à la singularité de l'établissement/unité (taille, formation des effectifs, degré de maturité, etc.).</p>	<ul style="list-style-type: none">- Formule des recommandations stratégiques et techniques au problème d'entreprise soulevé ou des innovations- Mettre en évidence les opportunités, les risques et limites associés aux recommandations proposées- Rédiger son mémoire et préparer un support de soutenance mettant en avant les points clés et les rendant lisibles (graphiques, schémas...)	<p>au guide fourni et adaptés à la problématique posée</p> <p>La prestation effectuée lors de la soutenance orale est claire, présente les éléments clés de manière synthétique, propose une réponse à la problématique posée en vulgarisant les notions techniques éventuelles pour faciliter la compréhension</p>
---	--	--	---

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc 5 spécialisation 3 : Piloter la stratégie RSE de l'entreprise

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>A1 - Concevoir et déployer une stratégie RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) au sein de l'entreprise</p> <p>Evalue les impacts de l'activité de l'entreprise, de son organisation et de son offre de services au regard des enjeux du Développement Durable (DD)</p> <p>Conçoit et met en place la stratégie RSE de l'entreprise/l'organisation en déployant des actions tant sur son activité et ses produits que sur son organisation</p> <p>Identifie les enjeux et les opportunités d'une gestion intégrée patrimoniale avec application aux différents fonds ou capitaux d'une entreprise et de son territoire (pérennité ou cycle de vie des bâtiments, des infrastructures, des savoir-faire technologiques ; entretien et</p>	<p>CS1 - Évaluer les impacts environnementaux, organisationnels, humains et éthiques de l'activité économique à l'échelle de l'entreprise, ainsi que les opportunités de positionnement comme acteur du DD en mobilisant ses connaissances des enjeux, des cadres réglementaires nationaux, européens et internationaux en matière de DD et de RSE, ainsi que les méthodes et outils de prospective et d'évaluation ;</p> <p>CS2 – En considérant l'évaluation des impacts effectuée et les enjeux RSE comme un défi de performance à la fois commerciale, environnementale et sociale, engagée par le biais de l'éco-innovation, de l'innovation responsable, concevoir l'offre de l'entreprise (produit, offre commerciale, marketing, digital...) et son organisation (handicap, équité...) en intégrant les logiques du développement durable et de la RSE ;</p> <p>CS3 - Élaborer des stratégies de gestion patrimoniale pour une entreprise, en identifiant les contributions de chaque fonds patrimonial à l'activité de l'entreprise, les impacts de cette dernière sur les patrimoines (dont les écosystèmes et le climat comme éléments du patrimoine naturel), les intérêts des parties prenantes</p>	<p>ES1 - Rédaction d'un mémoire de recherche professionnel avec soutenance devant un jury professionnel (CS1 à CS6)</p> <p>Le candidat : Mène un travail de réflexion et d'analyse critique en lien avec une problématique concrète d'entreprise en matière de RSE.</p> <p>Le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Démontrer ses capacités d'évaluation et d'analyse terrain - Identifier les données et indicateurs pertinents ainsi que les réglementations associées - Confronter la théorie à la pratique - Rencontrer les parties prenantes et tout interlocuteur pertinent - Analyser les difficultés rencontrées notamment en 	<ul style="list-style-type: none"> - La maîtrise de concepts et d'outils DD, tels que les indicateurs RSE, les critères ESG, par le biais des applications des applications qui en sont proposées afin de mener l'évaluation de la problématique d'entreprise soulevée - L'analyse est construite et prend en compte la réalité terrain - Les indicateurs sélectionnés permettent l'analyse et la réflexion - La réglementation est prise en compte lorsque nécessaire - Le candidat a affiné sa réflexion et sa réponse à la problématique et l'a

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>renouvellement des capitaux humain, social/culturel et naturel).</p> <p>A2 - Mobiliser les parties prenantes et communiquer autour d'un rapport annuel de performance DD, RSE, ou ESG d'entreprise</p> <p>Garantit l'engagement et la mobilisation des différentes parties prenantes en adaptant son discours en fonction des intérêts et positionnement de chacun</p> <p>Mobilise des systèmes d'indicateurs et les éléments techniques nécessaires pour répondre aux obligations d'évaluation extra-financière, de reporting et de prospective.</p> <p>Rédige les documents analytiques et de vulgarisation ainsi que le rapport annuel de performance RSE de l'entreprise/l'organisation en concertation avec des collègues spécialistes</p>	<p>internes et externes, et les opportunités d'entretien ou de restauration des différents patrimoines ;</p> <p>CS4 - Analyser les rapports de force, les interroger sous l'angle du jeu d'acteurs (parties prenantes, gestion de conflit, médiation), reconnaître les freins au changement et les difficultés de mobilisation face à l'urgence, la divergence de valeurs et l'incertitude afin d'adapter son discours à son interlocuteur, de rechercher des leviers pour favoriser l'engagement et la mobilisation des collaborateurs autour du projet RSE de l'entreprise ;</p> <p>CS5 – Structurer les bases d'information et de communication pour répondre aux obligations d'évaluation extra-financière, de reporting et de prospective en appliquant des outils d'évaluation de projet et de comptabilité élargie (extra-financière, écosystémique, patrimoniale) et en créant des indicateurs de performance RSE ;</p> <p>CS6 - Concevoir des supports de communication adaptés aux interlocuteurs (internes, externes, direction) ainsi que le rapport annuel de performance DD (Développement Durable), RSE (Responsabilité Sociale de l'Entreprise), ou ESG (Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance) de l'entreprise afin de rendre compte des actions menées au sein de la structure et suivre leurs évolutions et impacts.</p>	<p>termes de rapports de force et conduite de changement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer des solutions stratégiques au problème d'entreprise soulevé ou des innovations - Mettre en évidence les opportunités, les risques et limites associés aux recommandations proposées - Rédiger son mémoire et préparer un support de soutenance mettant en avant les points clés et les rendant lisibles (graphiques, schémas...) afin de se mettre en situation réelle en termes de communication écrite et orale 	<p>confrontée auprès des acteurs terrain</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat met en avant les opportunités/avantages/innovations de sa réponse - Le candidat démontre une prise de recul et dégage les risques éventuels, les limites et les points de blocage de sa réponse - La qualité de rédaction, la clarté et la mise en forme des documents et des présentations conformément au guide fourni et adaptés à la problématique posée - La prestation effectuée lors de la soutenance orale est claire, présente les éléments clés de manière synthétique, propose une réponse à la problématique posée en vulgarisant les notions techniques éventuelles pour faciliter la compréhension
---	---	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE