

Référentiels d'activités, de compétences et d'évaluation

Certification professionnelle :

Manager de l'innovation et du développement entrepreneurial (MS)

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. »

La certification Manager de l'innovation et du développement entrepreneurial (MS) propose 5 grandes activités majeures pour ce métier, qui sont décrites à la suite dans le référentiel d'activités, de compétences et d'évaluations.

Les évaluations majeures concernant la certification comprennent :

- **Le projet Transforming Early Makers (TEM) :**

Un challenge est proposé aux participants pour inventer les business models de 2030 à partir de questions de société. Les projets sont réalisés sur une durée de 2 mois, en groupe de 6 personnes. Ils donnent lieu à un dossier écrit et une présentation orale, devant un jury composé de professionnels, de professeurs, devant l'ensemble des groupes. Les 3 livrables sont :

- Evaluation de la stratégie et proposition d'un business model, démontrant la réalité et la pertinence de l'offre innovante disruptive proposée
- Evaluation de la viabilité économique et financière, de la proposition
- Evaluation des contraintes et des risques du projet, en termes de temps, moyens et de ressources

- **Le projet New Biz Maker (NBM) :**

Les projets concernent une innovation entrepreneuriale, soit à partir d'une idée originale des participants, ou pour un porteur de projet de la promotion. Il se déroule sur 6 mois, par groupe de 4 à 6 participants. Un dossier de réponses est écrit en français ou en anglais et la présentation orale est en anglais. Les 8 livrables sont les suivants :

- La validation de l'idée concernant l'innovation entrepreneuriale
- La validation du business model de développement, en utilisant le business model canvas
- La proposition des ressources d'acquisition
- La validation du business plan de développement
- Les préconisations élaborées pour le développement en s'appuyant sur un réseau de partenaires

- Le plan de communication sur le secteur/territoire visé, incluant la communication digitale envisagée
- Le plan d'actions commerciales
- La validation de la conduite du projet entrepreneurial, concernant principalement le management de l'équipe projet

La Mission Innovation :

Ces projets d'innovation sont réalisés pour une entreprise commanditaire, sur une durée de 4 mois, par groupe de 4 à 6 participants, encadrés par des coachs professionnels. La présentation des propositions est orale, devant un jury de professionnels, comprenant des professeurs, devant l'ensemble des groupes. Les 7 livrables sont :

- Un rapport d'étude exploratoire marketing
- Une segmentation du marché
- Un diagnostic stratégique de l'innovation
- Une étude de propriété intellectuelle (PI)
- Un business model de développement, comprenant les partenariats
- Un plan marketing
- Une étude des solutions argumentées de financement de l'innovation

- **L'étude marketing de marchés nouveaux :**

Il s'agit d'une étude de cas réel, permettant aux participants d'étudier et de représenter pour la première fois un marché en émergence. Le travail est réalisé en groupe de 4 à 6 participants, donnant lieu à la remise d'un rapport, avec ces 3 livrables :

- Une analyse d'un marché en émergence, en argumentant la méthode d'exploration choisie
- Une segmentation d'un marché en émergence
- Un plan de développement d'une activité nouvelle

- **La mission en entreprise ou projet entrepreneurial de 4 à 6 mois et la thèse professionnelle :**

La thèse professionnelle, conformément aux directives de la Conférence des Grandes Ecoles, est précédée d'une **mission professionnelle en entreprise ou d'une mission de projet entrepreneurial dont la durée est de 4 à 6 mois.**

La thèse professionnelle permet d'évaluer l'acquisition de compétences d'abstraction, de conceptualisation, de synthèse et de prise de recul et à proposer des solutions opérationnelles. Elle doit être conçue comme un véritable travail d'études et de recherche qui s'inscrit dans le champ professionnel de spécialisation du titre. Elle correspond

à une réflexion qui énonce et analyse une problématique managériale choisie et illustrée par l'expérience professionnelle. Cette problématique doit répondre à une préoccupation ou un objectif directement lié à l'activité. La recherche se base sur l'étude, l'expérimentation, l'observation, l'analyse, la comparaison et le raisonnement.

La thèse professionnelle est accompagnée :

- par un tuteur d'**emlyon** business school . Il appartient au corps professoral permanent d'**emlyon** ou à un collège d'experts externes agréé par l'école (liste établie pour chaque programme par le directeur académique du programme). Le tuteur école est qualifié pour encadrer un travail de thèse professionnelle. Il valide la progression du participant dans les différentes étapes de construction de sa thèse (sujet, problématique, bibliographie, méthodologie, analyse terrain, etc.). Il peut aussi recommander des lectures complémentaires (recueils, articles) ou effectuer une mise en relation avec des personnes susceptibles d'être ressources.
- par le maître de stage en entreprise, qui, durant toute la durée de la mission professionnelle, encadre, alimente, guide et oriente le travail du participant quelle que soit la nature de la problématique traitée. Le maître de stage, en conséquence, a la responsabilité d'évaluer, au terme du travail du participant, son comportement en situation opérationnelle (capacité d'adaptation, écoute, intégration, communication, etc.).
- ou par un professionnel de l'accompagnement de projet entrepreneurial pour la réalisation d'une thèse professionnelle en format business plan (évaluation des enjeux et analyse des besoins, évaluation du potentiel du projet entrepreneurial, de l'équipe, planification des contraintes opérationnelles et analyse de risques, présentation d'un business plan orienté vers la démonstration d'une rentabilité et la création d'une valeur marchande réelle).

La thèse professionnelle fait l'objet d'un rendu écrit (**environ 20 000 mots, une cinquantaine de pages, hors annexes**) et d'une soutenance orale d'une heure , évalués par un jury mixte, composé du maître de stage, de l'entreprise d'accueil et d'un intervenant encadrant d'emlyon ou intervenant professionnel issu de l'écosystème local (entrepreneur, expert sectoriel, expert méthodologique, etc) ainsi que d'un intervenant encadrant d'emlyon business school.

L'obtention de la totalité de la certification résulte de la validation complète, de ces différentes évaluations et de la rédaction et soutenance de la thèse professionnelle.

Dans le cadre d'un dossier VAE, le candidat doit valider les 5 blocs de compétences et présenter, par un dossier écrit solide étayé de preuves, son parcours professionnel, suivi d'une soutenance à l'orale.

Définir la stratégie d'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
Veille et analyse stratégiques sur l'environnement externe de l'entreprise	<p>Sélectionner et accéder à différentes sources de données, pour centraliser l'information pertinente, selon son périmètre de responsabilités (entreprise ou projet).</p> <p>Synthétiser l'information collectée, pour caractériser les principales tendances, opportunités ou menaces, caractérisant l'environnement de l'entreprise.</p> <p>Utiliser l'étude et l'analyse d'opportunité, afin de qualifier le contexte concurrentiel, en termes d'acteurs et de dynamique.</p>	<p>Projet TEM (Transforming Early Maker) : projet réalisé sur une durée de 2 mois, en groupe de 6 personnes, dossier écrit et présentation orale. Livrables 1 : évaluation de la stratégie et proposition d'un business model</p> <p>Projet NBM (New Biz Maker) : projet réalisé sur 6 mois, sur une idée originale des étudiants de chaque groupe ou pour un porteur de projet entrepreneurial appartenant au groupe, présenté en anglais. Dossier écrit et présentation orale. Livrables 1 : élaboration de la stratégie de développement d'un projet entrepreneurial, intégrant les situations de handicap</p>	<p><i>La veille et l'analyse réalisées s'appuient sur des données riches et pertinentes, provenant de sources fiables.</i></p> <p><i>Les informations sont synthétisées et mettent en évidence les principales opportunités ou menaces de l'environnement de l'entreprise, dont les menaces concurrentielles.</i></p>
Construction de la stratégie de développement selon une démarche entrepreneuriale	<p>Réaliser un diagnostic de l'entreprise, en utilisant les méthodes stratégiques (de type SWOT ou « Océan bleu ») mettant en évidence la création de valeur, afin de faciliter la prise de décisions sur les business model à élaborer.</p> <p>Construire un nouveau modèle économique en s'appuyant sur la disruption d'un modèle existant, afin de proposer un business model plus durable et performant, intégrant les situations de handicap.</p> <p>Développer un projet entrepreneurial associant les parties prenantes (consommateurs, clients, fournisseurs, partenaires, etc.), afin de créer de nouvelles propositions de valeur.</p>		<p><i>La stratégie de développement proposée est étayée par :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>un diagnostic stratégique contextualisé et une mise en évidence des tendances clés pour la stratégie de développement et la création de valeur recherchée.</i> • <i>un business model durable inscrit dans une logique</i>

	<p>Evaluer les différentes ressources disponibles ou la stratégie d'acquisition afin de mettre en œuvre une démarche de développement adaptée.</p>	<p>Evaluation de la conception produit dans sa dimension éco-responsable / ou évaluation d'une initiative d'entrepreneuriat social : dossier réalisé en groupe de 4 à 6 personnes, écrit et présentation orale, mettant en évidence les aspects de la démarche responsable de conception de produit ou de la responsabilité RSE, pouvant répondre aux besoins des personnes en situation de handicap, du projet entrepreneurial.</p>	<p><i>disruptive et transformative du secteur visé, intégrant les situations de handicap.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>un modèle expliquant clairement les hypothèses-clés et les recommandations entre ressources mobilisables et stratégie externe d'acquisition.</i>
<p>Elaboration d'un projet entrepreneurial responsable, prenant en compte les situations de handicap</p>	<p>Concevoir un projet entrepreneurial en intégrant ses dimensions d'impact social pouvant répondre aux besoins des personnes en situation de handicap et écologique, afin de positionner le projet entrepreneurial dans une démarche responsable.</p> <p>Proposer des orientations ou des modifications de la stratégie d'entreprise, pour mettre en œuvre une démarche RSE, en évaluant les avantages et les contraintes.</p>		<p><i>Le projet entrepreneurial a pris en compte les aspects liés à la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise en :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>intégrant une dimension sociale et écologique dans sa mission</i> • <i>mesurant les impacts sociaux et écologiques du projet d'innovation</i> • <i>en proposant des orientations pour limiter les impacts négatifs et augmenter les impacts positifs, incluant les situations de handicap</i>

Elaborer la stratégie d'innovation			
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
Diagnostic stratégique de l'innovation de l'entreprise	<p>Conduire une étude marketing exploratoire afin de représenter pour la première fois un marché en émergence, en utilisant les méthodes d'exploration spécifiques (entretiens exploratoires terrain) afin de formuler un diagnostic.</p> <p>A partir du diagnostic d'innovation réalisé, apporter ses recommandations stratégiques et les présenter à sa direction générale, à la fois pour inscrire son projet d'innovation dans la stratégie et le mettre en corrélation avec les ressources de l'organisation, en faisant ressortir éventuellement les écarts.</p>	<p>Etude marketing de marchés nouveaux : réalisée en groupes de 4 à 6 participants, donnant lieu à la remise d'un rapport permettant d'étudier et de représenter pour la première fois un marché en émergence. Livrables : analyse d'un marché en émergence, segmentation et plan de développement d'une activité nouvelle.</p> <p>Mission innovation : réalisée sur une durée de 4 mois, en groupes de 4 à 6 participants, pour une entreprise commanditaire, présentation orale devant l'intervenant et le la professionnel commanditaire. Livrables 2 : stratégie d'innovation et démarche de design thinking, diagnostic</p>	<p><i>Le diagnostic stratégique de l'innovation repose sur :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>le respect des étapes de la procédure pour segmenter un marché qui n'existe pas encore</i> ○ <i>une synthèse des informations, mettant en évidence les principales opportunités et menaces</i> ○ <i>la cohérence des recommandations à la fois avec la stratégie de l'entreprise et les ressources de l'organisation.</i>
Sélection des projets d'innovation	<p>Passer de l'intention stratégique de l'entreprise, grâce à des audits et à une méthode d'arbitrage, au choix des meilleurs projets d'innovation, afin de faciliter la prise de décision.</p> <p>Choisir une méthode de créativité et d'innovation adaptée à la situation afin d'augmenter les chances de réussite de la conception en créant des choix possibles.</p>		<p><i>Le choix des projets d'innovation retenus est réalisé grâce à :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Des critères d'arbitrage argumentés et priorisés.</i>

	<p>Effectuer des choix, en utilisant l'évaluation, la sélection de projet, un cahier des charges de l'innovation, afin de se focaliser sur les projets les mieux alignés avec la stratégie de l'entreprise.</p>	<p>stratégique de l'innovation, étude de propriété intellectuelle, business model de développement</p> <p>Projet NBM (New Biz Maker) : projet réalisé sur 6 mois, pour un commanditaire entreprise ou pour un porteur de projet entrepreneurial, présenté en anglais. Dossier écrit et présentation orale. Livrables 2 : validation de l'idée d'innovation entrepreneuriale, validation du business model de développement, en utilisant le business model canvas.</p> <p>Evaluation individuelle, à partir d'une situation réelle d'entreprise, permettant d'évaluer la proposition de valeur d'une innovation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>La qualité et précision de la définition du cahier des charges de l'innovation</i> • <i>Une argumentation pertinente et logique de la sélection des projets retenus et non retenus.</i> • <i>La proposition d'une méthode de créativité adaptée, sans rupture de continuité</i>
<p>Elaboration d'un business model innovant, intégrant les situations de handicap</p>	<p>Mettre en place une démarche innovation permettant de passer de l'opportunité à la preuve de concept de produit ou service innovant.</p> <p>Construire un nouveau modèle économique en s'appuyant sur des méthodes (telles que design thinking, lean start up, etc.) pour rendre le modèle durable et performant.</p> <p>Identifier et évaluer une innovation prometteuse en produisant un business model selon le modèle « Business Canvas » afin de formaliser des propositions de valeur pertinentes adaptées à des segments de marchés.</p> <p>Formaliser des propositions de valeur pertinentes et différenciantes sous forme de business model, afin de le présenter aux différents acteurs, y compris en contexte international et auprès des institutions représentant les personnes en situation de handicap, pour obtenir les validations successives jusqu'au go/no go de lancement.</p>		<p><i>Cohérence du business model, grâce à :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Une démarche d'innovation proposée allant jusqu'à la preuve de concept.</i> • <i>Une présentation explicite et argumentée de l'ensemble des axes du business model canvas.</i> • <i>Des propositions de valeur clairement différenciantes incluant les situations de handicap.</i> • <i>Une argumentation appropriée à l'oral en langue française ou anglaise.</i>
<p>Evaluation de la possibilité de créer une entreprise, en continuité d'un projet d'innovation</p>	<p>Identifier à l'aide d'experts (comme des avocats) les barrières en lien avec l'innovation pour évaluer les risques liés à la Propriété Intellectuelle.</p> <p>Orienter l'entreprise dans le choix d'une structure juridique adaptée à ses besoins, afin d'accompagner le développement du projet d'innovation.</p>		<p><i>Les risques liés à la Propriété Intellectuelle ou à la responsabilité du chef d'entreprise sont identifiés et</i></p>

	Identifier les prises de risque des différents acteurs de l'entreprise, afin de pouvoir conseiller le chef d'entreprise sur une mise en jeu éventuelle de sa responsabilité.		<p>priorisés pour faciliter la prise de décision.</p> <p>Les avantages et risques de différentes structures juridiques cohérentes avec le projet d'innovation sont analysés.</p> <p>Recommandation de la structure juridique la plus adaptée au contexte.</p>
--	--	--	---

Construire le marketing de l'innovation dans une logique de « business development » à l'ère du digital			
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
Elaboration du plan marketing de lancement d'une innovation sur un marché	<p>Structurer le marché de l'innovation à partir de la définition de cibles visées, dans le positionnement innovant voulu, afin d'élaborer une solution en adéquation avec les besoins.</p> <p>Réaliser le plan marketing de lancement de la solution innovante afin d'attaquer successivement des segments de marché, en capitalisant sur les réussites précédentes.</p> <p>Concevoir une campagne marketing en ligne, en s'appuyant sur les différents leviers du marketing digital (Search Engine Optimization SEO, Search Engine Advertising SEA, Social Media Advertising SMA display, Social Media Optimization SMO, emailing,</p>	Projet NBM (New Biz Maker) : projet réalisé sur 6 mois, sur une idée originale du groupe d'étudiants ou d'un membre du groupe porteur de projet entrepreneurial, présenté en anglais. Dossier écrit et présentation orale. Livrables 3 : préconisations élaborées pour le développement en s'appuyant sur un réseau de partenaires,	<p><i>Cohérence et pertinence du plan d'actions marketing proposé :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les besoins à satisfaire sont explicités et priorisés. • Les stratégies des concurrents sont analysées. • Les segments de marché sont mis en évidence et visés de façon successive.

	<p>inbound marketing, etc.), et en analysant les stratégies marketing existantes des différentes marques, afin d'accélérer le lancement et la diffusion de cette innovation.</p> <p>Se rendre visible sur les réseaux sociaux, en mettant en œuvre une politique appropriée de référencement, pour toucher de façon adaptée les cibles visées.</p>	<p>plan de communication sur le secteur/territoire visé, incluant la communication digitale envisagée, plan d'actions commerciales.</p> <p>Exercices pratiques sur des productions digitales : développement d'un prototype d'application mobile, conception d'un chatbot et de gestion et mise en œuvre de projet web.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>L'offre proposée est adaptée et le plan d'actions est itératif/progressif.</i> • <i>Des préconisations de communication digitale sont réalisées.</i> • <i>Plan marketing proposé en anglais, si l'innovation est internationale.</i>
Elaboration de la stratégie commerciale	<p>Elaborer la stratégie commerciale de l'entreprise, de son produit ou service, selon son périmètre de responsabilités, afin d'en assurer un lancement réussi.</p> <p>Accompagner les premiers clients (early adopters) et gérer la relation client tout au long du cycle de vie en mettant en place des actions adaptées, afin d'optimiser la fidélisation et le développement du portefeuille clients.</p>	<p>Etude de cas réel d'entreprise, réalisée en groupe de 4 à 6 participants. Livrables : plan actions commerciales, plan d'animation d'une équipe commerciale, mettant en place si nécessaire des ressources supplémentaires pour des personnes en situation de handicap.</p>	<p><i>Présentation claire et valorisante de la stratégie commerciale proposée pour le projet d'innovation. Plan d'actions commerciales argumenté pour permettre de gérer durablement le portefeuille clients.</i></p>
Management de l'équipe commerciale et diffusion de la culture commerciale en transverse	<p>Décliner la stratégie commerciale en plan d'actions avec son équipe pour atteindre les objectifs visés, en développant également la culture client au sein de l'entreprise.</p> <p>Animer l'équipe commerciale pour assurer la mise en œuvre du plan d'actions, avec un management adapté pour les personnes en situation de handicap, en actionnant des leviers de motivation individuelle et collective,</p> <p>Accompagner son équipe vers davantage de performance et d'autonomie en mettant en œuvre un leadership adapté.</p>	<p>Evaluation individuelle sous forme de mises en situations professionnelles, simulations et jeux de rôle d'une négociation d'affaire en utilisant la</p>	<p><i>Propositions d'actions d'animation de l'équipe commerciale mises en relation avec les objectifs à atteindre. Des ressources supplémentaires sont mise place si nécessaire pour les personnes ne situation de handicap. Des leviers de motivation individuels et/ou collectifs sont proposés en cohérence avec la situation à accompagner.</i></p>

<p>Négociation et gestion de la relation client</p>	<p>Construire son plan de négociation avec ses marges de manœuvre, les concessions envisageables et la planification des temps forts de la négociation pour mieux maîtriser le face à face et la résistance inhérente à la négociation.</p> <p>Négocier une affaire par une bonne écoute et compréhension des besoins du client en s'appuyant sur son plan de négociation, afin de le convaincre de la valeur ajoutée de la solution proposée, dans une relation gagnant-gagnant et favoriser l'optimisation de l'accord.</p> <p>Animer des communautés sur les différents réseaux, afin de développer la relation client et la relation à la marque et au produit.</p>	<p>construction d'un plan de négociation et la structuration de la négociation. Quizz individuels de contrôle des connaissances.</p> <p>Mission innovation : réalisée sur une durée de 4 mois, en groupes de 4 à 6 participants, pour une entreprise commanditaire, présentation orale devant l'intervenant et le professionnel commanditaire. Livrables 3 : plan d'actions marketing, rythmé par l'attaque successive de segments avec une offre adaptée et des préconisations d'une campagne de marketing digital.</p>	<p><i>Complétude du plan de négociation proposé :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les objectifs de la négociation sont identifiés. • Les besoins du client sont priorités. • La valeur ajoutée de la solution proposée est mise en évidence. • Les difficultés possibles à s'accorder avec son client sont évaluées • Les concessions possibles sont identifiées. <p><i>Ecoute active et négociation concluante en maintenant la relation (éviter la rupture) avec son client.</i></p>
---	---	---	--

Manager des projets d'innovation			
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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Prototypage de solution innovante	Prototyper une solution innovante en utilisant une méthodologie de prototypage rapide et communiquer sur les projets en utilisant le digital, pour gagner en délai et en réactivité sur la conduite du projet.	Projet NBM (New Biz Maker) : projet réalisé sur 6 mois, pour un commanditaire-entreprise ou	<i>Argumentation convaincante de la méthodologie de prototypage rapide retenue</i>

<p>Pilotage de projet</p>	<p>Déployer une ou des méthodes agiles de gestion de projet, en s'appuyant sur les référentiels de certification projet existants, pour atteindre les objectifs fixés par le commanditaire du projet.</p> <p>Planifier l'ensemble des tâches d'un projet afin d'assurer le respect des objectifs et des délais prévus, en s'appuyant sur le cahier des charges ou une note de cadrage du projet.</p> <p>Conduire les réunions de projet (lancement, avancement, résolution de problèmes, recettage) avec les acteurs et la gouvernance du projet afin d'avancer, de produire, d'alerter et de décider si besoin des mesures correctives.</p> <p>Elaborer et suivre des indicateurs sur l'avancement et les réalisations du projet afin de mesurer des écarts et de proposer des actions de régulation.</p> <p>Définir et animer les instances de pilotage, pour la mise en mouvement des équipes autour des résultats et la mise en œuvre de plans d'actions.</p>	<p>pour un porteur de projet entrepreneurial, présenté en anglais. Dossier écrit et présentation orale. Livrables 4 : validation de la conduite du projet entrepreneurial, management de l'équipe projet.</p> <p>Projet TEM (Transformation Early Maker) : projet réalisé sur une durée de 2 mois, en groupe de 6 personnes, dossier écrit + présentation orale. Livrables 3 : évaluation des contraintes et des risques du projet, en termes de temps, moyens, ressources.</p>	<p><i>Pertinence du pilotage du projet, grâce à :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • une méthode agile de gestion de projet argumentée par rapport aux objectifs à atteindre • une planification cohérente des tâches dans le respect des objectifs et délais prévus • des réunions de projet adaptées aux problématiques rencontrées • des indicateurs appropriés d'avancement et de réalisations
<p>Management d'équipes mixtes internes et externes, incluant les personnes en situation de handicap</p>	<p>Construire et partager une vision inspirante pour garantir la cohésion vers un objectif commun, en favorisant des relations collaboratives au sein des équipes et en conduisant le changement.</p> <p>Mobiliser des équipes internes, externes, internationales, grâce à l'animation de réunions d'avancement ou de résolution de problèmes, en réduisant les tensions ou conflits avec les personnes ou les services concernés, pour faciliter l'avancement du projet jusqu'à son recettage.</p> <p>Favoriser l'intégration de personnes en situation de handicap dans les équipes projet, en mettant en place une organisation et une communication adaptées.</p> <p>Capitaliser sur l'expérience acquise afin de bénéficier du retour d'expérience et diffuser une culture d'innovation au sein de l'entreprise.</p>	<p>Mission innovation : réalisée sur une durée de 4 mois, en groupes de 4 à 6 participants, pour une entreprise commanditaire, présentation orale devant l'intervenant et le professionnel commanditaire. Livrables 4 : plan d'actions, avec propositions de développement de réseaux</p>	<p>« Baromètre » de l'équipe projet mesuré par :</p> <ul style="list-style-type: none"> • cohésion interne de l'équipe sur la durée du projet. • qualité des relations au sein de l'équipe projet. • solutions mises en œuvre en phase de tensions. • actions favorisant l'intégration de personnes en situation de handicap. • rex à la fin du projet.

<p>Co-développement de projet</p>	<p>Identifier les acteurs clés d'un projet d'innovation ou d'entrepreneuriat, afin de construire un réseau et d'évoluer plus efficacement dans cet écosystème.</p> <p>Réaliser une cartographie évolutive des acteurs et de leur rôle, afin de faciliter l'accessibilité et le travail en réseaux ultérieur.</p> <p>Animer et développer un réseau de partenaires (fournisseurs dont les acteurs externes œuvrant sur les thématiques du handicap, consultants, mentors, incubateurs, accélérateurs, experts comptables, etc.), en organisant des réunions, manifestations, événements avec une communication adaptée et une démarche proactive afin de fidéliser les relations avec les acteurs clés identifiés.</p> <p>Identifier des clients susceptibles de faire du co-développement pour rentrer sur un marché.</p>		<p><i>Les acteurs clés du projet sont identifiés.</i></p> <p><i>Des actions sont préconisées pour développer un réseau de partenaires, incluant les acteurs externes œuvrant sur les thématiques du handicap.</i></p> <p><i>Des événements permettant le co-développement avec les partenaires potentiels sont mis en œuvre.</i></p> <p><i>Capacité à identifier des clients susceptibles de participer au développement du projet d'innovation.</i></p>
-----------------------------------	---	--	--

Financer et piloter l'innovation et la performance dans une démarche entrepreneuriale			
REFERENTIEL D'ACTIVITES décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	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
Elaboration du business plan	<p>Conduire une étude de faisabilité économique d'un projet entrepreneurial ou d'innovation en utilisant les méthodes adaptées, afin de calculer le ROI du projet et de garantir la pérennité de l'entreprise.</p> <p>Bâtir des hypothèses tangibles et argumentées, afin de fiabiliser les prévisions posées dans le business plan et faciliter ainsi la prise de décisions.</p> <p>Simuler et fixer les prix de vente en partant des hypothèses marché et en validant les coûts internes, afin de garantir la rentabilité dans le temps des produits et services proposés.</p> <p>Construire un Business Plan, permettant d'élaborer une offre d'affaires économiquement viable et pérenne pour l'entreprise commanditaire, en répondant à une problématique d'innovation.</p>	<p>Projet NBM (New Biz Maker): réalisé sur 6 mois, présenté en anglais, par groupe de 4 à 6 participants. Dossier écrit et présentation orale. Livrables 4 : business plan chiffré et indicateurs de pilotage.</p> <p>Projet TEM (Transforming Early Maker) : projet réalisé sur une durée de 2 mois, en groupe de 6 personnes, dossier écrit et présentation orale. Livrables 3 :</p>	<p><i>Les principaux points de faisabilité du projet entrepreneurial ou d'innovation ont été identifiés et les éléments fournis pour les résoudre sont convaincants.</i></p> <p><i>Les éléments fournis par le porteur de projet montrent de manière convaincante la viabilité du projet.</i></p> <p><i>La stratégie d'entrée sur le marché et le plan opérationnel</i></p>

		évaluation de la viabilité économique et financière.	<i>fournissent un socle solide pour la croissance future.</i>
Financement des projets d'innovation entrepreneuriale	<p>Etablir une stratégie de financement de l'innovation optimisée en fonction d'une typologie d'innovation et des structures porteuses des process d'innovation, pour gérer financièrement un projet d'investissement.</p> <p>Garantir une lecture exhaustive des dispositifs financiers, publics et levée de fonds, pour faciliter la prise de décisions.</p> <p>Monter les dossiers de financement, de levée de fonds, de subventions, crédit impôt/recherche, et les négocier, afin de trouver les financements nécessaires selon les différentes phases de cycle de vie du produit, de la recherche à la mise sur le marché et à son développement.</p>	<p>Mission innovation : réalisée sur une durée de 4 mois, en groupes de 4 à 6 participants, pour une entreprise commanditaire, présentation orale devant l'intervenant et le la professionnel Livrables 4 : étude des solutions argumentées de financement de l'innovation au travers un dossier de financement étayé de preuves et d'arguments facilitant l'obtention des financements est remis avant les soutenances, ce dossier intègre des éléments stratégiques, de propriété intellectuelle, de techniques financières et de stratégie financière entrepreneuriale</p> <p>Etude de cas réel d'une start up, en mode ouvert, réalisé en groupe de 4 à 6 participants. Livrables : réalisation d'un dossier écrit décrivant la stratégie de financement choisie.</p>	<p><i>Les prévisions et les exigences financières présentées dans le business plan sont viables et argumentées pour le commanditaire du projet.</i></p> <p><i>Pertinence des solutions de financement proposées, analysées grâce à :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Une construction précise d'un prévisionnel financier.</i> • <i>La détermination des besoins de financements.</i> • <i>L'adéquation entre les phases de levées de fonds et les phases de développement.</i> • <i>Une analyse de l'ensemble des dispositifs disponibles.</i> • <i>La priorisation des financements accessibles pour l'entreprise incluant une compréhension des critères de décisions des différents acteurs financiers.</i> • <i>Une proposition de montage financier adaptée et la</i>

		Etude de cas individuelle d'une situation réelle d'une entreprise : démarche BSC, pilotage financier d'une activité et de projets d'investissements.	<p><i>construction d'un business plan financier finalisé.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>La capacité à défendre cette solution devant un « jury d'investisseurs ».</i>
Elaboration de tableaux de bord et suivi de la performance	<p>Participer activement au costing, au pilotage financier des projets d'investissement et au lancement d'une démarche Balanced ScoreCard (BSC), afin d'améliorer la rentabilité du projet ou de l'investissement envisagé.</p> <p>Construire les indicateurs clés de performance (ICP) efficaces, les valider, afin de décider si les hypothèses sont atteignables et suivre leur évolution dans le temps.</p> <p>Elaborer des tableaux de bord synthétiques, pour réduire les risques et faciliter la prise de décision aux différents acteurs concernés.</p> <p>Communiquer autour des indicateurs pour alerter sur les principaux écarts, minimiser les risques et proposer des actions de régulation ou réajustement</p>		<p><i>Pertinence des projets d'investissement et des plans d'utilisation du capital.</i></p> <p><i>Les prévisions sont étayées par des hypothèses qui clarifient les risques et les incertitudes.</i></p> <p><i>Des plans sont en place pour gérer / atténuer les risques</i></p>

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

La thèse professionnelle, modalité d'évaluation globale et transversale, doit être validée en plus des 5 blocs de compétences pour obtenir la certification.