

REFERENTIELS DU MANAGER INTERNATIONAL

INSTITUT DE GESTION SOCIALE ASSOCIATION (IGS) – AMERICAN BUSINESS SCHOOL OF PARIS (ABSPARIS)

Nota :

1. Dans le cas d'un candidat en situation de handicap, un aménagement des dispositifs d'évaluation peut être mis en place selon le type de handicap, dans la mesure où le jury d'évaluation peut attester de la capacité du candidat à exercer la ou les fonctions visées par le titre. Parmi les aménagements proposés, il peut s'agir, au-delà d'une adaptation du temps d'épreuve, de supports différents pour la diffusion des sujets d'évaluation ou pour les livrables demandés, de la mise à disposition d'un tiers ou d'un matériel spécifique, d'un critère d'évaluation adapté, de l'attribution d'une salle dédiée et équipée pour un candidat, d'un temps de pause accordé pendant ou entre les épreuves etc. ABSParis dispose au sein du groupe IGS d'une Mission Handicap (Hand'IGS) qui est sollicitée par les équipes afin d'étudier en concertation avec le candidat concerné les solutions appropriées et d'accompagner leur mise en œuvre effective lors des épreuves d'évaluation.
2. Chaque bloc de compétences peut être évalué séparément, la certification peut être obtenue par accumulation des différents blocs qui la composent.
3. Les compétences à l'intérieur de chaque bloc sont toutes évaluées en langue anglaise

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
<p>Activités 1. Définition d'une stratégie et d'un plan marketing à l'international</p> <p>A1.1. Production des études marketing</p> <p>A1.1.1 Recueil et exploitation des données marketing du /des pays cible (s)</p> <p>-----</p> <p>A1.1.2- Etude de la concurrence</p> <p>-----</p> <p>A1.2 Elaboration d'une stratégie marketing innovante</p>	<p>C.1.1. Conduire des enquêtes (par questionnaire et entretiens), pour qualifier le marché visé en identifiant plus précisément les besoins, les comportements d'achat (motivations, freins, ...) et le degré d'attractivité potentielle du/des produit(s)/ service(s) de l'entreprise à développer à l'international</p> <p>C.1.2. Analyser les éléments de veille marketing et les résultats des études qualitatives et quantitatives menées, en mettant en évidence les opportunités et risques au regard des différentes variables d'environnement propres au marché étranger ciblé pour alimenter la réflexion stratégique.</p> <p>-----</p> <p>C.1.3. Analyser le positionnement des concurrents en mobilisant les méthodes d'analyse appropriées afin d'identifier l'avantage compétitif de la marque.</p> <p>-----</p> <p>C.1.4. Elaborer les différentes stratégies marketing envisageables sur la zone pays visée, valorisées en termes de potentiel de croissance et de risque, en s'appuyant sur les matrices d'analyse stratégique</p>	<p><u>Etudes de cas</u> Portant sur le lancement fictif d'une activité économique à l'international et abordant les sujets typiques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Production et analyse d'une étude de marché quantitative - Réalisation d'entretiens semi-directifs et traitement des données récoltées - Elaboration d'une stratégie compétitive innovante - Principales étapes du processus budgétaire accompagnant un lancement de produit <p><u>Evaluation</u> : Rapport écrit individuel examiné par un jury d'évaluation comprenant un(e) représentant(e) opérationnel(le) d'entreprise et un(e) intervenant(e) spécialisé(e). Soutenance individuelle orale devant le jury d'évaluation et les autres apprenants.</p> <p><u>Company cases challenge</u> Mise en situation à partir de cas réels fournis par les entreprises internationales partenaires d'ABSParis autour de sujets typiques :</p>	<p><u>Critères d'évaluation pour les études de cas (</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les opportunités de marché sont identifiées à partir d'une analyse des besoins actuels et des tendances du marché - Le guide d'entretien proposé permet un recueil et une analyse scientifique des données ; il comprend des questions ouvertes et des phrases de relance - Les données recueillies reflètent la complexité de l'environnement. - La méthodologie retenue permet d'obtenir les résultats nécessaires à la prise de décision de lancement de l'activité économique à l'international. <p><u>Critères d'évaluation pour les Company Cases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse concurrentielle internationale a été conduite en mobilisant les outils attendus : PESTEL et PORTER - L'avantage compétitif de la marque a été identifié et caractérisé à partir de l'analyse concurrentielle <p><u>Critères d'évaluation pour les études de cas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La stratégie innovante a été élaborée en mobilisant les outils

<ul style="list-style-type: none"> - A1.2.1 Conception d'une proposition stratégique 	<p>et en prenant en compte la stratégie globale de l'entreprise ainsi que ses capacités de développement, afin de permettre le choix d'une stratégie créative et innovante offrant les meilleures perspectives de rentabilité durable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Stratégie et utilisation d'outils numériques pour diffuser une marque à l'international - Identification de l'avantage compétitif et analyse de positionnement international - Elaboration d'un plan marketing multi-canal et multi-pays - Construction d'une nouvelle offre produit déployée à l'international 	<p>appropriés : Blue Ocean, VRIO et Matrice d'Ansoff</p>
<ul style="list-style-type: none"> - A1.2.2 Présentation des préconisations aux décisionnaires et financeurs 	<p>C1.5. Défendre les options stratégiques auprès de la Direction Générale et des investisseurs potentiels, en argumentant sur le développement potentiel du volume d'affaires et sur les gains potentiels en termes de résultats économiques pour convaincre ses interlocuteurs de la viabilité du projet à l'international.</p>	<p><u>Evaluation</u> Rapport écrit (individuel) et soutenance orale (en groupe) devant un jury d'évaluation comprenant le commanditaire et un intervenant professionnel</p>	<p><u>Critères d'évaluation pour les Company Cases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La stratégie et le plan marketing multicanal sont adaptés au développement de l'actif de marque à l'international sur tous les segments de marchés visés - La stratégie et le budget défendus sont argumentés avec des faits et des chiffres documentés et sourcés
<p>A1.3 Conception et mise en œuvre du plan marketing et de communication à l'international</p>	<p>C.1.6. Elaborer le plan marketing et de communication multi-canal visant à développer l'actif de marque à l'international en abordant tous les segments de marché cibles et en prenant en compte les spécificités "locales" (usages, réglementation, culture, ...), en fixant des objectifs quantitatifs et qualitatifs (parts de marché à gagner, volumes de clients ciblés, ...) et en élaborant une méthodologie de suivi de la réalisation du plan (outils, calendrier, indicateurs de performance, ...).</p>		
<ul style="list-style-type: none"> - A1.3.1 Définition des éléments du mix marketing 			<ul style="list-style-type: none"> - Les avantages des différents canaux d'information et de distribution utilisés dans le pays visé et leurs interactions sont clairement identifiés et leur ROI est chiffré.
<ul style="list-style-type: none"> - A1.3.2 Budgétisation 	<p>C.1.7. Construire le budget marketing prévisionnel en s'assurant de l'exhaustivité et de la juste pesée des postes de coûts répertoriés, en tenant compte des incertitudes et risques liés à un contexte international complexe, et en cohérence avec l'enveloppe budgétaire dédiée au projet.</p>		<p><u>Critères d'évaluation pour les études de cas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le budget de lancement produit inclut les chapitres dépenses et recettes projetées investissements projetés, écarts avec le réalisé - Les coûts opérationnels et organisationnels sont correctement évalués / calculés et

<p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> - A1.3.3 Réalisation du plan de communication 	<p>-----</p> <p>C.1.8. Piloter les actions de communication et de marketing digital en mobilisant les différents services de son entreprise ou prestataires externes, en veillant au respect de la cohérence du cross-canal et en mesurant leur efficacité au regard des objectifs marketing fixés pour garantir le succès de la mise en marché.</p> <p>C.1.9. Intégrer dans l'ensemble des éléments du mix marketing et communication, la prise en compte des adaptations nécessaires à l'accès et à l'usage de l'offre mise sur le marché pour les publics cibles en situation de handicap.</p>		<p>intègrent une marge liée aux incertitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> - La stratégie et le budget défendus sont argumentés avec des faits et des chiffres documentés et sourcés <p><u>Critères d'évaluation pour les Company Cases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs de mesure d'impact des actions de communication et de marketing digital sont pertinents et s'appuient sur un panel complet d'outils SEO¹ SEA² et SMO³. - Le mix marketing prévoit un accès à l'offre et un usage adaptés aux publics en situation de handicap.
<p>Activités 2. Conception et mise en place d'un plan d'action commerciale à l'international, maîtrise des risques</p> <ul style="list-style-type: none"> - A.2.1. Elaboration d'un plan d'action commercial 	<p>C2.1 Evaluer les risques ayant des incidences sur les actions commerciales, à partir des éléments de veille et des informations recueillis auprès des partenaires présents dans le pays ciblé, pour sécuriser le déploiement des activités envisagées.</p> <p>C2.2. Définir les objectifs commerciaux, les actions commerciales à mener, les étapes et les ressources à allouer, en évaluant les risques, en prenant en compte la stratégie de l'entreprise et sa position sur le marché à l'international, pour développer des parts de marché / de nouvelles cibles,</p>	<p><u>Etudes de cas</u> Portant sur le développement des activités commerciales internationales et abordant les sujets typiques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des risques et opportunités - Dimensionnement et organisation des équipes commerciales avec budgets - Indicateurs clés de la performance commerciale à l'international 	<p><u>Critères d'évaluation pour les études de cas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - L'identification et la caractérisation des risques permet d'orienter les décisions commerciales - L'organisation commerciale proposée est cohérente au regard des moyens mis en œuvre et des risques identifiés - L'équipe commerciale est structurée en fonction des

¹ Search Engine Optimisation

² Search Engine Advertising: achat d'Adwords ou mots clés de recherche internet

³ Social Media Optimisation

<p>-----</p> <p>A.2.2. Conception et mise en œuvre d'un cadre de pilotage de la performance commerciale à l'international</p> <p>-----</p> <p>- A.2.3. Rédaction ou appui à la rédaction d'une réponse à appel d'offre international</p> <p>-----</p> <p>- A.2.4. Gestion de la relation client à l'aide d'un CRM</p> <p>-----</p>	<p>C.2.3. Constituer le réseau commercial en s'appuyant sur des partenaires reconnus sur le marché cible et/ou sur des collaborateurs internes au profil international, pour pouvoir déployer une force de vente adaptée aux spécificités locales.</p> <p>-----</p> <p>C.2.4. Choisir et mettre en place des indicateurs clés de performance pour mesurer le retour sur investissement d'opérations commerciales internationales en incluant les aspects RSE en utilisant des tableaux de bord facilitant le repérage des résultats des indicateurs clés et l'analyse des écarts.</p> <p>-----</p> <p>C.2.5. Analyser les Dossiers de Consultation des Entreprises (DCE) sur les plans quantitatifs (montant des marchés, délais) et qualitatifs (aspects juridiques et techniques, ...) à partir d'une veille ciblée des appels d'offres à l'international pour sélectionner et préqualifier les consultations.</p> <p>C.2.6. Concevoir une stratégie de réponse gagnante à un appel d'offres international en intégrant tous les attendus du cahier des charges (techniques, prix, qualité, délais, ...) et en valorisant les atouts de l'entreprise en réponse aux problématiques des commanditaires.</p> <p>-----</p> <p>C.2.7. Piloter et développer la relation client en recourant à un CRM adapté aux besoins de croissance à l'international de l'entreprise pour améliorer la productivité des équipes et favoriser</p>	<p><u>Evaluation</u> :</p> <p>Rapport écrit individuel examiné par un jury d'évaluation comprenant un(e) représentant(e) opérationnel(le) d'entreprise et un(e) intervenant(e) spécialisé(e).</p> <p>Soutenance individuelle orale devant le jury d'évaluation et les autres apprenants.</p> <p>-----</p> <p>Rapport écrit individuel : rédaction d'une réponse à appel d'offres, à partir de normes et de critères définis.</p> <p>-----</p> <p><u>Jeux de rôle et mises en situations simulées</u></p>	<p>objectifs commerciaux à atteindre : les profils sont adaptés aux actions à réaliser.</p> <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs clés identifiés incluent une partie RSE - Les indicateurs proposés permettent de mesurer objectivement la performance de l'action commerciale année après année - Les techniques de détection de nouveaux appels d'offres sont maîtrisées pour les donneurs d'ordre publics et privés - Le contenu et la présentation de la réponse à l'appel d'offre sont conformes au cahier des charges - Les éléments différenciant de l'offre de l'entreprise sont mis en exergue dans la réponse à l'appel d'offres. <p>-----</p> <p><u>Critères d'évaluation pour le jeu de rôle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La sélection du logiciel de CRM a été faite avec une vision exhaustive de l'offre disponible
--	---	--	---

<p>-----</p> <p>- A.2.5. Relation commerciale</p> <p>-----</p>	<p>le retour sur investissement par une identification optimisée des profils clients pour un ciblage performant des actions marketing.</p> <p>-----</p> <p>C2.8. Construire un argumentaire de vente pour convaincre un client en démontrant l'adéquation d'une offre par rapport à son besoin et en se démarquant du positionnement des concurrents.</p> <p>C2.9. Négocier, à partir d'une matrice de contrat de l'entreprise, les conditions de vente de produits /de services à l'international, pour encadrer la réalisation d'une prestation en respectant les niveaux de marge attendus, en traitant les objections et les réserves du client, en tenant compte des codes culturels de l'interlocuteur, en veillant à sécuriser le paiement de la transaction, et préserver l'intérêt des deux parties.</p>	<p>Simulations des relations et des négociations commerciales entre partenaires internationaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification et sélection d'un logiciel CRM - Construction d'un argumentaire de vente pour une gamme de produits - Animation de la dynamique de la relation commerciale B-to-B - Conduite d'une négociation vendeur-acheteur - Conduite d'une négociation entre partenaires commerciaux <p><u>Evaluation</u> Observation des comportements et des prises de décisions individuels pendant le jeu de rôle réalisé en groupe de 3 à 5 apprenants par un jury d'évaluation comprenant un(e) représentant(e) opérationnel(le) d'entreprise et un(e) intervenant(e) spécialisé(e).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les principales fonctionnalités du logiciel CRM sont maîtrisées par le candidat - L'argumentaire produit met en avant les avantages de l'offre commerciale par rapport à la concurrence - L'argumentaire commercial est structuré et convaincant - Les principales techniques de négociation commerciale, « getting to yes », « playing roles to negotiate », ... sont maîtrisées - Les objections pendant la négociation sont traitées avec habileté - L'accord négocié au final comporte des aspects bénéfiques pour les deux parties - Les objectifs de marge sont respectés dans l'accord négocié
<p>Activités 3. Optimisation de la performance globale d'une entité économique dans un contexte international</p> <p>- A.3.1. Elaboration du compte d'exploitation prévisionnel et des budgets</p> <p>-----</p>	<p>C3.1 Construire les budgets et le compte d'exploitation prévisionnel en respectant les normes comptables internationales pour projeter l'activité internationale à moyen et long terme</p> <p>-----</p> <p>C3.2</p>	<p><u>Etudes de cas</u> Portant sur la gestion de la performance et abordant les sujets typiques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construction, lecture et analyse d'un bilan et d'un compte de résultats - Application des règles de construction et de pilotage budgétaire 	<p><u>Critères d'évaluation pour les études de cas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La construction et l'analyse des comptes annuels sont réalisés à partir du Plan Comptable Général (France) et des IFRS (International) - Le budget est construit en lien avec le reporting de manière à optimiser le pilotage opérationnel

<p>- A.3.2. Réalisation d'un diagnostic de la performance commerciale, financière, sociale et environnementale d'une entité dans un contexte international</p> <p>-----</p>	<p>Interpréter les états comptables et les ratios usuels pour mesurer la santé financière d'une entité économique en intégrant les particularités fiscales propres à chaque pays</p> <p>-----</p>	<p>- Analyse des soldes intermédiaires de gestion - Etudes comparatives des fiscalités dans plusieurs pays cibles d'implantation</p>	<p>- L'étude comparative des fiscalités est réalisée par pays selon les normes comptables internationales (IFRS)</p>
<p>- A.3.3. Reporting financier et commercial</p> <p>-----</p>	<p>C3.3 Analyser la performance financière, sociale et environnementale de l'entité économique, au moyen des indicateurs de résultats d'exploitation, des critères de performance liés à la RSE, en calculant les ratios et soldes intermédiaires de gestion à valeur internationale et en prenant en compte la fiscalité et les lois de chaque pays concerné, pour remonter les informations auprès de sa hiérarchie et optimiser les opérations à conduire dans les pays cibles.</p> <p>-----</p>	<p><u>Evaluation :</u> Rapport écrit individuel examiné par un jury d'évaluation comprenant un(e) représentant(e) opérationnel(le) d'entreprise et un(e) intervenant(e) spécialisé(e). Soutenance individuelle orale devant le jury d'évaluation et les autres apprenants.</p>	<p>- L'interprétation de la performance financière repose sur l'analyse des ratios et seuils intermédiaires de gestion reconnus à l'international : Net Income, EBIT, EBITDA, ... - Les calculs des ratios, des SIG, ... sont exacts. - Le reporting proposé est de type Balanced Score Card et inclut des critères RSE et des critères d'inclusion des PSH</p>
<p>- A.3.4. Propositions d'actions prévisionnelles et correctives</p> <p>-----</p>	<p>C3.4 Effectuer des préconisations adossées au reporting des activités pour orienter les décisions futures d'investissement et d'embauches en tenant compte des forces et faiblesses actuelles</p> <p>-----</p>	<p><u>Mise en situation (business game)</u> Programme informatique simulant un univers compétitif fictif mais réaliste où les apprenants, par groupe de 3 à 5, doivent analyser des données et prendre des décisions d'allocations de ressources financières sous forte contraintes de temps dans une perspective pluriannuelle.</p>	<p>- Les préconisations d'investissement sont prises sur la base de données objectives et sont pertinentes au regard des paramètres et impacts comptables, réglementaires, sociaux et environnementaux de l'entité concernée.</p>
<p>- A.3.5. Pilotage et optimisation de l'écoulement budgétaire</p> <p>-----</p>	<p>C3.5 Analyser et monitorer les écarts par rapport au budget initial pour piloter l'écoulement budgétaire en proposant des actions correctives créatrices de valeur</p> <p>-----</p>	<p><u>Evaluation</u> L'évaluation est réalisée à travers le logiciel informatique qui</p>	<p>- Les actions correctives créatrices d'EBITDA proposées par le candidat sont réalistes et adaptées à la situation</p>
<p>- A.3.6. Participation à l'amélioration continue du système d'information générant les données comptables et</p>	<p>C3.6 Analyser la performance des outils digitaux d'analyse des données, selon des critères détaillés,</p>	<p>L'évaluation est réalisée à travers le logiciel informatique qui</p>	<p>- Les améliorations proposées concernant le reporting financier et commercial complètent</p>

<p>financières d'aide à la décision d'allocation des ressources à l'international</p>	<p>en investiguant sur les indicateurs et les sources d'informations complémentaires pour optimiser le reporting et le processus de prise de décision.</p>	<p>mesure la performance relative de chaque équipe. L'évaluation pendant le jeu de rôle par les animateurs externes se fonde sur l'observation des comportements et le niveau de contributions effectives de chacun.</p>	<p>utilement les informations déjà disponibles et contribuent à l'amélioration du processus de prise de décision au sein de l'équipe</p>
<p>Activités 4. Pilotage des projets et management des hommes-dans un environnement international</p> <ul style="list-style-type: none"> - A4.1. Mise en place et exploitation d'un système de veille ----- - A4.2. Conduite de projet à l'international avec prise en compte des aspects multiculturels ----- - A4.3. Recrutement de l'équipe multiculturelle ----- - A4.4. Management et motivation des équipes à distance 	<p>C4.1 Analyser des données socio-économiques pour éclairer ses décisions managériales en intégrant les aspects règlementaires applicables à son périmètre d'activités</p> <p>-----</p> <p>C4.2 Mobiliser les outils numériques et les méthodes de gestion de projets pour gérer les ressources en temps réel et à distance en garantissant leur accessibilité ou en les adaptant aux situations éventuelles de handicap</p> <p>-----</p> <p>C4.3 Veiller à la prise en compte de la diversité et du handicap dans la constitution et l'animation des équipes afin de contribuer à la politique d'inclusion de l'entreprise</p> <p>-----</p> <p>BC4.4</p>	<p><u>Company cases Challenge</u> Mise en situation de projets réels fournis par les entreprises internationales partenaires d'ABSParis autour des thématiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Environnement législatif, normatif et règlementaire pour s'implanter dans un pays - Conduite de projets en mode agile à distance - Conduite de projets en mode classique à distance - Nécessité d'adaptation des politiques RH par pays <p><u>Evaluation</u> Rapport écrit (individuel) et soutenance orale (en groupe) devant un jury d'évaluation comprenant le commanditaire et un intervenant professionnel</p> <p><u>Jeux de rôle et mises en situations</u></p>	<p><u>Critères d'évaluation pour les études de cas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La loi, les règlements et les normes par produit et par pays visé sont connus et appliqués à bon escient - Les méthodes de conduite de projets dites « agiles » type SCRUM et celles dites « classiques » types GANTT-WBS sont maîtrisées : la planification du projet est réaliste et permet aux équipes de s'adapter en cas de changement ; les outils numériques et process prévus optimisent le temps des équipes ; l'information des clients / partenaires à l'international est prévue à chaque phase de développement, ... - La politique RH proposée tient compte de la Convention internationale des droits des personnes handicapées (ONU 2006) - La proposition de répartition des tâches et missions entre les membres de l'équipe est adaptée

<p>- A4.5. Gestion des parcours professionnels individuels des collaborateurs</p>	<p>Organiser le travail des équipes à distance, en leur fixant des objectifs individuels et collectifs, en prenant en compte les aspects multiculturels et les situations de handicap, en veillant à l’instauration et à l’utilisation d’outils de communication et de partage de l’information adaptés, afin d’optimiser la collaboration et la productivité des équipes.</p> <p>C4.5 Animer les équipes à l’international en donnant du sens à l’action, en partageant la vision stratégique, en répondant aux attentes spécifiques et en repérant les éventuels signaux faibles pour motiver les équipes et les fédérer dans l’exécution de la stratégie de l’entreprise.</p> <p>C4.6 Développer son intelligence émotionnelle pour contrôler ses émotions, comprendre celles des autres et anticiper les comportements en intégrant les aspects multiculturels</p> <p>C4.7 Evaluer la performance individuelle des collaborateurs, en veillant à les évaluer avec objectivité et équité, pour repérer et fidéliser les hauts potentiels et pour identifier les besoins en compétences des collaborateurs.</p>	<p>Mises en situation fictive par groupe de 3 à 5 apprenants autour des problématiques managériales :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Multiculturalité à l’intérieur d’une équipe - Plan de gestion des carrières et des compétences avec une vision internationale - Entretien annuel de la performance, négociation de revalorisation salariale - Intelligence émotionnelle - Identification et caractérisation d’un Haut Potentiel pour l’entreprise <p><u>Evaluation</u> : Observation des comportements et des prises de décisions individuels pendant le jeu de rôle réalisé en groupe de 3 à 5 apprenants par un jury d’évaluation comprenant un(e) représentant(e) opérationnel(le) d’entreprise et un(e) enseignant(e) spécialisé(e).</p>	<p>au plan de charge et aux compétences de chacun.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat démontre son aisance dans la mobilisation des outils numériques de management à distance : les fonctions avancées des logiciels de réunion à distance sont correctement mises en œuvre. - Le management inclusif du projet prend en compte la diversité et les situations de handicap <p><u>Critères d’évaluation pour le jeu de rôle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les ancrs motivationnelles identifiées tiennent compte des aspects multiculturels - Les comportements des membres de l’équipe sont anticipés par une analyse multivariée des situations managériales comprenant au moins 4 perspectives managériales - Le candidat fait preuve de maturité émotionnelle et comportementale en situation de négociation difficile : maîtrise de la colère, de la joie, de la frustration, ... - Les outils mis en place permettent d’apprécier de manière objective la performance de chaque membre de l’équipe : objectifs chiffrés co-construits - Les intérêts de l’employeur ont été pris en compte dans la négociation salariale
---	---	--	--

	<p>C4.8 Conduire des négociations salariales, en prenant en compte les directives de l'entreprise, l'atteinte par les collaborateurs des objectifs individuels et les besoins de fidélisation des hauts potentiels.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Le plan de gestion des carrières propose des incitations qui permettent de fidéliser les meilleurs talents - Les hauts potentiels sont identifiés et leurs profils caractérisés à travers des indicateurs de leur performance
<p>Activités 5. Organisation des opérations et de la logistique dans un contexte international</p> <ul style="list-style-type: none"> - A.5.1. Conception et mise en place d'une démarche qualité des processus opérationnels à l'international <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> - A.5.2. Optimisation de la chaîne logistique et des processus opérationnels 	<p>C5.1 Cartographier les processus et décrire les procédures pour optimiser la qualité d'exécution des opérations internationales en respectant le système de management de la qualité (SMQ) de l'entreprise</p> <p>C5.2 Elaborer et mettre en place des procédures de contrôle pour améliorer l'organisation et sécuriser le déploiement à l'international en intégrant les contraintes logistiques</p> <p>-----</p> <p>C5.3 Concevoir une chaîne logistique globale pour organiser les flux internationaux de marchandises en intégrant les achats, la transformation, et la vente de produits finis et les retours</p> <p>C5.4 Proposer et mettre en œuvre des transformations organisationnelles et logistiques pour fluidifier les opérations internationales en préservant les marges commerciales</p> <p>C5.5</p>	<p><u>Etudes de cas</u> Portant sur l'amélioration de la logistique et des processus opérationnels en abordant les sujets typiques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cartographie des processus de l'entreprise - Conception et mise en place de procédures de contrôle opérationnel - Conception d'une chaîne logistique complète - Audit et Transformations organisationnelles pour améliorer la chaîne logistique <p><u>Evaluation :</u> Rapport écrit individuel examiné par un jury d'évaluation comprenant un(e) représentant(e) opérationnel(e) d'entreprise et un(e) intervenant(e) spécialisé(e). Soutenance individuelle orale devant le jury d'évaluation et les autres apprenants.</p> <p><u>Company cases challenge</u></p>	<p><u>Critères d'évaluation pour les études de cas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La cartographie des processus est le reflet exact de l'organisation des opérations - Les processus sont décrits selon les normes du Système de Management de la Qualité (SMQ) - Les procédures de contrôle opérationnel mises en place sont orientés clients et créatrices d'EBITDA pour l'entreprise - Le diagnostic de l'organisation a permis de déceler plusieurs failles avec leur niveau d'impact et la probabilité d'occurrence des risques - Les propositions d'évolution organisationnelles permettent de fluidifier les opérations (KPI applicables) et la logistique (time-to-market) <p><u>Critères d'évaluation pour les Company Cases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La chaîne logistique couvre l'ensemble des mouvements d'achats, de ventes et de traitement des retours - Les conclusions d'audit couvrent l'ensemble de la chaîne de

<p>-----</p> <p>- A.5.3. Identification et sélection de fournisseurs</p>	<p>Auditer les processus organisationnels, en évaluant la conformité des processus organisationnels aux exigences des normes qualité et en identifiant les risques liés aux éventuelles défaillances, pour améliorer la gestion administrative des ressources en redéfinissant l'organisation des processus et les KPI.</p> <p>-----</p> <p>C5.6 Identifier et sélectionner des fournisseurs, sous-traitants ou partenaires, en définissant les critères de sélection dans le respect des normes qualité de l'entreprise, pour développer les activités internationales de l'entreprise en intégrant les règles propres aux achats dans chaque pays</p>	<p>Mise en situation à partir de cas ou projets réels fournis par les entreprises internationales partenaires d'ABSParis autour de sujets typiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'un audit opérationnel par les apprenants - Recommandations pour le déploiement d'activités à l'international - Critères d'évaluation et de sélection d'un sous-traitant, partenaire ou fournisseur étranger - Organisation logistique globale amont et aval <p><u>Evaluation</u> Rapport écrit (individuel) et soutenance orale (en groupe) devant un jury d'évaluation comprenant le commanditaire et un intervenant professionnel</p>	<p>processus et permettent de réorganiser la gestion administrative</p> <ul style="list-style-type: none"> - La réorganisation administrative proposée est compatible avec la chaîne logistique - La méthode de sélection des fournisseurs repose sur des critères objectifs : références, surface financières, expériences produits, ... - Les fournisseurs sélectionnés sont capables de soutenir le développement de l'entreprise
--	---	---	---