

ACTIVITES	COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
Construction de stratégies de marketing digital créatrices de valeur	<p>Comprendre comment le bouche-à-oreille et les communautés de consommateurs influencent la prise de décision tout au long du processus d'achat</p> <p>Formuler et mettre en œuvre des stratégies spécifique (plateformes, actions et indicateurs de mesures) concernant le marketing des médias sociaux</p> <p>Sélectionnez les plateformes de médias sociaux pertinentes pour atteindre et interagir avec les parties prenantes en fonction de leurs caractéristiques et de leur culture</p> <p>Identifiez comment ces plateformes peuvent être utilisées comme outil de marketing dans les différentes phases du parcours de décision des clients (B2C ou B2C)</p>	<p>Questionnaires et/ou exercices et/ou mises en situation sur le marketing des réseaux sociaux</p> <p>Etudes de cas sur les stratégies de marketing de contenu et de communication sur les médias sociaux</p>	<p>Le candidat identifie et intègre dans sa réflexion :</p> <ul style="list-style-type: none"> Les spécificités et les axes de différenciation du marketing des médias sociaux Les caractéristiques et les cultures des différentes plateformes Les stratégies de marketing de contenu adaptées pour des produits et des contextes donnés <p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> Propose des stratégies différenciées pour chaque plateforme, Explicitite le choix des plateformes utilisées et leurs combinaison cible/objectif <p>Il est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> La pertinence des suggestions de contenu, La qualité des combinaisons plateforme-cible-objectif commercial, La valeur créée par sa proposition de stratégie
Développement d'une proposition de valeur en identifiant les problèmes clients et les opportunités du marché	<p>Comprendre et appliquer les techniques de créativité et d'idéation pour adopter de nouvelles perspectives et repenser les approches commerciales et marketing</p> <p>Comprendre et appliquer de manière pertinente la méthode du Design Thinking, centrée sur l'utilisateur, pour développer un nouveau produit ou service, au travers de l'expérimentation et du prototypage</p> <p>Appliquer les méthodes pour Identifier, évaluer et sélectionner les opportunités de développement de produits</p> <p>Gérer un processus de développement de produit approprié et performant pour un projet qui intègre les contributions des clients</p>	<p>Exercice de mise en pratique d'un process d'idéation et de création</p> <p>Etude de cas sur la mise en application d'une démarche de Design thinking et de ses étapes</p> <p>Exercice et/ou mise en situation individuelle ou collective sur des processus de développement de produit ou service</p>	<p>Le candidat s'appuie sur les définitions de la créativité pour évaluer la dimension créative d'un produit ou service</p> <p>Le candidat applique la démarche de design thinking et rédige une présentation finale</p> <p>Il est évalué sur la base des éléments suivants</p> <ul style="list-style-type: none"> La capacité à récapituler et à développer une vue d'ensemble riche et synthétique de la méthode globale. La capacité à imaginer les applications possibles de la méthode dans son activité ou ses projets. <p>Le candidat rédige une note d'analyse dans laquelle il justifie le choix des opportunités et/ou des process de développement.</p> <p>Il est évalué sur La clarté de l'analyse, la qualité de l'argumentation, la pertinence des enseignements tirés</p>
Communication et négociation avec les parties prenantes externes et internes dans le cadre d'un projet innovant ou entrepreneurial	<p>Déployer une approche empathique avec les utilisateurs et les parties prenantes dans les démarches de développement des produits</p> <p>Développer ses compétences relationnelles et ses compétences en communication pour générer des relations de confiance réciproques et pérennes</p> <p>Mobiliser les techniques et stratégies de négociation dans différents contextes qui</p>	<p>Exercice de questionnement dans le cadre d'une analyse des besoins clients ou d'une négociation avec des parties prenantes</p> <p>Exercices de négociation dans différents contextes et présentation d'un argumentaire</p>	<p>Le candidat identifie les principaux problèmes à résoudre en se basant sur les données recueillies. Les données sont pertinentes et ancrées dans la réalité.</p> <p>Le candidat analyse les différentes stratégies/approches et décrit leurs avantages et risques respectifs</p> <p>Le candidat identifie les stratégies cohérentes dans le cadre des différentes situations et de leurs objectifs.</p> <p>Il est évalué sur la qualité de son analyse, la pertinence et l'efficacité de ses choix</p>

	<p>permettent d'obtenir les ressources, de désamorcer les conflits ou de créer des solutions gagnant/gagnant</p> <p>Développer un argumentaire exceptionnel pour présenter un projet innovant à des investisseurs, partenaires et/ou autres parties prenantes</p>		<p>Les arguments sont classés et hiérarchisés. L'argumentaire est clair, concis et percutant</p>
<p>Mise en œuvre d'un cadre méthodologique pour concevoir, rédiger et présenter un business plan</p>	<p>Utiliser efficacement les outils de base de la gestion de projet</p> <p>Piloter efficacement son projet entrepreneurial de bout en bout à l'aide d'une démarche de questionnements pratiques</p> <p>Concevoir un plan d'affaires global, viable, reposant sur des métriques clés, fondé sur l'analyse du marché, un avantage concurrentiel clair et un modèle économique pertinent</p> <p>Présenter oralement et argumenter son projet devant des investisseurs, des partenaires ou des décideurs afin de convaincre de la pertinence et de l'attractivité de son projet</p>	<p>Présentation écrite et orale du business plan d'un projet entrepreneurial</p>	<p>Pertinence, qualité et attractivité du business plan</p> <p>Le candidat rédige un business plan attractif dans lequel il décrit, explicite et argumente :</p> <ul style="list-style-type: none"> le produit ou le service innovant proposé et comment ce service ou produit répond à un besoin non satisfait du client. le potentiel de marché de l'opportunité proposée et l'analyse des risques la proposition de valeur du produit ou du service concerné les avantages concurrentiels ou les différences dans les attributs de valeur de l'offre Les différentes étapes du plan de croissance Les modes de financements utilisés
<p>Elaboration d'une stratégie de développement d'un projet innovant ou entrepreneurial</p>	<p>Identifier les facteurs clés de succès et les sources d'avantages concurrentiels d'un projet innovant ou entrepreneurial pour formuler une stratégie de développement</p> <p>Appliquer les concepts et outils qui combinent stratégie et innovation pour créer un nouveau modèle d'affaires durable ou adapter un modèle d'affaires existant</p> <p>Mettre en œuvre un management stratégique de l'innovation pour acquérir une position dominante face à la concurrence et optimiser les conditions d'entrée sur le marché</p> <p>Transformer une idée en un modèle commercial durable ayant un impact positif mesurable sur la société et l'environnement</p>	<p>Etudes de cas d'entreprise contextualisée</p>	<p>Le candidat analyse l'environnement concurrentiel en utilisant un outil adapté de diagnostic stratégique</p> <p>Le candidat identifie les différentes stratégies de différenciation et les sources d'avantage concurrentiel.</p> <p>Le candidat identifie les différentes stratégies d'innovations en fonction du secteur d'activité et de l'évolution des technologies et argumente ses choix</p> <p>Le candidat imagine un nouveau business modèle innovant et prépare une présentation en définissant la proposition de valeur, l'architecture de valeur, et l'équation de profit</p> <p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> La pertinence et l'adéquation des réponses proposées en fonction des études de cas présentées ; La qualité de l'argumentation ; L'adéquation entre l'utilisation des outils, méthodes et/ou et concepts en stratégie et les contextes proposés dans les études de cas

<p>Conception et mise en œuvre des systèmes de management adaptés au développement d'un projet innovant ou entrepreneurial</p>	<p>Formuler des stratégies marketing et commerciales spécifiques (actions et métriques) créatrices de valeur, qui permettent de fidéliser les clients</p> <p>Construire une stratégie d'approvisionnement et de logistique qui représente un avantage concurrentiel</p> <p>Concevoir une stratégie financière de croissance qui permet d'identifier et de sélectionner le ou les modes/sources de financement appropriés aux différentes étapes de développement d'un projet entrepreneurial</p> <p>Construire des systèmes d'incitations adaptés pour développer la créativité, attirer et fidéliser les talents</p> <p>Appliquer les concepts et la méthodologie Lean start up pour développer les capacités de l'entreprise par l'innovation des processus et l'ingénierie des services</p>	<p>Etude de cas sur la croissance d'une entreprise et les changements d'échelle</p>	<p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spécifie les facteurs qui permettent de changer d'échelle, • Applique la méthodologie « lean startup" ou toute autre méthode agile de développement d'un produit/service • Explicite le rôle de la gestion de la chaîne d'approvisionnement dans l'échelonnement des opérations réussies • Identifie les sources de financement appropriées • Identifie la forme d'organisation la mieux adaptée au projet entrepreneurial • identifie les systèmes d'incitation adaptés <p>Le candidat est évalué sur la pertinence de ses choix et l'argumentation de ses analyses.</p>
<p>Pilotage de la performance d'un projet innovant ou d'une entreprise en croissance</p>	<p>Réaliser le diagnostic financier et stratégique d'un projet entrepreneurial par le calcul des coûts et l'analyse de rentabilité</p> <p>Optimiser la performance financière d'une entreprise en croissance et gérer la trésorerie et les liquidités au quotidien</p> <p>Identifier et gérer les problèmes et goulots d'étranglement qui entravent la croissance organisationnelle</p> <p>Cartographier et mesurer l'impact social et/ou environnemental d'une entreprise</p>	<p>Exercices, études de cas ou jeux de simulation qui portent sur l'analyse stratégique des coûts:</p> <p>Etude de cas sur le diagnostic financier d'un projet innovant et sur la mesure d'impact social et/ou environnemental</p>	<p>Le candidat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evalue les indicateurs clés de performance • Applique les concepts de marge et d'équation de profit • Calcule les seuils de rentabilité et les coûts complets d'un produit ou d'un service • Identifie une structure idéale de répartition des coûts <p>Le candidat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Applique les méthodes de diagnostic stratégique et de mesure de la performance • Applique les méthodologies et les outils de pilotage de la performance • Explicite les différentes étapes pour développer un système de mesure de l'impact social • Intègre les facteurs ESG dans le processus de management de la performance
<p>Intégration des aspects juridiques inhérents à un projet innovant ou entrepreneurial</p>	<p>Identifier les avantages et les inconvénients des outils de Propriété Intellectuelle en tant que source d'actifs incorporels</p> <p>Utiliser la propriété intellectuelle comme un outil stratégique de développement d'une innovation</p> <p>Mesurer et évaluer l'impact d'un contentieux IP dans les affaires</p>	<p>Questionnaires ou exercices sur les différentes formes de propriété intellectuelle, l'acquisition et l'exploitation des brevets</p> <p>Etudes de cas portant sur la mise en place d'une stratégie de PI, des recherches de brevets, des situations de litiges.</p>	<p>Le candidat identifie et décrit selon les situations décrites, dans des contextes internationaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les différentes formes de propriété intellectuelle • Les œuvres et actifs susceptibles d'être protégés • Les conditions de dépôt des brevets • Les actions et les procédures nécessaires en cours d'acquisition et d'exploitation <p>Le candidat réalise une analyse de la situation en s'appuyant sur les concepts enseignés, effectue des recherches, présente son argumentaire et met en pratique les connaissances acquises.</p> <p>Il est évalué sur la justesse de l'analyse, l'utilisation des bons concepts, la solidité et la fiabilité de l'argumentation</p>

	Acquérir les clés pour mettre en place une politique IP dans l'entreprise en fonction du marché et de la technologie		
Développement d'une culture managériale et des structures organisationnelles, adaptées aux contextes et enjeux d'un projet innovant ou entrepreneurial	<p>Identifier et concevoir la structure d'équipe et les systèmes de gestion appropriés pour le développement d'un nouveau projet</p> <p>Concevoir des structures organisationnelles formelles qui correspondent à la stratégie et à la culture de l'entreprise</p> <p>Comprendre et gérer les normes guidant le comportement dans les organisations</p> <p>Mettre en place un système de planification qui facilite l'agilité organisationnelle</p>	<p>Exercices portant sur les structures d'équipes et les systèmes de gestion appropriés</p> <p>Etudes de cas portant sur une création d'entreprises</p>	<p>Le candidat décrit et justifie les avantages respectifs des équipes fonctionnelles vs équipes projets, les structures d'équipes adaptées, le rôle d'un comité de pilotage</p> <p>Le candidat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Effectue une analyse basée sur la valeur pour évaluer son idée d'entreprise. • Évalue les différentes opportunités de croissance • Développe une proposition de valeur basée sur les moteurs de son avantage concurrentiel. • Identifie les principaux défis associés à la gestion des individus dans les organisations. • Identifie la forme d'organisation la mieux adaptée au projet .
Développement de son potentiel de leader pour générer sens et confiance au service d'un projet innovant	<p>Identifier les caractéristiques de son leadership par une meilleure connaissance de soi et conscience de soi sur le plan personnel et professionnel</p> <p>Adaptez son style de management à différentes situations et à différentes personnes et mettre en œuvre des techniques de feedback constructives</p> <p>Utiliser des outils qualitatifs et quantitatifs pour prendre des décisions face à l'incertitude</p> <p>Constituer et fédérer une équipe efficace avec des types de personnalités complémentaires</p>	<p>Questionnaires et/ou exercices et/ou mises en situation et/ou note réflexive sur les différents types de leadership, sur la connaissance de soi et sur les facteurs de succès du travail en équipe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le candidat reconnaît et identifie les différents types de leadership, leurs composantes et leurs caractéristiques en s'appuyant sur les outils de connaissance de soi • Il identifie et analyse ses propres systèmes de croyance et de valeurs ainsi que son propre style de leadership • Il mesure ses propres capacités et compétences en termes de compétences relationnelles • Il applique l'écoute active dans ses interactions avec les autres • Il met en œuvre les approches qui permettent de construire la confiance en soi et d'inspirer la confiance aux autres • Il applique les techniques de cohésion d'équipe et de co-construction d'une vision • Il identifie les leviers de performance et les facteurs d'échec d'une équipe • Il identifie les comportements et attitudes requis pour renforcer son impact lors des interactions avec l'équipe