

BLOCS DE COMPETENCES

Programme PGE

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</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITERES D'ÉVALUATION
Bloc 1 : S'approprier les usages avancés et spécialisés des outils numériques	- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers	- Rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. - Préparation aux certifications numériques	Par l'appui d'exercices et la validation des certifications le cas échéant, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les outils numériques.
	- Élaborer et structurer une stratégie marketing-vente - Réaliser une étude de marché, une étude marketing	Contrôle continue des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des cours renvoyant au bloc de compétences.	Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises.

<p>Bloc 2 : Concevoir, formaliser et mettre en œuvre la stratégie marketing - vente globale de l'entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender les stratégies de distribution omnicanal, e-commerce... - Concevoir une politique de relation client, - Élaborer, gérer et contrôler le budget d'un plan marketing opérationnel et d'un plan d'action commerciale - Manager une équipe, une force de vente 	<ul style="list-style-type: none"> - Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail individuel ou de groupe ou sur différents projets (étude sectorielle, étude de marché, étude marketing) par la mobilisation des connaissances et la construction d'outils appropriés : argumentaire de vente, prospection, plans marketing, d'actions commerciales etc. - Par des études de cas, évaluation de la capacité de l'étudiant à utiliser les outils de micro-management (rémunération, recrutement, évaluation etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Par ces projets, l'étudiant démontre qu'il est en mesure de concevoir des outils marketing pertinents. Il doit utiliser ses connaissances et démontrer sa capacité d'analyse. - Par la pratique, l'apprenant démontre ses capacités managériales d'une équipe commerciale ou de force de ventes.
<p>Bloc 3 : Concevoir et mettre en œuvre la stratégie de communication de l'entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formaliser une politique globale de communication d'entreprise dans le cadre d'une stratégie corporate, - Concevoir et mettre en œuvre un plan d'action Media et Réseaux Sociaux, - Développer une stratégie de marque, - Élaborer et réaliser actions événementielles - Gérer la e-réputation et la communication de crise de l'entreprise - Concevoir et réaliser des sites web performants 	<ul style="list-style-type: none"> - Contrôle continu des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des COURS renvoyant au bloc de compétences. - Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail de groupe sur différents projets : élaboration d'une stratégie de communication, planification et gestion d'un événement, d'une campagne publicitaire, création de site web, 	<ul style="list-style-type: none"> - Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises. - Par ces projets, l'étudiant démontre qu'il est en mesure de concevoir des outils de communication pertinents. Il doit utiliser ses connaissances et démontrer sa capacité d'analyse.

<p>Bloc 4 : Concevoir et manager les outils RH dans l'entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Élaborer l'ensemble du processus de recrutement et transmettre les informations nécessaires à la compréhension des différents outils de rémunération. - Élaborer des outils d'évaluation des compétences / approche compétences (GEPP) / et les mettre en œuvre au sein d'une organisation. - Connaître les différentes instances représentatives du personnel et leurs implications au sein de l'entreprise. - Comprendre les caractéristiques de la marque employeur et la mettre en œuvre. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contrôle continu des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des COURS renvoyant au bloc de compétences. - Évaluations sommatives des compétences démontrées lors d'un travail de groupe sur différents projets : élaboration d'un process de recrutement et d'outils de rémunération. 	<ul style="list-style-type: none"> - Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises. - Par ces projets, l'étudiant démontre qu'il est en mesure de concevoir des outils de gestion des compétences au sein d'une entreprise. Il doit utiliser ses connaissances et démontrer sa capacité d'analyse.
<p>Bloc 5 : Maitriser les principales applications de la finance d'entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre et exploiter les états financiers, les ratios de la finance d'entreprise, - Réaliser l'analyser financière globale d'une entreprise et son évaluation - Appréhender les enjeux de la finance éthique - Élaborer un business plan précis et le commenter - Concevoir et mettre en œuvre un projet entrepreneurial 	<ul style="list-style-type: none"> - Contrôle continu des connaissances avec évaluations individuelles sur l'ensemble des cours renvoyant au bloc de compétences. - Par des mises en situation professionnelle doit l'apprenant doit exploiter les dispositifs comptables et analytiques et les outils financiers indispensables au mangement de l'entreprise (contrôle de gestion, investissement, optimisation de la trésorerie...). Il doit être en mesure d'évaluer les performances d'une entreprise et d'élaborer des stratégies financières. - Dans le cadre d'un projet « Business Venture » l'apprenant démontre sa capacité à créer et à piloter une entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> - Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises. - L'apprenant doit démontrer sa capacité à construire et commenter devant un jury un business plan complet. - Le groupe d'étudiants démontre la pertinence de son projet face à un jury composé de professeurs et de professionnels

<p>Bloc 6 : Traduire les enjeux Développement Durable dans le modèle d'affaires des organisations pour accompagner la transition écologique et sociale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Réaliser une veille efficace sur les stratégies d'adaptation au changement climatique, les innovations techniques et leurs limites ainsi que les innovations sociales. - Déterminer les impacts sociaux et environnementaux de l'organisation et de ses produits/services. - Utiliser les principaux outils et méthodologies d'opérationnalisation de la RSE afin de construire des indicateurs pertinents en lien avec les objectifs de développement durable de l'ONU; - Identifier les leviers pour aller vers plus de circularité. - Mettre en œuvre une démarche de management éthique et inclusif. - Communiquer et valoriser les stratégies et pratiques de responsabilité sociétale afin de sensibiliser les membres de son organisation aux enjeux DD et à leurs impacts pour l'organisation. 	<p>Sur un ensemble de cours et de Séminaires (BeMySelf, Économie Sociale et Solidaire, Voyage au centre des Métiers etc.) l'apprenant doit démontrer sa capacité à mobiliser ses connaissances dans un contexte complexe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Par l'appui de QCM, d'exercices, de Quiz et de partiels, l'apprenant démontre qu'il maîtrise les connaissances requises. - L'apprenant doit démontrer sa capacité à comprendre la complexité de la durabilité en développant une pensée systémique et critique. Il doit démontrer sa capacité à agir pour la durabilité en intégrant des contraintes (respect des normes environnementales, des règles juridiques, technologiques etc.).
---	---	---	---

<p>Bloc 7 : Développer et intégrer des savoirs hautement spécialisés</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier et sélectionner les différents types de données, sources d'information et références utiles pour produire l'analyse. - Analyser plusieurs ressources afin de documenter un sujet dans son domaine de spécialité (marketing, RH, etc.). - Synthétiser des données en vue de leur exploitation. - Mener une restitution en contexte professionnel. - Identifier des solutions prenant en compte les enjeux et la complexité d'une situation professionnelle et bâtir une argumentation en lien avec les spécificités de son domaine de spécialité afin de présenter des solutions adaptées et/ou innovantes pour l'organisation. 	<p>Le mémoire de recherche de fin d'études, démontre l'aptitude des apprenants à exposer et analyser par écrit la problématique retenue en mobilisant une méthodologie adaptée de recherche leur permettant de collecter des données et de les analyser. Ils doivent ensuite présenter de façon claire et convaincante leurs travaux à l'oral devant un jury composé d'intervenants (académiques et professionnels) au sein de la certification.</p>	<p>À travers son mémoire de recherche de fin d'études l'apprenant prouve sa capacité à mener une réflexion structurée, complexe et à proposer des préconisations précises et professionnelles. Le mémoire et la soutenance sont évalués par un jury de professeurs et de professionnels.</p>
---	---	--	--