

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
Activité 1 : Conception d'une stratégie de transformation digitale - Diagnostic de l'état des lieux de la maturité digitale au sein d'une entreprise. - Construction d'un plan de transformation digitale et proposition d'une feuille de route. - Chiffrage et réalisation de projections budgétaires. - Conception de nouveaux usages numériques porteurs de valeurs. - Identification des compétences et des besoins en formation.	BC1.C1 : Élaborer un diagnostic de la situation digitale de l'entreprise pour identifier les projets organisationnels et techniques où les technologies numériques seront mises en œuvre. BC1.C2 : Proposer à la direction générale un plan global de transformation numérique décliné en projets applicatifs inclusifs afin de réaliser des gains de productivité. BC1.C3 : Chiffrer le coût et les bénéfices attendus d'une stratégie de transformation digitale pour éclairer les décisions de la direction générale. BC1.C4 : Mobiliser les techniques et méthodes de conception innovantes pour imaginer de nouveaux usages numériques porteurs de valeur pour l'entreprise. BC1.C5 : Identifier les nouvelles compétences et les besoins en formation dans un souci d'inclusivité et en accord avec les évolutions du marché pour accompagner le changement et préparer les personnels à la transformation digitale.	BC1.ME1 : Études de cas élaborées par le certificateur, en lien avec la transformation par le digital des organisations. L'apprenant doit réaliser un rapport écrit en collectif et soutenir oralement son projet de manière individuelle devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants. L'apprenant doit fournir : - Un diagnostic situationnel précis mesurant l'impact du digital sur le comportement organisationnel. - Une analyse du leadership et une formulation de plan de transformation à l'ère du digital. - Une proposition innovante de recomposition du business modèle d'une entreprise par le digital. - Une analyse risque vs coûts. BC1.ME2 : Défi entreprise – Étude de cas réel fourni par une entreprise. L'apprenant doit rédiger un rapport écrit en collectif et soutenir oralement son projet de manière individuelle devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants. L'apprenant doit fournir : - Une analyse qui sera exploitée par l'entreprise pour contribuer à sa stratégie de transformation digitale à travers une application concrète.	BC1.ME1 : Études de cas : - BC1.C1 : L'apprenant maîtrise les principaux cadres d'analyse stratégique de l'environnement. - BC1.C3 : Les recommandations de l'apprenant sont argumentées avec des faits et chiffres documentés. - BC1.C4 : L'analyse de la stratégie propose des solutions d'impact - BC1.C2 : L'analyse de la stratégie d'innovation de l'entreprise s'appuie sur les modèles de référence (entreprise leader/suiveuse de l'innovation, innovation incrémentale/radicale ...). Au moins 3 forces et faiblesses sont identifiées et justifiées. Les actions correctives sont détaillées et sont en lien avec les faiblesses identifiées auparavant. BC1.ME2 : Défi entreprise - Étude cas réel fourni par une entreprise. - BC1.C5 : L'apprenant maîtrise les principaux cadres conceptuels liés à la culture d'entreprise : il décrit de manière explicite et complète au moins 3 vecteurs d'analyse du concept. - BC1.C5 et C2 : L'apprenant préconise une stratégie de transformation digitale pour une PME et un grand groupe.

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
Activité 2 : Management des projets numériques et des équipes - Recueil des besoins et définition des spécifications fonctionnelles d'un projet numérique. - Gestion de projet dans une logique agile et dans une démarche inclusive. - Management des projets numériques et quantification de la performance des équipes. - Partage des objectifs dans un souci d'écoute et d'implication des parties prenantes. - Mise en place de l'accompagnement du changement dans le respect de la diversité.	BC2. C1 : Définir les besoins fonctionnels du commanditaire et traduire ces besoins en spécifications techniques pour fixer les objectifs d'un projet en termes de coûts, délais et qualité. BC2. C2 : Mobiliser les méthodes de management de gestion de projet agiles ou classiques pour conduire les projets de transformation numérique, dans une démarche inclusive, en incluant les besoins spécifiques des utilisateurs. BC2. C3 : Concevoir et mettre en place des indicateurs de performance pour piloter un projet numérique en développant une approche multivariée : financière, responsable, sociale, technique. BC2 C4 : Faire émerger l'expression des motivations et des freins des différentes parties prenantes pour les faire adhérer aux projets de transformation digitale. BC2. C5 : Élaborer les objectifs à atteindre et les besoins en ressources internes et externes pour conduire la transformation numérique de l'entreprise et accompagner le changement en prenant en compte la diversité et la multiculturalité.	BC2. ME1 : Études de cas, élaborées par le certificateur qui abordent chacune une thématique spécifique liée au management de projets numériques. L'apprenant doit rédiger un rapport écrit en collectif et soutenir oralement son projet de manière individuelle devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants. L'apprenant doit fournir : - Un compte-rendu écrit des négociations d'un cahier des charges fonctionnels - Une description de conduite de projet numériques sous méthode agile et classique - Une analyse précise sur le management responsable à l'ère du digital BC2. ME2 : Projet tutoré d'application proposé par une entreprise. Démonstration en groupe à l'aide d'une maquette fonctionnelle devant les autres apprenants et au moins un représentant de l'entreprise commanditaire répondant aux critères suivants : - Identifier et caractériser le besoin d'un commanditaire - Rédiger un cahier des charges fonctionnel - Livrer un prototype fonctionnel conforme aux attentes du commanditaire	BC2. ME1 : Études de cas : - BC2.C2 et C3 : L'apprenant définit les fondamentaux de la gestion de projet en mode collaboratif - BC2.C5 : L'apprenant maîtrise les cadres conceptuels liés au leadership : il décrit de manière explicite et complète au moins 3 vecteurs d'analyse du concept - BC2.C4 : L'apprenant a bien décrit les méthodes variées de conduite de projet BC2. ME2 : Projet tutoré d'application : - BC2.C1 et C2 : L'apprenant structure le prototypage d'un écran d'application mobile, un site web ou autres outils numériques en groupe de façon satisfaisante

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
Activité 3 : Structuration de la réflexion et établissement d'un plan d'action marketing et commercial multicanal pour développer le volume d'affaires existant au sein d'une structure ou dans le cadre d'un projet entrepreneurial • Évaluation des outils de communication les mieux adaptés à un plan commercial multicanal. • Développement de modèles d'affaires innovants. • Utilisation d'outils numériques inclusifs et écoresponsables. • Fixation d'objectifs commerciaux. • Respect du droit numérique en vigueur.	BC3. C1 : Élaborer un diagnostic interne et externe et évaluer les risques et mérites de différentes options pour proposer un plan d'action marketing et commercial on et offline. BC3. C2 : Mobiliser les techniques et méthodes de conception créative pour imaginer de nouveaux modèles d'affaires et de nouvelles pratiques numériques écoresponsables. BC3. C3 : Introduire l'usage d'outils numériques innovants pour tester de nouveaux modèles économiques et de nouvelles pratiques professionnelles et inclusives. BC3. C4 : Définir les objectifs d'une stratégie marketing et commerciale innovante pour développer le volume d'activité et la rentabilité de l'entreprise. BC3. C5 : Mobiliser des connaissances spécifiques en droit numérique et en protection juridique et anticiper leurs évolutions marques pour élaborer et formuler une proposition de valeur on et offline.	BC3. ME1 : Études de cas, élaborées par le certificateur qui abordent chacune une thématique spécifique liée à l'établissement d'un plan marketing et commercial multicanal. L'apprenant doit rédiger un rapport écrit en collectif et soutenir oralement son projet de manière individuelle devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants. L'apprenant doit fournir : • Une déclinaison en stratégies expérientielles inclusives et écoresponsables, mobile et réseaux sociaux (<i>social selling, content marketing, ...</i>). • Une description d'actions de développement et de suivi du trafic on et off line. • Une analyse de données marketing et décisions stratégiques. BC3. ME2 : Audit comparé points de vente physique et site internet e-commerce. Évaluation : soutenance orale collective. Le groupe devra : • Mesurer la cohérence de l'expérience client cross-canal. • Analyser les différents comportements d'achat on et offline. • Analyser les limites juridiques d'une enseigne au travers de son site e-commerce. • Préconiser des améliorations innovantes dans un plan d'action marketing et commercial multicanal.	BC3. ME1 : Études de cas : • BC3.C1 et C3 : L'apprenant analyse et identifie au moins 3 axes d'intégration des nouvelles technologies inclusives et écoresponsables • BC3.C4 : L'apprenant identifie les principaux KPI et structurer un processus permettant de construire une démarche business marketing performante. • BC3.C4 : L'apprenant propose des solutions pour le pilotage de la performance. • BC3. C1 : L'apprenant propose un plan d'action qui prend en compte l'état actuel de l'entreprise et la cible à atteindre BC3. ME2 : Audit comparé points de vente physique et site internet e-commerce. • BC3.C1 et C2 : Le groupe rédige l'audit de l'expérience online-offline d'une marque de façon critique, propose des améliorations et fait un benchmark de la concurrence directe et/ou indirecte. • BC3.C5 : Le respect des limites juridiques est pris en compte dans l'analyse.

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
Activité 4 : Conception et mise en place d'une plateforme de marque dans un contexte digital international - Formalisation de l'identité d'une marque. - Optimisation de l'expérience client dans un cadre inclusif. - Utilisation de techniques de communication à 360°. - Mise en place d'une plateforme internationale pour conquérir de nouveaux marchés. - Création d'une forte identité de marque pour la positionner à l'international.	BC4. C1 : Élaborer et formaliser une plateforme de marque pour guider les actions marketing et la communication en interne et en externe. BC4. C2 : Enrichir l'expérience client on et offline pour que la marque développe sa légitimité, sa responsabilité, sa crédibilité et ses attributs en appréhendant les situations relatives aux questions du handicap. BC4. C3 : Mobiliser les techniques de communication on et offline pour augmenter la notoriété et améliorer la réputation d'une marque sur les marchés internationaux. BC4. C4 : Piloter la mise en place d'une nouvelle plateforme de marque internationale pour développer l'actif de marque hors des marchés domestiques. BC4. C5 : Renforcer l'identité et l'image de marque des produits dans un cadre éthique et responsable grâce aux outils numériques pour gagner des parts de marché à l'international.	BC4. ME1 : Études de cas, élaborées par le certificateur qui abordent chacune une thématique spécifique liée à l'établissement d'une plateforme de marque à l'international grâce au digital. L'apprenant doit rédiger un rapport écrit en collectif et soutenir oralement son projet de manière individuelle devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants. L'apprenant doit fournir : - Une analyse sur le développement de la plateforme de marque sous tous les vecteurs : identité, mission, vision, promesse, valeurs, inclusivité... - Une conclusion sur les apports du digital et spécificités à l'international. BC4. ME2 : Audit comparé plateforme de marque et sites internet dans chaque pays Évaluation : Sour forme de rendu écrit individuel, l'apprenant devra : - Mesurer la cohérence identitaire et attributive de la marque à l'international - Analyser les différences d'image de marque d'un pays à l'autre - Préconiser des améliorations innovantes pour renforcer l'actif de marque dans différents pays	BC4. ME1 : Études de cas : - BC4.C1 : Les outils de gestion de portefeuille de projets (PPM) sont maîtrisés dans leurs fonctions fondamentales. - BC4.C3 et C4 : L'apprenant sélectionne un mode de développement à l'international adéquat pour le projet envisagé et proposer des solutions techniques, de référencement, de logistique et de paiement adaptées. - BC4.C2 : L'analyse sur le développement d'une plateforme de marque prend en compte les vecteurs d'identité, de mission, de vision dans un cadre inclusif. BC4. ME2 : Audit comparé plateforme de marque et sites internet dans chaque pays - BC4.C2 : L'apprenant rédige l'audit de l'expérience online-offline d'une marque de façon critique, propose des améliorations et fait un benchmark de la concurrence directe et/ou indirecte - BC4.C5 : L'apprenant présente une stratégie digitale de marque (identité, image) en développant les stratégies développées dans chaque pays.

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
Activité 5 : Supervision du développement et pilotage de la mise en place d'une plateforme e-commerce pour développer le chiffre d'affaires et le service client au sein d'une structure ou dans le cadre d'un projet entrepreneurial • Conception d'une plateforme de e-commerce multicanale. • Élaboration d'une offre de produits et de services en ligne. • Développement d'une interface innovante, performante, inclusive et écoresponsable. • Mise en place d'un système de paiement électronique efficace et sécurisé. • Structuration et organisation de la chaîne d'approvisionnement. • Analyse et optimisation du référencement.	BC5. C1 : Participer à la conception et au développement d'une plateforme de e-commerce multicanale pour proposer une offre de produits ou de services via internet. BC5.C2 : Élaborer et proposer une offre de produits ou services spécifique accessible via internet pour développer le chiffre d'affaires et les parts de marché. BC5. C3 : Contribuer à la spécification de l'interface entre l'internaute et la plateforme pour optimiser l'expérience client tout au long du processus d'achat dans une démarche écoresponsable. BC5. C4 : Mettre en œuvre un processus de paiement dématérialisé pour assurer la fluidité et la sécurité de toutes les transactions. BC5. C5 : Définir des indicateurs de performance, incluant la RSE, de la chaîne d'approvisionnement complète de la plateforme e-business pour garantir la qualité de service attendue par le client. BC5. C6 : Concevoir et mettre en place une stratégie de référencement de la plateforme pour augmenter le trafic et capter de nouveaux prospects.	BC5. ME1 : Études de cas, élaborées par le certificateur qui abordent chacune une thématique spécifique liée la mise en place d'une plateforme e-commerce. L'apprenant doit rédiger un rapport écrit en collectif et soutenir oralement son projet de manière individuelle devant l'intervenant-professeur et les autres apprenants. L'apprenant doit fournir : • Une analyse des aspects logistiques du e-commerce. • Une proposition d'offre de produits ou services. • Une analyse de l'expérience et service client dans le e-commerce. • Une liste justifiée d'indicateurs de transformation visites versus achats. • Une évaluation des choix graphiques et des mises en avant produits. • Un modèle de paiement dématérialisé. • Une stratégie de référencement d'une plateforme. BC5. ME2 : Simulation Startup Innovation Évaluation : • <i>Elevator pitch</i> (individuel) • Veille technologique (écrit collectif), • Maquette fonctionnelle (collectif) : Co-construction de modèles d'affaires e-business selon des méthodes créatives, innovantes et inclusives sur la base d'idées développées par les apprenants.	BC5. ME1 : Études de cas : • BC5.C1 et C2 : Les outils de gestion de gestion de projet sont maîtrisés dans leurs fonctionnalités de base. L'apprenant analyse l'ensemble des aspects logistiques du e-commerce et définit une offre de service ou de produits originale. • BC5.C3 : La rédaction des spécifications du projet est conforme aux normes attendues • BC5.C5 : Les indicateurs de la performance globale du projet incluent la RSE (calcul de l'empreinte carbone individuelle) • BC5.C4 : L'apprenant rédige un cahier de charges avec les caractéristiques fonctionnelles fondamentales à développer au sein de la plateforme, y compris un modèle efficace de paiement dématérialisé. • BC5.C6 : L'apprenant présente une stratégie de référencement convaincante. BC5. ME2 : Simulation Startup Innovation • BC5.C1 : La veille technologique présente un état de l'art succinct et exhaustif. L'apprenant développe devant le jury une argumentation convaincante lors du pitch • BC5.C3 : L'innovation et l'inclusivité des idées de l'apprenant sont avérées.

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

Pour obtenir la certification « Manager Digital (MS) », le candidat (hors VAE) devra valider la totalité des 5 blocs puis rédiger et soutenir une thèse professionnelle, modalité d'évaluation globale et transversale, basée sur expérience professionnelle en entreprise de 4 mois minimum.