

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. »

Un-e candidat-e en situation de handicap peut bénéficier de mesures d'aménagement pour passer l'évaluation (octroi d'un temps supplémentaire, présence d'un-e assistant-e, dispositif de communication adapté, mise à disposition d'un équipement adapté ou utilisation, par le-la candidat-e, de son équipement personnel... Pour tout cas de figure, l'équipe administrative de la certification, avec le-la référent-e handicap et l'apprenant-e, met en place les conditions matérielles adaptées au bon déroulement de l'évaluation.)

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
BLOC 1 : CONSTRUIRE LA STRATEGIE D'UN CENTRE DE PROFIT EN ACCORD AVEC LA STRATEGIE ENTREPRISE			
1.1-Réalisation du diagnostic de l'environnement interne et externe du centre de profit 1.2-Définition de la stratégie du centre de profit et construction d'un plan d'actions en accord avec la stratégie entreprise 1.3-Construction d'un business plan	1. Cartographier son environnement interne et externe afin d'élaborer un diagnostic , en collectant des informations sur l'environnement concurrentiel, les tendances du marché, les évolutions (technologiques, sociales, environnementales...), la situation de l'activité sur le marché, les ressources internes. 2. Mobiliser les outils d'analyse stratégique adaptés afin d'identifier les forces et faiblesses, les opportunités et risques pour le développement de l'activité.	# Evaluation 1 : Etude de cas Sur la base d'un cas réel d'entreprise, le candidat rédige individuellement une analyse stratégique.	# Evaluation 1 - L'analyse tient compte de tous éléments présentés concernant la situation de l'entreprise (marché, concurrence, situation interne, évolutions). Les outils utilisés sont pertinents (bien choisis et bien utilisés). - Les enjeux stratégiques sont identifiés. L'identification s'appuie sur un ou plusieurs outils de l'analyse stratégique. - Le diagnostic est en relation avec les éléments de l'analyse et permet de faire ressortir les principales problématiques

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
BLOC 1 : CONSTRUIRE LA STRATEGIE D'UN CENTRE DE PROFIT EN ACCORD AVEC LA STRATEGIE ENTREPRISE			
1.4-Mise en œuvre et suivi du plan d'actions	<p>3. Formuler une problématique visant à développer le centre de profit, en prenant en compte le diagnostic, les forces et faiblesses, les opportunités et risques, la stratégie globale de l'entreprise et la variabilité de l'environnement.</p> <p>4. Définir une stratégie locale pour répondre à la problématique identifiée en mobilisant les outils adaptés.</p> <p>5. Prendre des décisions en intégrant les orientations stratégiques et les enjeux de la coordination entre les différentes politiques (financières, marketing, production...) pour construire des actions performantes.</p> <p>6. Rédiger un business plan pour mettre en œuvre la stratégie de développement et le plan d'actions associé, en intégrant les éléments clés et en tenant compte des parties prenantes et des conditions favorables à sa réussite.</p> <p>7. Construire les outils d'évaluation du business plan en tenant compte de la nature du centre</p>	<p># Evaluation 2 : Jeu de simulation d'entreprise</p> <p>Travail en groupe à partir d'une simulation d'entreprise. Les candidats définissent la stratégie de l'entreprise.</p> <p>Prise de décisions sur plusieurs périodes du jeu : rendu des fiches de décisions</p> <p>Ces dernières sont saisies dans un logiciel de simulation au fur et à mesure du jeu de simulation.</p>	<p>stratégiques spécifiques à l'entreprise et au centre de profit</p> <p>- Le diagnostic et les enjeux stratégiques explorés sont présentés sous la forme d'une note écrite synthétique, où les enchainements entre les différentes étapes de la présentation sont clairement explicités.</p> <p># Evaluation 2</p> <p>- Les relations entre les différentes dimensions de l'entreprise (marketing, financières, production, gestion des stocks...) sont identifiées.</p> <p>- Les prises de décisions aux différentes étapes de la démarche (différentes périodes des jeu) sont en cohérence les unes par rapport aux autres</p> <p>- L'impact des décisions des centres de profit sur les équilibres financiers est bien anticipé et permet d'améliorer la performance de l'entreprise</p>

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
BLOC 1 : CONSTRUIRE LA STRATEGIE D'UN CENTRE DE PROFIT EN ACCORD AVEC LA STRATEGIE ENTREPRISE			
	de profit et de ses spécificités, des objectifs à atteindre, de la variabilité de l'environnement, pour suivre les résultats et apporter des actions correctives au plan d'actions.	# Evaluation 3 : Etude de cas A partir de données fournies aux candidats, ces derniers rédigent un Business plan. Evaluation 50% en groupe, 50% en individuel.	# Evaluation 3 <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse du budget et des coûts des activités est réalisée sur la base des résultats historiques, du chiffre d'affaires et des seuils de rentabilités. - La projection des prévisions financières d'activité opérationnelle, d'investissement et de financement est en corrélation avec les choix stratégiques du cas d'étude. - L'évaluation des risques financiers à moyen et long terme s'appuie sur l'analyse des états financiers prévisionnels (bilan, soldes intermédiaires de gestion) et des commentaires faits sur les tendances de performance. - Le modèle de pilotage des activités du centre de profit s'appuie sur une proposition d'ajustement par rapport à la rentabilité financière, la réduction du risque financier des activités et la prise en compte des données non financières.

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
BLOC 2 : ELABORER UNE STRATEGIE MARKETING ET COMMERCIALE, METTRE EN PLACE DES PLANS D' ACTIONS			
<p>2.1-Réalisation d'un diagnostic marketing et commercial</p> <p>2.2-Conceptions des stratégies marketing et commerciale</p> <p>2.3-Déclinaison des stratégies en plan d'actions</p> <p>2.4-Suivi et pilotage des activités marketing et commerciale</p>	<ol style="list-style-type: none"> Récolter les données de l'environnement interne et externe du centre de profit, afin de réaliser un diagnostic marketing et commercial, à l'aide d'outils et méthodologies spécifiques tout en intégrant les pratiques RSE en ligne avec la stratégie de l'entreprise Concevoir des stratégies marketing et commercial corrélées et responsables (RSE) sur la base des diagnostics, pour répondre à la stratégie globale et responsable de l'entreprise. Elaborer des plans d'action marketing et commercial cohérents et réalistes, pour déployer les stratégies, en utilisant les outils et méthodes (objectifs, planning, actions, acteurs, résultats attendus, critères clé de performances...) permettant une communication claire et un suivi objectif. Organiser et mettre en œuvre la remontée d'informations internes et externes, afin de mesurer les résultats par rapport aux objectifs et pouvoir mettre en œuvre des actions 	<p># Evaluation 1 : Etude d'un cas d'entreprise en groupe.</p> <p>Sur la base d'un contexte marché fourni (données sur l'entreprise et le centre du profit, SWOT, contexte concurrentiel, tendances du marché...), l'équipe réalise un plan marketing opérationnel et simule une présentation de ce plan à des décisionnaires.</p> <p>Rendus : Présentation orale avec support écrit</p>	<p># Evaluation 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les enjeux de la mise en œuvre du plan d'actions marketing à partir du contexte marché sont identifiés grâce à : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Une analyse de marché ✓ Le choix d'une cible argumenté par rapport à l'analyse marché ✓ L'identification d'axes stratégiques argumentés (leviers à actionner, canaux communication privilégiés...). - La construction du plan d'action marketing est argumentée étapes par étapes : objectifs, actions concrètes, moyens, planning... - Le plan d'action marketing mobilise les outils adaptés aux enjeux identifiés (persona, parcours client, tunnel de conversion, ...). - Les préconisations du plan d'action font preuve de créativité/innovation (mobilisation de l'approche des 10P par exemple). - Les outils d'évaluation du plan d'actions ou indicateurs de performance sont

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
BLOC 2 : ELABORER UNE STRATEGIE MARKETING ET COMMERCIALE, METTRE EN PLACE DES PLANS D' ACTIONS			
	correctives, grâce à l'utilisation d'indicateurs clés de performance et de tableaux de suivi d'activités	<p># Evaluation 2 : Etude d'un cas d'entreprise en groupe</p> <p>Sur la base d'un brief documenté, l'équipe doit analyser la situation de l'entreprise sur son marché, identifier une problématique marketing, déterminer une stratégie marketing et faire des recommandations à des décisionnaires.</p> <p>Rendu : Note de cadrage</p>	<p>adaptés à la nature de centre du profit ou l'entreprise et ses spécificités, aux enjeux et objectifs du plan.</p> <p># Evaluation 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un diagnostic complet de la situation de l'entreprise (environnement concurrentiel, tendances du marché, situation sur son marché, ressources internes, ...) est établi. - Les forces, faiblesses, opportunités et risques sont identifiés en choisissant des outils d'analyse (SWOT,) adaptés à la nature de centre du profit ou l'entreprise et ses spécificités. - Une problématique en lien avec l'analyse est formulée de manière simple, concise, précise. - Une stratégie est définie en réponse à la problématique avec une segmentation et un ciblage du marché visé, les objectifs, le positionnement. - Des recommandations sont émises à partir de la stratégie s'appuyant sur des outils appropriés.

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
BLOC 3 : PILOTER LA PERFORMANCE FINANCIERE D'UN CENTRE DE PROFIT			
<p>3.1-Réalisation du diagnostic de la situation financière et économique du centre de profit et de l'entreprise dans sa globalité</p> <p>3.2-Identification des indicateurs pour son centre de profit</p> <p>3.3-Construction des systèmes de pilotage de la performance et notamment des tableaux de bord financiers</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpréter les états financiers, pour établir un diagnostic financier, en calculant et analysant les données (autofinancement, capitaux propres, endettement, roce, cash-flow, ...). 2. Analyser les évolutions de la situation financière de l'entreprise et de son centre de profit, en identifiant les paramètres les plus pertinents, pour comprendre les enjeux de la performance financière et de son évolution dans le temps. 3. Evaluer la situation de son centre de profit pour identifier les indicateurs les plus appropriés à la situation en analysant différentes dimensions : stratégique, organisationnelle, financière, ressources humaines. 4. Elaborer un outil de pilotage de la performance et les indicateurs associés pour piloter la performance financière de son centre de profit, et prendre les mesures nécessaires, en s'appuyant sur des outils de gestion (ex : carte stratégique, «balanced scorecard»...) 	<p># Evaluation 1 : Mise en situation</p> <p>A partir d'une étude de cas, les candidats doivent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser les états financiers et la performance d'un centre de profit, - Proposer des recommandations pour améliorer l'équilibre financier et la performance, - Faire des propositions pour identifier les évolutions du système de pilotage de la performance. <p>Rendu écrit individuel</p>	<p># Evaluation 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les informations financières essentielles sont extraites du décryptage des états financiers et sont expliquées. - Des indicateurs financiers sont calculés et les modalités de ces calculs (résultat, EBE, cash-flow...) sont adaptées à la situation décrite dans l'étude de cas. - Un diagnostic est établi en lien avec les indicateurs calculés. - Les recommandations proposées pour améliorer l'équilibre financier et la performance découlent du diagnostic réalisé et de la situation de l'entreprise. Elles tiennent compte des impacts engendrés. - Des outils de pilotage sont proposés sur la base des recommandations effectuées. Ces outils doivent être adaptés aux situations identifiées (indicateurs financiers, carte stratégique, balanced scorecard...)

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
BLOC 4 : DEVELOPPER SES APTITUDES MANAGERIALES ET OPTIMISER SON IMPACT			
4.1-Management des équipes 4.2-Gestion des ressources humaines 4.3-Optimisation de son impact et capital personnel	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifier les moyens de favoriser l'intelligence collective pour l'utiliser comme levier de création de valeur, en situant le rôle du collectif dans le centre de profit : vision, stratégie, ressources... 2. Identifier les différents profils individuels (personnalités, diversité, situations de handicap...) et collectifs, afin d'adapter son style de management aux collaborateurs et aux situations, dans le respect des bonnes pratiques de responsabilité sociale. 3. Créer des interactions positives et efficaces avec les collaborateurs pour créer un environnement motivationnel, grâce à la mise en œuvre de techniques managériales permettant de faire preuve d'assertivité, écoute active, langage verbal et non verbal. 4. Adapter son style management, pour interagir avec les équipes efficacement et fédérer, grâce aux principes de développement personnel. 5. Accompagner le développement des équipes pour répondre aux enjeux du centre de profit, 	<p># Evaluation 1 : Cas pratique</p> <p>Sur la base d'un autodiagnostic, identification de son style de management et de ses axes de progression.</p> <p>Travail et rendu écrit et/ou oral individuel</p> <p># Evaluation 2 : Jeux de rôle</p> <p>Travail individuel d'analyse sur une situation managériale vécue avec mise en application du rôle de manager.</p> <p>Rendu écrit et présentation orale.</p>	<p># Evaluation 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'outil appliqué pour l'autodiagnostic est correctement utilisé. - Le candidat utilise des données personnelles et des exemples concrets pour illustrer l'utilisation de l'outil. - Les préconisations d'actions de progression sont en lien avec le résultat de l'autodiagnostic. - La présentation est claire, précise et concise. <p># Evaluation 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'expérience exposée est mise en perspective par rapport au contexte. - Les situations complexes sont modélisées et décryptées. - Les axes de progrès identifiés tiennent compte des différents profils individuels et collectifs. - Les différences culturelles sont décodées et leur influence sur les décisions et les actions sont expliquées.

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
BLOC 4 : DEVELOPPER SES APTITUDES MANAGERIALES ET OPTIMISER SON IMPACT			
	<p>par la réalisation d'une GPEC et la proposition des actions associées.</p> <p>6. Appliquer les techniques managériales adaptées pour construire une équipe performante, dans le respect des compétences, attentes et spécificités individuelles des membres de l'équipe (diversité culturelle, situation de handicap...), par la prévention des conflits et la communication non violente.</p> <p>7. Suivre l'activité de l'équipe et communiquer sur les résultats, afin de concilier atteinte des objectifs, implication et motivation des collaborateurs, par la mise en place de reporting individuels et collectifs, et la capitalisation des enseignements des expériences.</p>	<p># Evaluation 3 : Mini cas d'entreprise</p> <p>Impact du développement de l'entreprise à moyen terme sur les ressources humaines. Préconisation des actions RH.</p> <p>Rendu individuel écrit.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les recommandations sont argumentées. Elles comprennent l'accompagnement de l'équipe/la personne. Les techniques managériales proposées sont justifiées et appropriées à la situation. <p># Evaluation 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse du cas présente une analyse qualitative et une analyse quantitative. La démarche méthodologique est expliquée. - Les concepts mobilisés sont pertinents par rapport à la situation du centre de profit. - Le raisonnement est structuré, et argumenté. - La GPEC proposée permet de définir les besoins et offres de travail à moyen terme. - Les actions RH correctrices / anticipatrices proposées sont cohérentes avec le résultat de la GPEC. - Les risques encourus sont clairement identifiés et expliqués.

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
BLOC 5 : CONDUIRE LE CHANGEMENT ET LES TRANSFORMATIONS DIGITALES			
<p>5.1 Planification d'un projet de transformation</p> <p>5.2 Gestion du projet</p> <p>5.3 Accompagnement du changement</p> <p>5.4 Réalisation d'un diagnostic digital de l'environnement interne et externe.</p> <p>5.5 Elaboration et mise en œuvre d'un plan de transformation digital.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifier les acteurs clés, pour fédérer autour du changement, en déterminant les acteurs légitimes par leur expertise, communication... 2. Elaborer un plan projet, pour encadrer et suivre le projet, en travaillant avec les parties prenantes sur la définition des éléments suivants : outil de pilotage (PMI, Agile, Lean...), objectif, actions, étapes clés, budget, calendrier, livrables et indicateurs. 3. Construire un message constructif et positif pour associer les équipes au changement, en apportant des éléments concrets et convaincants (enjeux, acteurs et étapes clés, situation attendue) et en utilisant des techniques de communication fédératrices. 4. Piloter le projet, pour assurer la réalisation des objectifs, grâce à l'identification d'outils de suivi adaptés, au suivi des KPI et à l'implication des parties prenantes dans les retours d'expérience et les décisions. 5. Mener des négociations pour accompagner les dynamiques de changements internes comme 	<p># Evaluation 1 : Etude d'un cas concret</p> <p>Les participants travaillent en groupe sur un cas concret . Chaque groupe propose une approche de la conduite du changement.</p> <p>Présentation lors d'une soutenance.</p>	<p># Evaluation 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le projet de changement est contextualisé - Sont identifiés : le ou les domaines du changement, le type de changement, la largeur et la profondeur du changement. - Les principaux points de vigilance / risques sont identifiés sur les phases : <ul style="list-style-type: none"> ✓ De préparation (cadrage, socio-organisationnel, étude d'impacts, communication, formation, pilotage) ✓ D'implémentation et d'exécution (déploiement, management, organisation, etc.) - La proposition de plan d'action est pertinente : réalisme, faisabilité, clarté, étapes clés, éléments de suivi. - Les recommandations sont pertinentes par rapport au projet et la situation de l'entreprise. - Présentation : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Respect du timing ✓ Présentation collective, message clair et construit

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
BLOC 5 : CONDUIRE LE CHANGEMENT ET LES TRANSFORMATIONS DIGITALES			
	<p>externes, par la définition des enjeux de la négociation, l'utilisation des techniques de négociation et l'adaptation du comportement aux interlocuteurs.</p> <p>6. Analyser l'environnement externe de l'organisation en mobilisant les outils de la veille technologique, afin de dresser un diagnostic des technologies actuelles et émergentes, d'identifier les enjeux soulevés en termes d'impact pour l'organisation et d'opportunité de transformation.</p> <p>7. Etablir un diagnostic des capacités internes de l'organisation (technologiques, humaine, ...) en utilisant différents outils d'analyse (Pestel, Porter, ...), afin d'identifier son potentiel à relever les enjeux technologiques et à lancer un processus de transformation.</p> <p>8. Définir les objectifs finaux du plan de transformation digitale (impact RH, technologique, impact sur les processus, les métiers, etc.) à partir du diagnostic technologique afin de proposer une trajectoire</p>	<p># Evaluation 2 : Mise en situation</p> <p>A partir d'un cas réel chaque équipe de participants rédige un rapport de préparation de projet.</p>	<p>✓ Qualité des réponses apportées aux questions</p> <p># Evaluation 2</p> <p>-Les étapes de la méthodologie PMI (incluant : structuration, analyse de risques, planification) sont suivies.</p> <p>- Les décisions prises en termes de choix d'objectif projet et d'organisation sont cohérentes avec le contexte du projet présenté</p> <p>- Les éléments du rapport évalués sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La pertinence entre la finalité du projet pour l'organisation et l'objectif identifié ✓ L'identification du périmètre du projet, incluant les grands livrables prévus ✓ La cohérence entre les livrables identifiés et les activités à accomplir pour les réaliser ✓ L'analyse des risques et plan de gestion de ces risques d'un point de vue qualitatif (que fait-on pour les

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
BLOC 5 : CONDUIRE LE CHANGEMENT ET LES TRANSFORMATIONS DIGITALES			
	<p>à suivre pour l'évolution digitale du centre profit.</p> <p>9. Définir les éléments clés de la transformation digitale (délais à court et moyen terme, ressources financières, organisationnelles, compétences clé, indicateurs clé de succès...) en se basant sur des objectifs clairs et atteignables (type S.M.A.R.T) afin d'élaborer un plan de transformation digitale permettant d'atteindre les objectifs finaux définis.</p>	<p># Evaluation 3 : Mise en situation</p> <p>Analyse en individuelle d'une situation de négociation</p> <p>Rendu écrit individuel</p> <p># Evaluation 4 : Etudes de cas</p> <p>Sur la base des données de l'étude de cas les apprenants rédigent individuellement un rapport sur :</p> <p>✓ Le diagnostic des technologies existantes</p>	<p>limiter) et quantitatif (quel est l'impact financier s'ils se produisent)</p> <p>✓ La planification est réalisée sur un logiciel de gestion de projet : bonne prise en compte des jalons et de l'ordonnancement des tâches</p> <p># Evaluation 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des étapes de négociation propre à la mise en situation (3C) - Identification des forces et faiblesse du négociateur en mobilisant les concepts de négociation. - Propositions de recommandations pertinentes en mobilisant <p># Evaluation 4</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les informations technologiques sur l'environnement externe sont classées et les technologies clés pour l'organisation priorisées. - L'impact des technologies clés identifiées est présenté en termes de conséquences

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
BLOC 5 : CONDUIRE LE CHANGEMENT ET LES TRANSFORMATIONS DIGITALES			
		<p>pouvant impacter l'organisation,</p> <p>✓ Les technologies les plus importantes pour l'organisation et leurs conséquences potentielles.</p> <p>Les apprenants proposent collectivement, par écrit, un plan de transformation digitale sur la base d'un diagnostic existant (réel ou fictif)</p>	<p>sur les RH, processus, métiers... et argumenté au regard des données de l'organisation.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs à atteindre pour le plan de transformation sont clairs et exhaustifs car ils se basent sur les données du diagnostic et sur les éléments d'impact identifiés (RH, processus, métiers, ...). - Les technologies que l'organisation doit s'approprier sont identifiées et les objectifs en termes de cas d'usage types à atteindre précisés - La trajectoire proposée est cohérente avec les objectifs déterminés : temporalité, appropriation, développement, acceptables / réalisables pour l'organisation en fonction de ses caractéristiques (culture, ressources...) - Les éléments du plan sont déterminés à partir d'objectifs opérationnels réalistes déclinés avec méthode (ex : méthode SMART) - Le plan de transformation est exhaustif en termes d'éléments présentés (délais à

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
BLOC 5 : CONDUIRE LE CHANGEMENT ET LES TRANSFORMATIONS DIGITALES			
			court et moyen terme, ressources financières, organisationnelles, compétences clés, indicateurs clés de succès, ...).