



## REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en commerce et management opérationnel Bachelor in Business

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
<b>Activité 1 : Définir un plan de développement marketing et commercial durable</b>			
A1T1 <i>Analyse de l'environnement interne et externe de l'organisation pour identifier des opportunités de développement</i>	A1T1C1 - Comprendre l'éco-système du monde des affaires et en assurer une veille les plans géopolitique, sociologique, économique, écologique et environnemental afin d'identifier les opportunités de développement	<b>Dossier individuel "Analyse de marché"</b> Le candidat collecte, analyse et synthétise des informations afin de produire des données dans le cadre de l'élaboration d'une stratégie de développement	Le candidat a : - Identifier des sources d'informations pertinentes - Utiliser ces informations pour mener une analyse de l'environnement externe - Identifier les opportunités et les menaces
	A1T1C2 - Anticiper les futurs possibles du monde des affaires afin d'en détecter les menaces, les opportunités, les tendances, les risques possibles		
	A1T1C3 - Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation pour définir une stratégie durable		
A1T2 <i>Construction d'une offre commerciale responsable</i>	A1T2C1 - Exploiter et analyser les données de la veille afin de réaliser un diagnostic interne et externe	<b>Cas pratique "offre commerciale responsable"</b> A partir de données internes et externes (veille stratégique), les candidats établissent un diagnostic stratégique et déterminent un marketing mix pour développer ou améliorer une offre commerciale responsable.	Le candidat a : - Etabli un diagnostic interne et externe - Analysé le Mix marketing afin de produire un plan d'action commercial - Analysé le marché pour élaborer une offre durable - Conçu un plan de communication responsable en tenant compte du produit et du marché
	A1T2C2 - Segmenter un marché pour déterminer les cibles de clients potentiels et choisir un positionnement produit		
	A1T2C3 - Analyser le marketing mix afin d'améliorer et/ou développer le plan marketing/commercial opérationnel en fonction des évolutions et des tendances de marchés		
	A1T2C4 - Elaborer une offre de produits/services responsable (gamme, prix, caractéristiques, conditionnement, ...) en tenant compte du positionnement de la marque et des tendances de consommation		
	A1T2C5 - Concevoir un plan de communication responsable et des campagnes promotionnelles adapté au lancement d'un nouveau produit		
A1T3 <i>Mesure de la performance</i>	A1T3C1 - Définir, piloter et adapter le plan d'actions commerciales opérationnel (objectifs et moyens à mettre en œuvre)	<b>Cas pratique individuel "Mesure de la performance"</b> Travail individuel portant la	Le candidat est évalué sur : - La définition du PAC est claire et précise - Le PAC permet d'atteindre les objectifs fixés dans la

	<p>A1T3C2 - Préparer les outils collaboratifs de reporting et d'indicateurs en centralisant les données dans un tableau de bord de pilotage de la performance permettant d'évaluer la contribution de chaque produits/services/centres de profits... et d'identifier les critères d'alerte en cas d'écart avec les objectifs</p> <p>A1T3C3 - Ajuster le plan d'action commercial à partir de l'analyse des tableaux de bords pour justifier si nécessaire le lancement de nouvelles actions commerciales pour atteindre les objectifs</p>	<p>construction ou la réorganisation de l'offre produit d'une entreprise. A partir d'un marketing mix fourni, le candidat établit un plan d'actions commerciales, les éléments de reporting et le budget prévisionnel lié aux différentes actions</p>	<p>stratégie en respectant le budget fixé</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des outils de reporting de suivi des ventes et des stocks sont élaborés et testés.</li> <li>- Les modalités de calcul des critères d'alertes et la périodicité des reportings sont définis</li> <li>- L'analyse des données commerciales permet de réaliser des ajustements (justesse, faisabilité)</li> <li>- Les adaptations budgétaires envisagées en fonction de la rentabilité escomptée</li> </ul>
<p><i>A1T4</i> <i>Développement du plan d'actions à l'international</i></p>	<p>A1T4C1 - Identifier les opportunités à partir de l'analyse de la concurrence sur un marché cible à l'international</p>	<p><b>Dossier collectif</b> <b>"Stratégie d'internationalisation"</b> En groupe de 4 à 5, les apprenants identifient les perspectives de croissance à l'étranger, identifient un ou deux marchés cibles, adaptent l'offre produit et proposent une stratégie de communication adaptée</p>	<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La rigueur des critères de sélection de la zone cible</li> <li>- La matrice des risques permet d'avoir une vision globale et d'appréhender chaque situation</li> <li>- L'offre proposée est adaptée aux habitudes de consommations locales et à l'image de l'entreprise</li> <li>- Le choix de la stratégie de distribution est justifié</li> <li>- Un budget prévisionnel est présenté et associé à des objectifs de rentabilité chiffré à 1 an et à 3 ans</li> </ul>
	<p>A1T4C2 - Sélectionner les produits en fonction des besoins et des habitudes de consommation locales</p>		
	<p>A1T4C3 - Etablir une analyse des risques pays présentant les spécificités (conditions de travail, culturelles, approvisionnement, ...) locales</p>		
	<p>A1T4C4 - Evaluer les conditions d'implantation et de distribution sur le marché international</p>		
	<p>A1T4C5 - Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère.</p>	<p><b>Epreuve individuelle</b> <b>TOEFL</b> (DELPHE pour les étudiants internationaux) individuel écrit et oral</p>	<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La clarté et la fluidité d'expression dans une langue étrangère</li> <li>- La structure, la pertinence et la cohérence du raisonnement</li> <li>- La compréhension écrite et orale</li> </ul>

Un certificat de compétence est délivré à chaque candidat.e à l'issue de la validation du bloc de compétence A1 de la certification

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
<b>Activité 2 : Mettre en œuvre la stratégie commerciale et marketing</b>			
A2T1 Gestion et optimisation du parcours client	A2T1C1 - Assurer la distribution directe et indirecte des produits pour l'ensemble des clients en sélectionnant les circuits en fonction de leurs caractéristiques et de l'offre produit	<b>Cas pratique individuel "distribution"</b> Dans un temps limité, les apprenants définissent une stratégie de distribution adaptée à la marque, la zone de chalandise, au produit et au client à partir d'informations fournies sur une entreprise et une zone cible	Le candidat est évalué sur : - Le choix du ou des canaux de distribution privilégiés sont justifiés - Les méthodes de distribution (physique/digitale, omni/multicanal, ...) proposées sont adaptées au positionnement de la marque, à la gamme de produits et à la clientèle cible - Le mode de distribution est présenté et justifié (exclusif, sélectif, intensif)
	A2T1C2 - Mettre en place une stratégie de distribution digitale en coordonnant les acteurs web, en tenant compte du comportement et des différences entre les consommateurs		
	A2T1C3 - Optimiser la valeur client et la segmentation de la clientèle en concevant et en pilotant des programmes de fidélisation		
	A2T1C4 - Développer et mesurer la qualité de la relation client afin d'améliorer l'expérience vécue sur tout type de canal, en particulier via les TIC		
A2T2 Intégration des nouvelles technologies dans un environnement innovant et durable	A2T2C1 - Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe	<b>Mise en situation collective "Transformation digitale et éthique d'une organisation"</b> En groupe de 4 ou 5, les candidats choisissent une organisation dont la transformation numérique est réussie ou en cours ou une organisation commercialisant des	Le candidat est évalué sur : - L'analyse et l'interprétation de la valeur d'une activité - L'identification et la justification de la transformation numérique - La projection de l'implémentation de nouvelles technologies - L'analyse des business models (avant et après)

	<p>A2T2C2 - Explorer les effets des technologies émergentes et du digital sur les usagers et les différentes parties prenantes afin de transformer éthiquement et durablement le modèle d'affaires</p>	<p>produits ou des services basés sur le numérique à partir de laquelle ils identifient la création de valeur numérique (partie 1), suivent la méthodologie Deloitte de gestion du changement pour proposer un plan de gestion du changement (partie 2), identifient les problématiques éthiques liées à l'utilisation de la technologie et proposent des recommandations (partie 3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'identification de problèmes éthiques, les recommandations pour y répondre</li> <li>- La capacité à communiquer les résultats clés liés à la problématique</li> </ul>
	<p>A2T2C3 - Appliquer les nouvelles technologies, méthodes et outils pour faire évoluer les composantes du modèle d'affaires durable</p>	<p><b>Etude de cas individuelle (écrit)</b>  Sur la base d'une étude de cas type CCMP, le candidat analyse les impacts sociaux, économiques, écologiques, ... d'une innovation sur le business model d'une organisation</p>	<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'analyse et le choix des technologies en lien avec l'activité</li> <li>- Les conditions d'implémentation d'une nouvelle technologie</li> <li>- La prise en compte des impacts (sociaux, économiques, écologiques, ...) de cette implémentation</li> <li>- Les solutions apportées pour réduire/améliorer l'impact</li> </ul>

Un certificat de compétence est délivré à chaque candidat.e à l'issue de la validation du bloc de compétence A1 de la certification

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
<b>Activité 3 : Décider dans un environnement complexe et responsable</b>			
A3T1 Intégration des dimensions éthiques et responsables	A3T1C1 - Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité, sociale, sociétale et environnementale	<b>Dossier individuel "Business Ethique et responsabilité sociale"</b> Chaque candidat s'appuie sur la lecture de trois articles scientifiques pour établir une synthèse et une analyse comparée différents modèles d'affaires responsables	Le candidat est évalué sur : - La sélection des articles scientifiques (3) - La qualité de la bibliographie proposée - La synthèse et l'analyse comparée
	A3T1C2 - Illustrer à l'aide d'exemples de produits/services/organisations quelques grands types de modèles d'affaires (économie circulaire, innovation frugale, innovation responsable...)		
	A3T1C3 - Expliciter les équilibres et les limites de notre monde par une approche systémique au travers des 17 ODD et de leurs interactions	<b>Mise en situation collective "Sustainable future"</b> En groupe de 4 à 5, les candidats identifient et rencontrent un acteur local du secteur visé pour analyser ses pratiques pertinentes envers l'un des ODD. Les candidats sont encouragés à réfléchir et à proposer des pratiques potentiellement pertinentes mais pas encore implémentées dans ces secteurs. Les analyses feront l'objet d'un retour d'expériences collectifs et de présentations orales.	Le candidat est évalué sur : - L'analyse des pratiques par les grands acteurs économiques des ODD - L'identification et les modalités de sélection d'une pratique pertinente - Les conditions d'implémentation de la pratique sélectionnée dans d'autres secteurs d'activités - Les conséquences de cette implémentation - La qualité de la présentation
	A3T1C4 - Identifier les conséquences des décisions et actions managériales sur les ODD		
	A3T1C5 - Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet		

A3T2 Construction du projet professionnel	A3T2C1 - Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte	<b>Dossier - Revue de littérature professionnelle (individuelle)</b> En fonction du secteur d'activité choisi, le candidat mobilise des ressources externes et ses connaissances pour traiter une problématique Le candidat présente ses résultats devant un jury composé d'au moins un professionnel.	Le candidat est évalué sur : - La pertinence de son projet professionnel en relation avec les compétences acquises et les expériences obtenues - La clarté des explications et la qualité de la présentation orale
	A3T2C2 - Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis de la mention ainsi que les parcours possibles pour y accéder		Le candidat est évalué sur : - La sélection des informations collectées pour illustrer l'importance d'un secteur (études XERFI, ...) - L'évaluation d'un problème/projet concret - La synthèse et l'analyse comparée - Les conclusions sur la relation avec le projet professionnel
	A3T2C3 - Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique	<b>Dossier et oral individuel "Parcours d'évolution professionnel"</b> A partir des missions opérées en immersion professionnelle (stage, alternance) et des retours d'expérience, le candidat établit une analyse personnelle, une auto-évaluation de son comportement en entreprise et de l'atteinte de ses objectifs afin de se projeter dans sa future insertion professionnelle	L'apprenant est évalué sur : - La justesse de son analyse introspective avec le projet de développement personnel - La pertinence de la démarche d'autoévaluation qui identifie un SWOT personnel - L'atteinte des objectifs fixés par le tuteur en entreprise - Le comportement professionnel en entreprise
	A3T2C4 - Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives		
	A3T2C5 - Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française		
A3T3 Prise des décisions dans un environnement complexe	A3T3C1 - Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet	<b>Epreuve individuelle</b> présentant la <b>revue de littérature académique</b> (établie sur des articles issus de revues scientifiques et professionnelles) et une problématique de recherche appliquée en entreprise	Le candidat est évalué sur : - La sélection des articles en fonction du thème identifié - La qualité de la revue de littérature - La rédaction d'une problématique de recherche - L'évaluation des méthodes connues pour résoudre le problème posé - La justification d'une méthode pour résoudre le problème parmi celles évaluées
	A3T3C2 - Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs		
	A3T3C3 - Développer une argumentation avec esprit critique		

Un certificat de compétence est délivré à chaque candidat.e à l'issue de la validation du bloc de compétence A1 de la certification

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
<b>Activité 4 : Piloter une business unit, un service ou un centre de profit</b>			
A4T1 Développement d'un projet entrepreneurial et/ou intrapreneurial	A4T1C1 - Identifier et apprécier les opportunités de développement pour une innovation, une idée ou une nouvelle activité	<b>Mise en situation professionnelle "Projet entrepreneurial"</b> En groupe de 4 à 5, les candidats montent un projet de création d'entreprise en décrivant le business model à court et à moyen terme	Les candidats sont évalués sur : - L'objectivité et la complétude de leur business model - La viabilité de l'entreprise - Le réalisme du projet
	A4T1C2 - Construire un business model complet (création de valeur, parties prenantes, clients, canaux, business plan, ...) en identifiant des objectifs stratégiques mesurables		
	A4T1C3 - Proposer un plan opérationnel de gestion et de suivi des activités en mettant en évidence des standards objectifs de performance		
	A4T1C4 - Identifier les possibilités de financement interne et externe permettant d'assurer la viabilité projet		
A4T2 Contrôle de la performance dans le respect des règles, pratiques et normes	A4T2C1 - Elaborer le budget prévisionnel de son activité et/ou service en intégrant les moyens et ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs	<b>Cas pratique "Analyse financière"</b> (individuel) consistant en la rédaction d'un budget prévisionnel d'une activité/service/centre de profit au sein de laquelle l'apprenant établit une liste d'indicateurs (marges, rentabilité, trésorerie, ...) à partir de tableaux financiers donnés. Le candidat justifie d'éventuels écarts par rapport aux objectifs	Le candidat est évalué sur : - La cohérence du budget par rapport aux objectifs fixés - La justesse des éléments chiffrés apportée - La justesse des calculs réalisés et la pertinence des analyses des écarts constatés - La création d'indicateurs de suivi budgétaire - La qualité et la faisabilité des actions correctives proposées
	A4T2C2 - Analyser et interpréter un compte de résultat et les principaux ratios afin d'étudier et monitorer la rentabilité des activités		
	A4T2C3 - Piloter le budget et mettre en œuvre les actions budgétaires correctives en fonction des évolutions fiscales, légales et sectorielles et des risques clients		
	A4T2C4 - Prendre en compte les règles et procédures juridiques et commerciales dans l'élaboration des contrats (travail, vente, ...)	<b>Etude de cas "Contrat"</b> Epreuve individuelle dans laquelle le candidat rédige un contrat (type contrat de vente ou autre) à partir de différents documents fournis et selon le contexte précisé	Le candidat est évalué sur - La complétude du contrat - Le respect des règles juridiques - la qualité de garanties apportée par le contrat

<p>A4T3 Management opérationnel d'une équipe</p>	A4T3C1 - Recruter et organiser une équipe en vue d'atteindre les objectifs fixés et en respectant les contraintes budgétaires	<p><b>Etude de cas "Management d'équipe opérationnelle"</b></p> <p>individuelle et sur table visant à construire une politique de rémunération en lien avec la stratégie de l'entreprise à partir d'un contexte donné</p>	<p>Le candidat est évalué sur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La mise en œuvre d'un système dynamique de rémunération</li> <li>- La logique et la structure de la démarche proposée</li> <li>- L'originalité et la cohérence du nouveau système de rémunération au regard de la stratégie de l'entreprise</li> <li>- La faisabilité opérationnelle des préconisations</li> </ul>
	A4T3C2 - Fixer des objectifs individuels et d'équipe et répartir les rôles et les missions à chaque collaborateur		
	A4T3C3 - Construire les modalités d'évaluations et piloter l'atteinte des objectifs		
	A4T3C4 - Expliciter les biais cognitifs qui mènent aux discriminations	<p>Non évaluées (compétences abordées lors de la journée handicap avec des mises en situation non évaluées)</p>	
	A4T3C5 - Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles		

Un certificat de compétence est délivré à chaque candidat.e à l'issue de la validation du bloc de compétence A1 de la certification

