

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - REFERENTIELS

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. »

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 de compétences N°1			
Construire une stratégie	<p>C1.1. Conduire un audit et un diagnostic de situations en s'appuyant sur des sources clés dans les environnements interne et externe dans le but d'identifier des pistes de développement.</p> <p>C1.2. Mener une analyse dynamique mettant en interaction un ensemble important de données collectées dans le but de définir une problématique stratégique.</p> <p>C1.3. Fixer des axes stratégiques (marketing, communication, digital) sur un périmètre d'entreprise, géographique et temporel définis, et proposer les KPI associés dans le but de déployer un plan d'actions.</p>	<p>Modalité d'évaluation : « RAR » Le Rapport Audit et Recommandations.</p> <p>Individuel Rapport écrit</p> <p>Durant leur période en entreprise, les candidats sont amenés à élaborer une démarche d'audit interne et / ou externe les amenant à la formulation d'une recommandation stratégique et d'un plan opérationnel.</p>	<p>Les critères d'évaluation sont :</p> <p>-La sélection des informations et/ ou interlocuteurs est pertinente (explications justes dans le raisonnement) au regard des environnements de la structure étudiée. C1.1</p> <p>-La situation globale est analysée de manière multidimensionnelle mobilisant avec pertinence et justesse les outils de l'analyse stratégique. C1.2</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Construire une stratégie]</p>	<p>C1.4. Orchestrer un système de veille globale (technologique, commerciale, stratégique) afin d'aider à la prise de décisions dans une logique de prospective.</p>	<p>Les 3 compétences C1, C2 et C3 sont reprises dans le « RAR » qui donne lieu à la production d'un document écrit de 15 pages communiqué au centre de formation ainsi qu'au tuteur d'entreprise.</p> <p style="text-align: center;">****</p> <p>« Dossier de veille » Écrit Collectif</p> <p>Le candidat est amené à produire à l'issue d'une période de 3 à 6 mois un dossier de veille reprenant les 4 éléments suivants :</p>	<p>- La formulation de la problématique fait clairement apparaître les enjeux stratégiques de l'entreprise sans confusion possible avec les causes du ou des problèmes identifiés. C1.2</p> <p>-Les recommandations proposées portent réellement sur les niveaux stratégiques de l'entreprise et sont formulées selon les usages de la profession. C1.3</p> <p>- Les KPI proposés sont pertinent eu regard de l'activité de l'entreprise et du champ de la recommandation. C1.3</p> <p style="text-align: center;">****</p> <p>Les critères d'évaluation sont les suivants</p> <p>- le dispositif de captage et / ou curation des informations est présenté et met en avant le process utilisé et ses avantages. C1.4</p>
-----------------------------------	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>- <i>Un document écrit</i> relatant la définition, la mise en place et l'organisation de la collecte d'information au sein du groupe.</p> <p>- <i>Un tableau de classement</i> de l'information (complet et propre).</p> <p>- <i>Une note de synthèse finale</i> : contenant le choix de l'hypothèse retenue et celui d'une hypothèse non retenue. L'argumentation doit toujours être issue de l'analyse des informations.</p> <p>- <i>Le support de présentation</i> de l'ensemble des précédents livrables.</p>	<p>-Les informations cibles sont identifiées et hiérarchisées selon leurs niveaux de valeur au sens de :</p> <p>*l'adéquation entre qualité de l'analyse et besoins en information,</p> <p>*de la pertinence et de la qualité des sources,</p> <p>*de la qualité de l'analyse, de la diffusion,</p> <p>*du feed-back et du respect de la sécurité des données.</p> <p>C1.4</p> <p>- La phase d'analyse et de synthèse de l'information collectées est réalisée et proposées avec mise en forme.</p> <p>C1.4</p>
--	--	--	---

La validation du **bloc de compétences N°1 - Construire une stratégie** est conditionnée à la validation des modalités d'évaluation constitutives dudit bloc ainsi que la réalisation d'un **Mémoire** correspondant à une évaluation complémentaire à celles précédemment citées.

* Mémoire

Individuel

Ecrit

Le mémoire de recherche consiste à produire une étude approfondie d'un sujet précis, en respectant les codes et usages de la communauté scientifique. Il repose sur une double exigence :

La réalisation d'une étude empirique : la réalisation d'une étude empirique (inédite) est attendue et son analyse peut, selon le sujet choisi ou la discipline dans laquelle s'inscrit, porter sur le registre des statistiques, de l'observation, des entretiens, des expérimentations.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

La réalisation d'une revue de littérature (scientifique) : les concepts sont traités en s'appuyant sur les auteurs et revues issus d'ouvrages et d'articles scientifiques. Le langage conceptuel des sciences sociale, des sciences humaines ou des sciences de gestion est attendu.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

Le cadre contextuel de la recherche est clairement présenté et démontre de l'intérêt du sujet. C1.1

La formulation de la problématique est claire et présente un intérêt pour le domaine de recherche en question. C.1.2

Les hypothèses de recherches formulées ou questionnements sont pertinents et en lien avec les concepts mobilisés .C1.2

L'organisation des idées et le raisonnement s'appuient sur le cadre conceptuel et théorique. C1.2

Les concepts sont maîtrisés et clairement mobilisés – de manière synthétique - dans la revue de littérature C1.4

La revue de littérature est nourrie (mini 10 articles classés rang HCERES) et présente les auteurs fondateurs

La démarche empirique est pertinente au regard du cadre conceptuel déployé. C1.4

Les règles méthodologiques de collectes de données sont maîtrisées et respectées C1.4

L'analyse des résultats permet de produire des conclusions en lien avec les hypothèses développées C1.3

Les biais et limites sont identifiées et expliquées

Les codes et usages liés à la rédaction scientifique sont respectés (citation, bibliographie, style etc.)

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

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - REFERENTIELS

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. »

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 de compétences N°2			
Concevoir et piloter un plan d'actions de communication	C2.1. Définir les actions de communication globale 360 (communication externe et interne, marketing, relation presse, e-réputation, événementiel, médiaplanning, publicité, lobbying, social media management, e-commerce, ... etc.) en structurant les messages et les cibles par support, et piloter leur mise en œuvre pour répondre aux enjeux stratégiques.	<p>« La 360 » Mise en situation collective + Recommandations écrites et défense orale.</p> <p>Le candidat est mis en situation de pilotage d'un projet de communication pour le compte d'un commanditaire réel ou fictif. Intégré dans une équipe, il joue tour à tour le rôle du manager et celui de collaborateur sur le temps imparti.</p>	<p>Les critères d'évaluation sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les actions de communication internes et / ou externes sont planifiées sur une période définie. C2.1 - les médias et supports sont choisis et organisés au regard des objectifs, des cibles visées et les messages conçus. C2.1 - les concepts créatifs sont présentés et traduits en message C2.1

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Concevoir et piloter un plan d'actions de communication]</p>	<p>C2.2. Développer et gérer les réseaux d'influence (réseaux sociaux, événementiels, etc.) en fédérant les communautés interne et externe autour de la culture de l'entreprise pour développer l'attachement émotionnel et le sentiment d'appartenance.</p>	<p>Il est amené à interpréter le brief et à proposer une recommandation incluant des créations visuelles intégrées dans un plan de communication 360. Des Kpi sont également proposés.</p> <p style="text-align: center;">***</p> <p>« Construire son réseau d'influence(urs) »</p> <p>Individuel Étude de cas réalisée en condition d'examen Durée : 2h</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un tableau de budget prévisionnel et de suivi des opérations est présenté et détaillé reprenant l'ensemble des actions, leurs coûts, l'état d'avancement et leur ROI. C2.1 - Le plan présente les acteurs internes ou externes (prestataires extérieurs) responsables de la réalisation de tout ou partie du plan. C2.1 - Le plan est présenté sous une forme facilitant la lecture et la compréhension des interactions dans le temps entre les cibles/ supports, le suivi de la réalisation des actions et le contrôle. C2.1 <p style="text-align: center;">***</p> <p>Les critères d'évaluation sont :</p> <p>Le plan d'actions et d'animation du réseau présente :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les cibles visées (influenceurs, journalistes, politiques ...) à privilégier ; - les messages à délivrer
--	--	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Concevoir et piloter un plan d'actions de communication]</p>		<p>Le candidat dispose d'un corpus de documents dont il prend connaissance au moment de l'épreuve. Compte tenu des éléments présentés, il propose un plan d'actions et d'animation off et one line au service d'une marque selon des objectifs définis ou à identifier.</p> <p>***</p> <p>Analyse de la culture d'entreprise Individuel Rapport d'analyse sur une période</p> <p>Le candidat prend appui sur une situation réelle (entreprise d'alternance) ou fictive pour mener une analyse de la culture d'entreprise actuelle si elle existe et proposer une démarche de création d'ambassadeurs de marque. Dans le cas contraire (start'up), le candidat est amené à établir les éléments permettant de construire une culture d'entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les éléments de construction budgétaire - les interactions entre le off et on-line -les indicateurs de performances et roi attendus. C2.2 <p>***</p> <p>Les critères d'évaluation sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyser la culture réelle de l'organisation fait apparaitre des points forts et des points faibles en termes d'actions, d'outils, de leviers utilisés (en termes de cohésion, sentiment d'appartenance ou encore de partage de vision). C2.1 - La démarche de création de communauté d'ambassadeurs de marque est séquencée et objectivée selon l'environnement de départ. C2.1
--	--	--	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Concevoir et piloter un plan d'actions de communication]</p>	<p>C2.3. Concevoir et piloter le budget prévisionnel du plan de communication en évaluant les ressources nécessaires et en assurant le suivi des engagements financiers pour garantir sa maîtrise et son application.</p>	<p>Cette analyse se déroule sur une période de 3 à 6 mois et donne lieu à la production d'un document écrit individuel.</p> <p>***</p> <p>Étude de cas « analyse financière » Individuel, surveillé en condition d'examen - utilisation d'un tableur type Excel Durée 3h</p> <p>Le candidat a, à sa disposition, des extraits de bilans et compte de résultats d'entreprise. Il est mis en situation de Directeur de la communication et il se voit confronté à la construction d'un budget prévisionnel en lien avec le développement d'un projet et / ou une activité en tenant compte des éléments de marché et d'environnement.</p>	<p>- Les leviers de cohésion sont maîtrisés et mis en interaction avec la culture de l'entreprise au travers de préconisations. C2.1</p> <p>***</p> <p>Les critères de notation sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le budget prévisionnel est organisé selon les usages de la profession. C2.3 - les éléments constitutifs du budget s'appuient sur une analyse préalable de l'activité. C2.3 - Le diagnostic financier est réalisé en s'appuyant sur le calcul des différents soldes intermédiaires de gestion, les ratios relatifs à l'activité et à la structure financière C2.3 - La situation de l'entreprise est appréciée au regard du calcul et de l'interprétation des KPi usuels de la profession, du taux de rentabilité économique et
--	---	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Concevoir et piloter un plan d'actions de communication]</p>	<p>C2.4. Définir et interpréter les indicateurs de performance économique des activités marketing et communication dans une logique de retour sur investissement.</p>	<p>*** Manager la performance Etude de cas individuelle 3h</p> <p>Le candidat est mis en situation d'analyse de KPI dans les registres du marketing, de la communication, du digital et du commerce pour lequel il devra produire une recommandation dans le but d'optimiser le ROI d'une ou plusieurs dimensions de l'organisation.</p>	<p>financière. C2.4</p> <ul style="list-style-type: none">- Le plan de financement est élaboré et structuré et met en avant la valorisation du montant des engagements financiers de l'entreprise (annuités, amortissements, intérêts ...), la CAF prévisionnelle d'un projet. C2.3 <p>***</p> <p>Les critères d'évaluation sont :</p> <ul style="list-style-type: none">- Les KPI sont correctement définis ou associées aux mesures souhaitées. C2.4- La périodicité de la mesure est définie en cohérence avec l'activité de l'entreprise. C2.4- Le pilotage des KPI donne lieu à des actions de communication et management individuel et collectif proposées en cohérence avec les résultats attendus.- Le ROI des opérations mis en évidence avec justesse et les recommandations d'optimisations sont pertinentes. C2.4
--	---	---	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<p>C2.5. Négocier des composantes budgétaires et/ou temporelles et/ou organisationnelles avec les parties prenantes internes (direction, équipe) et externes (prestataires) pour sécuriser le plan d'actions.</p>	<p>Pratique de négociation Mise en situation individuelle</p> <p>Le candidat est mis en situation de négociation dans des contextes BtoB. Il dispose d'un corpus de documents lui permettant d'appréhender un contexte de départ et de construire sa situation de négociation en fonction des enjeux souhaités. La négociation peut être amenée à se réaliser en français ou en anglais.</p>	<p>Les critères d'évaluation sont :</p> <ul style="list-style-type: none">- La négociation est préparée et structurée. C2.5- Les arguments sont choisis en tenant compte des traits de personnalité de l'interlocuteur ou de ses émotions. C2.5-Le négociateur utilise ses qualités personnelles reposant sur de l'empathie ou de l'assertivité. C2.5-Les objections et/ou des demandes nouvelles émises par le client donnent lieu à des nouvelles propositions. C2.5-Les signaux d'achat et d'engagement sont repérés et donnent lieu à la formalisation d'un accord dans le respect de la réglementation. C2.5-Un comportement éthique et responsable est adopté. C2.5
--	---	---	--

La validation du **Bloc de compétences N° 2 : Concevoir et piloter un plan d'actions de communication** est conditionnée à la validation des modalités d'évaluation constitutives dudit bloc. Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - REFERENTIELS

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. »

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 de compétences N°3			
Définir et promouvoir un « territoire de marque »	C3.1. Créer une ligne éditoriale au service de l'architecture de marque dans le but de promouvoir l'ensemble des activités de l'entreprise.	<p>« Construire son territoire éditorial »</p> <p>Individuel Étude de cas réalisée en condition d'examen Durée : 2h</p> <p>Le candidat est projeté dans l'univers d'une marque par l'intermédiaire d'un corpus de documents et de pages Web dont il prend connaissance <i>24h avant l'épreuve</i>. Il est amené à proposer un « territoire</p>	<p>Les critères d'évaluation sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les critères constitutifs d'une plateforme de marque sont présentés de manière exhaustive et développés. C3.1 - L'organisation éditoriale est définie et intègre le rassemblement de l'information provenant des réseaux de rédacteurs. C3.1 - Les contenus sont créés en respectant l'image de l'entreprise

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Définir et promouvoir un « territoire de marque »]</p>	<p>C3.2. Concevoir des campagnes d'information à destination des publics interne et externe de l'organisation sur ses engagements RSE, pour les faire adhérer aux valeurs de la marque.</p>	<p><i>éditorial</i> » pour une plateforme de marque existante ou à créer en mettant en avant les axes de contenus prioritaires.</p> <p>*** Dossier de « Ethique et RSE » Individuel Ecrit</p> <p>Le candidat est amené à produire un document écrit développant une réflexion fondée sur un raisonnement éthique, ses valeurs personnelles et les pratiques professionnelles, permettant un déploiement opérationnel d'actions de valorisation de la marque dans le cadre d'une politique de RSE.</p>	<p>et/ ou de la marque et répondent aux objectifs énoncés. C3.1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs « Google Analytics » et kpi du digital sont maîtrisés et si possible donnent lieu à des propositions d'analyse ou d'ajustements opérationnels. C3.1 <p>*** Les critères d'évaluation sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les orientations proposées (décisions stratégiques, opérationnelles ...) s'appuient sur des normes ou des valeurs éthiques et intègrent les impacts l'image de la structure. C3.2 - La réflexion intègre une dimension personnelle interne et une dimension externe liée à l'environnement de l'individu). C3.2 - Les logiques de durabilité et de responsabilité sociale et environnementale sont maîtrisées et correctement mises en application. C3.2
--	---	--	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Définir et promouvoir un « territoire de marque »]</p>	<p>C3.3. Gérer les situations de crise en développant des projets de communication spécifiques pour préserver l'image de la marque (communication de crise).</p>	<p>Recommandation « PACC » Prévention Action Communication de crise</p> <p>Mise en situation collective Recommandations écrites et défense orale.</p> <p>Le candidat est mis dans la position du Directeur de la communication et dans un environnement de crise avérée ou potentielle. Il est amené à construire (avec son équipe, en dynamique de co-construction) les éléments d'un plan de prévention de crise ou de gestion de crise dans sa globalité.</p>	<p>Les critères d'évaluation sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tous les publics concernés par la crise sont correctement identifiés et leurs rôles dans la crise défini. C3.3 - Les éléments de stratégies sont clairement décrits. C3.3 - Les médias ou plateformes digitales sont choisis et sont justifiés selon la portée de diffusion du message sur les publics concernés C3.3 - Les faits générateurs des « attaques » sont exhaustifs et décryptés au regard des valeurs et du positionnement de l'organisation C3.3 - Les thématiques critiques sont connues et repérables dans des situations de marché diverses.C3.3 - Les contextes sensibles sont correctement présentés et analysés selon la matrice de criticité des risques C3.3
--	--	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Définir et promouvoir un « territoire de marque »]</p>	<p>C3.4. Valider les scénarios créatifs issus de démarches d'idéation pour renforcer le pouvoir de séduction de la marque.</p>	<p>« L'atelier de créa » Mise en situation collective Observation</p> <p>Le candidat est amené, en équipe, à développer un processus créatif et des techniques d'idéation dans le but de générer des idées pour le compte d'un client réel ou fictif. L'atelier créatif est observé directement ou filmé pour une observation différée donnant lieu à une analyse des pratiques et comportements.</p>	<p>Les critères d'évaluation portent sur les 3P :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Processus : le candidat fait une démonstration claire des quatre habiletés associées à la pensée créatrice (fluidité, flexibilité, originalité et complexité). C3.4 - Personne : le candidat démontre une ouverture aux risques. C3.4 - Produit : Les choix effectués sont recherchés et harmonieux et témoignent d'un traitement innovateur. C3.4
	<p>C3.5. Choisir et concevoir les outils et supports permettant de présenter les projets ou résultats de la politique sociale, économique et financière de l'organisation, pour respecter les obligations et la transparence de l'information réglementée.</p>		

La validation du **Bloc de compétences N° 3 : Définir et promouvoir un « territoire de marque »** est conditionnée à la validation des modalités d'évaluation constitutives dudit bloc. Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - REFERENTIELS

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. »

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 de compétences N°4			
Manager son équipe et ses projets dans un esprit d'innovation participative et agile.	C4.1. Encadrer et animer les collaborateurs au quotidien (distanciel / présentiel) en facilitant la coopération transversale et agile pour créer les conditions de la réussite et de l'épanouissement individuel et collectif.	Management opérationnel Étude de cas surveillée en condition d'examen - Individuel Durée 3h Le candidat est amené à jouer le rôle le rôle de manager au sein de son équipe et est tour à tour confronté à des situations qui ne lui sont pas connues à l'avance. Il propose des réponses comportementales aux situations auxquelles il est confronté.	Les critères d'évaluation sont : - Les « profils » des collaborateurs sont correctement identifiés et les approches managériales établies en fonction. C4.1 - Les principes et mode d'animation du management sont maîtrisés et mobilisés avec pertinence selon les contextes rencontrés. C4.1 - Les situations de conflits sont identifiées et traitées (solutions, réponses) avec anticipation. C4.1

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Manager son équipe et ses projets dans un esprit d'innovation participative et agile.]</p>	<p style="text-align: center;">***</p> <p>C4.2. Assurer le maintien et le développement des compétences des collaborateurs dans le respect du droit du travail, pour répondre aux impacts des évolutions technologiques et sociétales sur le secteur de la communication.</p>	<p style="text-align: center;">***</p> <p>« Boostez votre leadership »</p> <p>Individuel, Etude de cas surveillée en condition d'examen Durée 3h</p> <p>Le candidat est mis en situation au travers de cas d'entreprises réelles ou fictives pour lesquelles il est amené à prendre des décisions relatives à la coordination et à la gestion quotidienne de situations critiques. Il propose un plan d'action intégrant ses actions en tant que manager et les actions portant sur les parties prenantes concernées.</p> <p style="text-align: center;">***</p> <p>Étude de cas Fonction RH du manager Étude de cas surveillée en condition d'examen - Individuel Durée 3h</p>	<p style="text-align: center;">***</p> <p>Les critères d'évaluation sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La vision du candidat est transmise aux collaborateurs de manière claire et inspirante. C4.1 - L'argumentation est illustrée de sorte à provoquer de la motivation et de l'enthousiasme à collaborer à un projet, une idée à plus ou moins long terme. C4.1 - Les freins potentiels à la coopération des équipes sont levés par anticipation en utilisant les techniques de négociation, de communication interpersonnelle de sorte à créer un climat de confiance propice à la réalisation des projets C4.1 <p style="text-align: center;">***</p> <p>Les critères d'évaluation sont :</p> <p>Les candidatures au poste sont analysées selon une grille d'analyse de candidature s'appuyant sur des critères formels du CV, du candidat</p>
--	---	---	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Manager son équipe et ses projets dans un esprit d'innovation participative et agile.]</p>	<p>C4.3. Construire et consolider l'organisation du service communication en adéquation avec la politique RH de l'entreprise, pour assurer et garantir la bonne exécution des missions dans des situations de présentiel et de distanciel.</p> <p style="text-align: center;">***</p> <p>C4.4. Stimuler l'intelligence collective en favorisant les approches disruptives et/ou agiles pour développer la performance globale de l'organisation et favoriser l'émergence de nouvelles activités (intra et/ou entrepreneuriat).</p>	<p>Le candidat dispose d'un corpus de documents écrits ou vidéos dont il prend connaissance au moment de l'épreuve. A partir de ces documents, il construit sa réflexion et sa proposition de structuration de son service compte tenu des contraintes et de ses besoins actuels et futurs.</p> <p style="text-align: center;">***</p> <p>Atelier « FAP » Facilitation : action / projection</p> <p>Mise en situation Évaluation par observation</p> <p>Durant le FAP, Les candidats sont amenés à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - designer une intervention en intelligence collective - animer l'atelier en développant sa posture de facilitateur 	<p>(interne ou externe) et de la lettre de motivation. C4.3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les supports des entretiens annuels sont conçus avec clarté et font mention des informations minimum dans le respect du code du travail et/ou des conditions et accords de branche dont dépend l'organisation. C4.2 - Les qualifications et les compétences nécessaires à la fonction recherchée sont clairement identifiées. C4.3 <p style="text-align: center;">***</p> <p>Les critères d'évaluation sont :</p> <p>Le candidat maîtrise les méthodes l'animation favorisant l'intelligence collective :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les techniques d'écoute et de reformulation sont utilisées à bon escient. - il intervient dans le groupe avec empathie et sans jugement. - les phases de l'animation sont
--	--	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>[Manager son équipe et ses projets dans un esprit d'innovation participative et agile.]</p>	<p>C4.5. Diriger les projets en veillant au respect des méthodes et des étapes clés pour garantir la bonne mise en œuvre de la stratégie de communication</p>	<p>- utiliser les outils du facilitateur au service du collectif.</p> <p>***</p> <p>Projet Digital nomade Mise en situation collective</p> <p>Individuel par un Journal de bord permettant de faire apparaître la capacité à diriger des équipes et conduire un projet digital en s'appuyant sur potentiel d'entrepreneuriat du candidat.</p> <p>En lien avec le mode de vie « digital nomade », les candidats se projettent et mettent en œuvre un projet digital en situation réelle permettant de passer de l'idée à la « création d'opportunités d'affaires » liée à la fonction de manager de la communication globale. A l'issue d'une période de 6 mois, le projet est évalué en termes de performance de monétisation générée.</p>	<p>connues, présentées aux participants en termes d'objectifs, et correctement déployées en temps réel.</p> <p>- Les règles de fonctionnement du groupe sont énoncées. C4.4</p> <p>***</p> <p>Les critères d'évaluation (journal de bord) sont :</p> <p>- Les méthodes et outils de pilotage de projets sont correctement mobilisés dans la durée de réalisation du projet. C4.5</p> <p>- Des tableaux de bords de pilotages individuels et collectifs sont mis en place et correctement consolidés. C4.5</p> <p>- Les écarts individuels et collectifs sont identifiés et mesures d'ajustements réalisées. C4.5</p> <p>- L'analyse des risques est réalisée et les mesures</p>
--	---	---	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		La rédaction d'un journal de bord sera exigée en fin de projet et servira à l'évaluation des compétences.	correctives mises en œuvre. C4.5 - Le contrôle de la bonne exécution des travaux et des réalisations du plan est fait grâce à des points de contrôle avec les équipes en internes et/ou prestataires.
--	--	---	--

La validation du **Bloc de compétences N° 5 : Manager son équipe et ses projets dans un esprit d'innovation participative et agile** est conditionnée à la validation des modalités d'évaluation constitutives dudit bloc.

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