

Bloc 1 Définir la stratégie d'une organisation

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
<p>A1.1</p> <p>Analyse de l'existant</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identification des partenaires stratégiques - Analyse stratégique - Etablissement d'un diagnostic - Mesure des menaces et des opportunités - Evaluation des forces et faiblesses 	<p>C1.1</p> <p>Analyser l'environnement économique et juridique et ses acteurs en évaluant les forces et les faiblesses de l'organisation et en mesurant ses menaces et ses opportunités afin d'anticiper les évolutions macro-économiques.</p>	<p>Etude de cas</p> <p>A partir d'un projet de lancement d'une nouvelle offre responsable sur le marché, le candidat doit analyser l'environnement interne et externe de l'organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Une analyse stratégique de l'environnement est réalisée. - Des outils et techniques adaptés sont utilisés. -Des recommandations éclairées par l'analyse stratégique sont établies.
<p>A2.1</p> <p>Mise en place d'un dispositif de veille</p> <ul style="list-style-type: none"> - Délimitation du périmètre - Choix des sources - Utilisation d'outils adaptés (gratuits ou payants) - Exploitation des résultats - Diffusion des résultats de veille 	<p>C2.1</p> <p>Structurer et mettre en place un système de veille en établissant un plan de veille et en organisant le partage des résultats afin d'apporter un aide à la prise de décision et rendre l'organisation plus compétitive.</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'un projet de micro-entreprise, le candidat doit établir un plan de veille pour adapter son plan stratégique en conséquence.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Des outils et techniques adaptés au dispositif de veille sont utilisés. - Une collecte d'informations fiable et rigoureuse est démontrée. - Une analyse stratégique de cette veille permet d'affiner son positionnement. - Une utilisation transversale de cette veille permet

			l'amélioration des process de l'organisation.
<p>A3.1 Construction d'une vision stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> - intégration d'une vision systémique de l'entreprise (social, sociétal, économique et environnemental) - Intégration de la complexité (technologiques, RSE) et de l'international - analyse des états financiers, résultats et structure financière de l'organisation - évaluation de la compétitivité de l'organisation dans un contexte concurrentiel international - prise en compte des indicateurs environnementaux, sociaux et de gouvernance 	<p>C3.1 Piloter la construction d'une vision stratégique en prenant en compte le diagnostic réalisé et en analysant la situation financière de l'organisation afin de créer de la valeur pour les parties prenantes et assurer la pérennité de celle-ci.</p>	<p>Etude de cas A partir de plusieurs cas réels d'entreprises, le candidat doit analyser les différentes dimensions d'une organisation et formuler sa mission et son positionnement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Une vision représentant une image claire, un état souhaitable et un objectif à long terme de son entreprise sont formulés. - La mission répond à la définition de la raison d'être de l'entreprise et de la façon dont elle entend atteindre ses buts. - Le positionnement stratégique correspond à la proposition de valeur faite au prospect vis-à-vis de ses concurrents.
<p>A4.1 Proposition d'un plan d'action</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formulation de choix et décisions stratégiques - Traduction des orientations stratégiques en plan d'action - Identification des actions à mener 	<p>C4.1 Définir un plan d'action en déclinant les objectifs en actions et en organisant les conditions de suivi afin de répondre aux orientations stratégiques de l'organisation.</p>	<p>Mise en situation professionnelle Dans le cadre d'un projet de micro-entreprise, le candidat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les projets proposés répondent à la stratégie de l'entreprise. - Une organisation liée au suivi du projet permet son déploiement d'une manière efficiente.

<ul style="list-style-type: none"> - Organisation du suivi - Elaboration du budget - Analyse des sources de financement - Utilisation de méthodes de choix des investissements 	<p>C5.1 Concevoir le budget de l'organisation en prenant en compte l'organisation des responsabilités et le plan stratégique de l'organisation afin d'atteindre les objectifs fixés.</p> <p>C6.1 Réaliser des choix d'investissement et de financement en analysant les sources de financement et en utilisant des méthodes spécifiques pour maximiser la valeur de l'organisation.</p>	<p>doit lister ses projets en lien avec la stratégie de la micro-entreprise et présenter une feuille de route budgétaire prévisionnelle.</p> <p>Il doit également élaborer des plans de financement de ses projets en ayant une vision long terme.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un modèle économique viable est établi. - Une feuille de route budgétaire est réalisée à la lumière du plan stratégique. -Des simulations et des analyses financières sont réalisées. - Des méthodes de simulations sont appliquées.
--	---	--	---

Bloc 2 Mettre en place la stratégie d'une organisation

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
<p>A1.2 Pilotage du déploiement de la stratégie globale de l'organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation des étapes - Priorisation des livrables par ordre d'importance - Définition des tâches nécessaires à la réalisation de chaque livrable - Définition des périmètres des membres de l'équipe et des process et modes d'interaction - Etablissement d'un calendrier prévisionnel <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration des tableaux de bord - Définition des indicateurs de performance - Contrôle de l'avancée des actions et du respect du planning 	<p>C1.2 Planifier les étapes du plan d'action en les associant à des livrables et en définissant les tâches nécessaires à la réalisation de chaque livrable afin d'augmenter les chances de réalisation du projet et de procéder à une priorisation.</p> <p>C2.2 Assurer le suivi du plan d'action en concevant des tableaux de bord et en définissant des indicateurs de performance afin d'anticiper les retards ou les manques de ressources potentiels.</p>	<p>Mise en situation professionnelle A partir d'un projet co-élaboré, le candidat doit établir un plan d'action.</p> <p>Ensuite, il doit identifier les indicateurs de performance et les mesurer de façon à établir des préconisations d'ajustement de projet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Des méthodes de gestion de projet (méthodes agiles ...) sont utilisées. - Une organisation liée au projet est définie. - Des procédures liées à la gestion du projet sont mises en place. <ul style="list-style-type: none"> - Des tableaux de bord sont créés et suivis. - Des critères de performance sont établis. - Des ajustements du plan d'action sont proposés.

<ul style="list-style-type: none"> - Contrôle des dépenses 			
<p>A2.2 Définition d'une stratégie marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etude de marché - Définition des modalités de marketing (politique de communication, politique de distribution, politique de prix et politique produit). 	<p>C3.2 Concevoir la stratégie marketing en identifiant des opportunités de développement pour l'organisation afin d'assurer un positionnement efficace sur le marché et de concevoir une offre qui se démarque de la concurrence.</p>	<p>Mise en situation professionnelle A partir de projet de création d'un produit innovant et responsable, le candidat doit réaliser une étude de marché afin de définir sa stratégie marketing.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Des méthodes d'étude de marché sont appliquées. - Les différentes étapes de réalisation de l'étude de marché (recueil, traitement et analyse des données) sont respectées. - Les quatre politiques de la stratégie marketing sont définies. - Les politiques de la stratégie marketing sont alignées entre elles et avec la stratégie de l'organisation.
<p>A3.2 Animation des acteurs internes et externes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'une organisation collaborative (en présence et à distance) - Coordination des parties prenantes extérieures à l'organisation - Identification des animateurs et des membres du réseau - Développement de l'intelligence collective 	<p>C4.2 Travailler en mode collaboratif (présentiel et distanciel) avec les équipes en définissant son projet de travail collaboratif et en mettant en place les bases de la coopération dans l'équipe afin de développer la performance et de favoriser la créativité et l'innovation.</p>	<p>Jeu de rôle Le candidat doit tester les dynamiques de groupe par le biais de simulation de situations. Il doit mettre en pratique des méthodes d'animation de groupe favorisant l'émergence d'idées et de solutions innovantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La gestion du groupe est adaptée à la situation. - Des méthodes d'animation de groupe sont déployées et adaptées au contexte. - Des outils sont mis en place pour favoriser la collaboration en distanciel et présentiel.

<ul style="list-style-type: none"> - Instauration d'une relation de confiance entre chacun des membres de l'équipe - Détermination des modalités de communication pour accompagner le changement - Utilisation d'un vocabulaire adapté aux enjeux et à la situation - Développement d'une relation de confiance avec les équipes - Obtention de l'engagement dans le changement 	<p>C5.2 Accompagner le changement des équipes en utilisant la communication comme levier majeur de réussite afin de les faire adhérer au projet et de favoriser la prise de décisions.</p>	<p>Mise en situation professionnelle A partir d'un champ d'application choisi, le candidat doit formuler des propositions de changement liées à un produit ou à un service et établir une stratégie pour mettre en place ses propositions.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Les agents de changement sont identifiés. - Un plan de communication de changement est mis en place. - Des modèles de conduite de changement sont appliqués.
<p>A4.2 Développement d'une politique RH</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition des besoins RH en fonction de la stratégie de l'organisation - Création d'une culture d'organisation : communication sur la mission, les valeurs et les attentes, instauration d'un climat de travail propice au dialogue - Motivation de l'équipe : partage des objectifs communs, définition de bonnes pratiques - Fidélisation et attraction des talents : communication sur les conditions de travail, 	<p>C6.2 Elaborer une politique de ressources humaines en hiérarchisant les besoins RH au regard du respect de la loi, du bien-être de l'équipe et de l'efficacité de l'organisation afin de faire coïncider les règles de l'organisation et les attentes des employés.</p>	<p>Etude de cas A partir d'une étude de cas, le candidat doit analyser si la loi du travail est respectée, si les ressources humaines sont adaptées à la stratégie de l'organisation et si les politiques de management favorisent le bien-être individuel et les modes de collaboration efficaces.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La loi du travail est appliquée dans la politique RH de l'organisation. - Les outils de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences sont utilisés. - Des actions favorisant le bien-être et le mode collaboratif sont préconisées.

<p>développement des compétences</p> <ul style="list-style-type: none">- Respect de la loi : responsabilisation des équipes sur leurs engagements, définition des règles qui encadrent le fonctionnement de l'organisation			
--	--	--	--

Bloc 3 Mesurer l'impact de la stratégie mise en place

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
<p>A1.3</p> <p>Analyse des résultats des actions menées</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition des indicateurs de mesure - Etablissement de méthode de mesure 	<p>C1.3</p> <p>Définir un référentiel en recensant et priorisant les principaux indicateurs de mesure afin d'évaluer l'efficacité des outils de gestion et de pilotage de projet.</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>A partir d'un projet de micro-entreprise, le candidat doit établir les indicateurs de mesure en lien avec la stratégie préconisée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs choisis permettent de mesurer avec fiabilité et validité la performance. - La méthode de mesure mise en place permet de mesurer avec fiabilité et validité la performance.
<p>A2.3</p> <p>Mise en place d'actions correctives</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des résultats - Contrôle des outils et méthodes de management - Identification des causes - Propositions d'actions correctives 	<p>C2.3</p> <p>Mettre en place des actions correctives en analysant le rapport entre les résultats obtenus et les objectifs visés afin de pallier les écarts de performance identifiés.</p>	<p>Etude de cas</p> <p>A partir de cas d'entreprise, le candidat doit analyser le différentiel entre les objectifs prévus et réalisés. Il doit formuler des préconisations en ayant une analyse compréhensive de ces écarts.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'analyse des écarts est documentée et exhaustive. - Les causes réelles de ces écarts sont identifiées. - Les préconisations sont justes et réalistes.

<p>A3.3</p> <p>Contrôle de la mise en œuvre des actions correctives et évaluation de leur impact</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition des critères de mesure des actions correctives - Analyse des actions correctives mises en place 	<p>C3.3</p> <p>Evaluer l'impact des actions correctives mises en place en mesurant l'atteinte des objectifs à l'aide de critères d'efficacité définis afin de décider de l'évolution du plan d'action.</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>A partir d'un projet de micro-entreprise, le candidat doit mesurer les effets des actions correctives mises en place. Il doit adapter son organisation et son plan d'action en conséquence.</p>	<p>-- Les indicateurs choisis pour les actions correctives permettent de mesurer avec fiabilité et validité la performance.</p> <p>- La méthode de mesure mise en place pour les actions correctives permet de mesurer avec fiabilité et validité la performance.</p>
<p>A4.3</p> <p>Adaptation du plan d'action et de ses ressources</p> <ul style="list-style-type: none"> - Budgétisation des actions menées - Mesure des efforts fournis - Mesure de l'écart entre les objectifs fixés et les objectifs atteints 	<p>C4.3</p> <p>Optimiser son plan d'action et ses ressources en prenant en compte les résultats des actions correctives mises en place afin d'atteindre les objectifs initialement prévus.</p>		<p>-Des outils de management de l'amélioration continue sont utilisés.</p> <p>- Le schéma organisationnel est adapté aux résultats de l'analyse des actions correctives.</p>

Bloc optionnel 4 Piloter le marketing stratégique et opérationnel d'une organisation

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
<p>A1.4</p> <p>Réalisation d'une étude de marché</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objectifs de l'étude de marché - Identification des attentes du marché (le client, la concurrence, les fournisseurs, environnement) - Analyse de la concurrence - Détermination des panels - Etude quantitative et qualitative 	<p>C1.4</p> <p>Effectuer une étude de marché en qualifiant la demande et en analysant l'offre et l'environnement de la future activité afin de déterminer le portefeuille de nouveaux produits et/ou services en lien avec les opportunités de marché.</p>	<p>Etude de cas</p> <p>A partir d'une étude de cas réalisée en groupe, le candidat doit analyser le marché dans lequel l'organisation évolue, identifier les parties prenantes clés, identifier la stratégie marketing, les</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'analyse de l'environnement est exhaustive. - Des méthodes d'étude de marché sont appliquées. - Des méthodes de traitement de données (qualitatives et quantitatives) sont utilisées.
<p>A2.4</p> <p>Conception et suivi du mix-marketing (produit, prix, communication, distribution)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Segmentation, ciblage et positionnement du marché - Identification des besoins des cibles - Définition du positionnement et de la stratégie mix-marketing 	<p>C2.4</p> <p>Construire un mix-marketing en analysant le marché et en définissant son positionnement en fonction des besoins de ses cibles afin d'assurer une cohérence et un équilibre entre les différents éléments du mix.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - La politique de produit/service est définie en fonction du positionnement choisi. - La politique de communication est intégrée et adaptée aux différentes cibles. - La politique de distribution est choisie en fonctionnement du positionnement et est déployée sur des points de contact physiques et digitaux.

<ul style="list-style-type: none"> - Implémentation et mesure du plan de marketing - Choix des critères et outils de contrôle - Réajustement du mix marketing 	<p>C3.4 Intégrer son mix marketing dans son plan marketing en choisissant les critères et outils de contrôle et en mesurant ses performances et celles de ses concurrents pour réajuster son mix marketing afin de répondre aux objectifs de l'organisation.</p>	<p>enjeux et les opportunités de l'organisation et proposer des solutions adaptées au contexte de l'organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La politique de prix est en lien avec le positionnement et l'offre sur le marché. - Des tableaux de bord sont élaborés pour mesurer la performance de ces différentes politiques. - Des actions correctives sont préconisées.
<p>A3.4 Promotion des ventes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Détermination de la cible - Identification des objectifs du plan d'action - Choix du dispositif pour la promotion des ventes - Mobilisation de la force de vente <ul style="list-style-type: none"> - Négociation (analyse du contexte et des partenaires de négociation, définition des objectifs et des marges de négociation, préparation des arguments, gestion des objections) 	<p>C4.4 Déployer un plan d'action promotionnel omnicanal en fonction des cibles et des objectifs visés afin de répondre aux besoins des clients et de stimuler les ventes.</p> <p>C5.4 Conduire une négociation commerciale en analysant le contexte et les enjeux de chacun des partenaires de négociation, en définissant ses marges de négociation et en préparant ses arguments afin de conclure un accord pérenne.</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>A partir de cas de vente face à des professionnels, le candidat doit mener une négociation cohérente avec son plan d'action promotionnel. Il doit adapter ses arguments et sa posture en fonction de la situation (type de client, type de produit/service, type d'organisation, concurrence...).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un plan d'action promotionnel omnicanal est défini et mis en œuvre. - Une analyse des besoins des clients et de la concurrence est réalisée. - Des scénarios de négociation sont préparés. - Des offres commerciales sont adaptées au client.

<ul style="list-style-type: none">- Gestion du comportement non-verbal- Identification des besoins et motivations des partenaires de négociation- Utilisation d'outils de gestion de la relation client- Gestion de la relation de face à face- Développement de sa confiance en soi	<p>C6.4 Gérer le relationnel en négociation, en développant ses compétences comportementales afin de se sentir à l'aise dans la situation de négociation.</p>		<ul style="list-style-type: none">- Une analyse des habitudes et des comportements des partenaires de négociation est réalisée.- Des outils de gestion de la relation client (GRC) sont utilisés.
--	---	--	--

Bloc optionnel 5 Piloter les ressources humaines de l'organisation

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
<p>A1.5 Conduite de la gestion administrative du personnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation des déclarations sociales et administratives - Elaboration de bulletins de paie - Gestion de relations avec un prestataire de logiciel de paie - Définition de la masse salariale (cout du salaire, primes et indemnités, variation du temps de travail et la protection sociale, épargne salariale) - Analyse de son évolution - Identification des facteurs d'évolution (facteur stratégique et légal, facteur augmentations...) - Poids des charges dans la masse salariale 	<p>C1.5 Mettre en œuvre la gestion de la paie en tenant compte de la réglementation en vigueur et du contexte social de l'organisation afin d'assurer une paie juste et fiable au regard de la législation applicable.</p> <p>C2.5 Suivre l'évolution de sa masse salariale en identifiant les principaux facteurs d'évolution et l'impact du poids des charges salariales afin de piloter les contraintes et de maîtriser les coûts.</p>	<p>Etude de cas A partir d'une étude de cas d'entreprise, le candidat doit appliquer la réglementation en vigueur dans la gestion de la paie. Il doit piloter la masse salariale en anticipant les évolutions internes et externes de l'organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Des outils de gestion de paie sont utilisés. - La réglementation en vigueur est respectée. - Un suivi administratif est réalisé au regard du contexte social de l'organisation. - Des tableaux de bord sont établis pour le pilotage de la masse salariale. - les évolutions internes de l'organisation sont prises en compte dans la maîtrise de la masse salariale. - Une veille externe est réalisée pour se tenir informé des évolutions qui pourraient impacter la masse salariale.

<ul style="list-style-type: none"> - Identification des différents types de contrats - Rédaction des contrats de travail - Gestion des cas de suspension du contrat de travail - Utilisation de bonnes pratiques pour rompre un contrat de travail 	<p>C3.5</p> <p>Gérer les contrats de travail en distinguant les différents types de contrats de travail au regard de la législation en vigueur, en les rédigeant et en respectant les règles en matière de modification ou de rupture de contrat afin de prévenir tout risque de contentieux et recours prud'homal.</p>	<p>Etude de cas</p> <p>A partir de différents types de contrats de travail fournis, le candidat doit en identifier la typologie et vérifier l'application de la loi.</p> <p>A partir de simulations, le candidat doit savoir en gérer l'évolution dès leur mise en place jusqu'à leur potentielle rupture.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Différents types de contrats sont identifiés. - Des ajustements sont proposés en fonction des évolutions réglementaires et de la situation de l'employé. - Des ruptures de contrat sont adaptées au contexte de l'organisation et à la situation de l'employé. - Le cadre légal est appliqué à la gestion des contrats.
<p>A2.5</p> <p>Gestion du climat social</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de règles d'animation des instances - Adaptation des comportements à l'interlocuteur et au contexte <ul style="list-style-type: none"> - Sélection des informations RH à communiquer en interne - Mise en œuvre de moyens et supports de communication 	<p>C4.5</p> <p>Assurer le dialogue social dans l'organisation en mettant en place un plan d'action en lien avec les partenaires sociaux afin de favoriser le bien-être au travail et de maintenir le climat social.</p> <p>C5.5</p> <p>Communiquer auprès des salariés sur les actions mises en place en mettant en œuvre des moyens et des supports de communication afin de partager les informations et d'impliquer les salariés dans les décisions RH de l'organisation.</p>	<p>Jeu de rôle</p> <p>A partir de scénarios d'organisation, le candidat doit interagir avec des partenaires sociaux afin de mettre en place un plan d'action visant le bien-être au travail.</p> <p>Le plan d'action co-construit avec les partenaires sociaux intègre un plan de communication.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un plan d'action favorisant le bien-être au travail est établi. - Les partenaires sociaux sont associés à la définition du plan d'action. - Des indicateurs sont définis pour mesurer l'efficacité du plan d'action. <ul style="list-style-type: none"> - Des canaux de communication sont choisis de façon intégrée. - Les contenus sont adaptés aux différents canaux de communication.

<p>A3.5 Gestion du recrutement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des besoins - Analyse du marché de l'emploi - Création de poste - Etablissement de fiches de poste - Recherche, entretien et sélection de candidats <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'un programme d'intégration - Gestion des échanges avec le futur collaborateur pour faciliter son arrivée 	<p>C6.5 Piloter le processus de recrutement de l'analyse du besoin à l'intégration en bâtissant une stratégie de recherche des candidats et en menant des entretiens de recrutement afin d'attirer et de fidéliser des talents.</p> <p>C7.5 Mettre en place un processus d'intégration des nouveaux entrants en identifiant les principaux acteurs concernés et en élaborant un programme d'intégration afin de s'assurer de l'efficacité de ses recrutements.</p>	<p>Mise en situation professionnelle A partir d'une stratégie de recrutement d'une organisation, le candidat doit mettre en place un processus de recrutement et simule des entretiens de recrutement visant à attirer les talents correspondant aux besoins de l'organisation.</p> <p>Etude de cas A partir de cas d'organisation, le candidat doit analyser le processus d'intégration des nouveaux entrants et formuler des préconisations permettant de l'améliorer.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un processus de recrutement est défini, en cohérence avec la stratégie RH de l'organisation. - Des outils digitaux appropriés sont utilisés. - Des entretiens de recrutement sont préparés au regard des fiches de poste élaborées et à l'aide d'une trame recensant les principaux sujets à aborder. - une grille d'évaluation est définie et utilisée pour réaliser l'analyse de l'entretien. - Une annonce d'offre d'emploi attractive et complète est rédigée. <ul style="list-style-type: none"> - Des critères d'évaluation du processus d'intégration sont définis. - Une analyse du processus d'intégration est élaborée. - Un plan d'action visant à améliorer le processus d'intégration est réalisé.

<ul style="list-style-type: none"> - Interface avec les différents services de l'organisation pour démarrage opérationnel - Suivi administratif des nouveaux entrants - Formation des nouveaux collaborateurs aux pratiques de l'organisation 			
<p>A3.5 Coordination de la formation et du développement des compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration du plan de développement des compétences - Evaluation des compétences individuelles et collectives - Intégration de la GPEC dans le plan stratégique de l'entreprise - Accompagnement, épanouissement, motivation des collaborateurs <ul style="list-style-type: none"> - Plan de formation - Gestion du budget formation - Entretiens annuels et d'évaluation - Prise en compte de la réglementation en vigueur - Identification des différentes modalités de formation à disposition 	<p>C8.5 Développer les compétences des salariés en bâtissant une politique GPEC et mobilité professionnelle adaptée aux besoins de l'organisation afin d'atteindre ses objectifs stratégiques.</p> <p>C9.5 Gérer administrativement et financièrement la politique de formation en s'appuyant sur les différents dispositifs de formation et en prenant en compte les évolutions règlementaires afin d'assurer le développement des compétences des salariés.</p>	<p>Etude de cas</p> <p>A partir de cas d'organisation, le candidat doit établir une politique de formation tenant compte des objectifs stratégiques de l'organisation. Cette politique comprend le suivi des entretiens annuels d'évaluation, l'identification d'une cartographie des compétences actuelles et souhaitées et la définition d'un plan de formation. Il doit enfin définir des critères d'évaluation de l'adéquation entre les compétences visées et les formations délivrées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Des cartographies des compétences actuelles et visées sont construites. - Les besoins, les structures, les volumes et les types d'emploi sont définis. - Une analyse des écarts entre les compétences réelles et celles visées est réalisée. - Un plan d'action organisationnel est formalisé. <ul style="list-style-type: none"> - Une veille porte sur les évolutions juridiques, socio-économiques, technologiques et organisationnelles. - Des trames d'entretiens annuels d'évaluation sont réalisées. - Des grilles d'analyse transversales de ces entretiens sont élaborées.

<ul style="list-style-type: none">- Mise en place et évaluation des actions de formation (éléments de l'évaluation, rôle et implication de la hiérarchie, mesure de l'impact de la formation) <p>-</p>			
--	--	--	--

Bloc optionnel 6 Piloter le développement financier

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
<p>A1.6</p> <p>Gestion de la comptabilité de l'organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - analyse des états financiers, résultats et structure financière de l'organisation (contrôle de gestion) - définition et adaptation du budget de l'organisation - Comptabilité (bilans, analyse comparatives, préconisations pour optimisations) - Gestion de la trésorerie 	<p>C1.6</p> <p>Piloter la gestion comptable prévisionnelle en analysant les données comptables et en réalisant un plan de financement afin d'orienter les décisions stratégiques en matière d'investissement, de produits et de sous-traitance.</p>	<p>Etude de cas</p> <p>A partir de données issues de cas d'organisation, le candidat doit analyser les états financiers, réaliser la comptabilité analytique, établir un plan budgétaire et le plan de financement correspondant à la stratégie de l'organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Une analyse des états financiers est réalisée. - Des tableaux de bord et des indicateurs nécessaires au suivi des résultats sont élaborés. - Les budgets prévisionnels sont réalisés. - Les écarts entre les chiffres prévisionnels et ceux réalisés sont analysés et des solutions sont préconisées. - La tenue des comptes est effectuée.
<p>A2.6</p> <p>Réalisation d'un audit financier</p> <ul style="list-style-type: none"> - Examen des états financiers - Vérification, certification des comptes - Conseil 	<p>C2.6</p> <p>Elaborer un audit financier en analysant les états financiers de l'organisation et en effectuant des contrôles de cohérence afin de valider les comptes annuels de l'organisation.</p>	<p>Etude de cas</p> <p>A partir de données issues de cas d'organisation, le candidat doit analyser les états financiers et valider les comptes annuels de l'organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La régularité des comptes est vérifiée. - La consolidation des comptes annuels est réalisée. - Des diagnostics et recommandations en organisation générale, administrative et comptable sont réalisés.

<p>A3.6 Gestion de l'activité sur les marchés financiers</p> <ul style="list-style-type: none"> - Veille économique et géopolitique - Conseil en investissement - Conseil en financement - Analyse de marché - Création de produits financiers - Gestion des flux de transaction - Identification des risques liés aux activités sur les marchés financiers 	<p>C3.6 Développer des marchés financiers en réalisant une analyse du marché et des produits et en identifiant les risques liés aux activités sur les marchés financiers afin d'optimiser la rentabilité de l'organisation.</p>	<p>Mise en situation professionnelle A partir de simulations de contextes économiques différents, le candidat doit analyser le marché, identifier les risques et les opportunités pour optimiser les choix financiers de l'organisation (choix d'investissement, gestion du portefeuille, création de produits/services..).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Une veille économique et géopolitique est réalisée. - Une analyse du marché financier est réalisée. - Des simulations financières sont effectuées. - Des préconisations d'optimisation de choix financiers sont proposées.
<p>A4.6 Gestion de la finance de l'organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des investissements - Calcul des valeurs ajoutées de projets - Prévision de flux de trésorerie - Calcul du coût du capital - Détermination de la structure du capital - Identification d'une répartition de dividendes 	<p>C4.6 Piloter la gestion financière prévisionnelle en analysant les investissements et évolutions des ressources et coûts, et en analysant la structure de capital de l'entreprise afin d'orienter les décisions stratégiques de l'organisation et la politique de dividendes.</p>	<p>Etude de cas A partir de données issues de cas d'organisation, le candidat doit établir des prévisions de flux de trésorerie, calculer le coût du capital de l'entreprise et calculer la valeur nette ajoutée.</p>	

Bloc optionnel 7 Gérer une chaîne logistique

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
<p>A1.6 Gestion des approvisionnements et des stocks</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation des conditions de livraison - Planification des approvisionnements et des stocks en quantités et en couts - Elaboration d'un planning quantitatif et financier - Etablissement et exploitation de tableaux de bord - Suivi des performances (qualité, cout, délai) - Mise en place de la prévision des besoins <ul style="list-style-type: none"> - Optimisation et maîtrise des coûts liés aux approvisionnements et aux expéditions - Identification et mesure de l'impact des fonctionnements - Prise en compte des enjeux RSE 	<p>C1.6 Organiser et assurer le suivi des approvisionnements et des stocks en élaborant un planning qualitatif et financier et en suivant les performances (qualité, cout, délai) afin de déterminer les quantités et les fréquences d'approvisionnement et ce en vue d'une gestion optimale des stocks.</p> <p>C2.6 Améliorer la performance des modes de transport en prenant en compte les coûts et les indicateurs qualité afin de respecter les objectifs fixés et les délais imposés.</p>	<p>Etude de cas A partir de cas d'organisation, le candidat doit planifier les approvisionnements en fonction de la demande et gérer les stocks de l'organisation.</p> <p>Il doit piloter les modes de transport selon différents critères d'efficacité liés à la stratégie de l'organisation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un suivi de la demande est réalisé. - Une gestion omnicanal et en temps réel des stocks est mise en place. - Une coordination des achats est réalisée en fonction du suivi de la demande et de la gestion des stocks. <ul style="list-style-type: none"> - Des analyses des différents modes de transport sont établies. - Des indicateurs de performance et de qualité sont détaillés.

			- Des tableaux de bord et simulations permettent l'optimisation des modes de transport.
<p>A2.6 Optimisation des flux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse de l'activité de vente et prévision des futurs achats - Anticipation des besoins des consommateurs et adaptation des flux - Construction d'un plan d'action - Utilisation de méthodes et d'outils d'amélioration des flux (organisation visuelle, concept du juste-à-temps, rationalisation des implantations...) 	<p>C3.6 Optimiser les flux logistiques en proposant un plan d'action réaliste et en utilisant des méthodes et d'outils d'amélioration spécifiques afin de contribuer à une démarche de progrès de l'organisation/d'amélioration continue de l'organisation.</p>	<p>Etude de cas A partir de cas d'organisation, le candidat doit analyser, modéliser la chaîne logistique, ses flux et en améliorer la performance. Il doit établir des prévisions en fonction de la demande finale du client.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Une modélisation des processus et des flux de la chaîne logistique est réalisée. - La demande finale du client est prise en compte dans l'organisation de la chaîne logistique. - Des solutions d'efficience sont proposées.
<p>A3.6 Gestion des systèmes d'information</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse des besoins des usagers - Adaptation des systèmes d'information aux besoins de l'organisation - Suivi opérationnel, veille stratégique permettant l'amélioration continue des systèmes d'information - Rédaction de cahier des charges pour l'optimisation des systèmes d'information 	<p>C4.6 Gérer les systèmes d'informations en analysant les besoins des différentes parties prenantes de l'organisation et en proposant des solutions permettant d'améliorer la performance de l'organisation.</p>	<p>Etude de cas A partir de cas d'organisation, le candidat doit analyser les systèmes d'information au regard du plan stratégique de l'organisation et du besoin des usagers. Il doit réaliser un diagnostic du système existant, assurer une veille technologique et rédiger un cahier des charges pour améliorer l'existant.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les besoins des usagers sont recueillis et analysés. - Les systèmes d'information existants sont analysés au regard de la stratégie et des besoins recueillis. - Une veille technologique est effectuée. - Un cahier des charges est établi permettant l'optimisation des systèmes d'information existants.