

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
A1 : Déployer dans l'organisation un système de veille pour élaborer et mettre en œuvre la stratégie commerciale et marketing	C1.1 Concevoir un dispositif de veille informationnel sur son environnement pour repérer notamment les signaux faibles	Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales. Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.	Capacité à réaliser un swot sur un marché Capacité à s'informer en vue d'une veille marketing et commerciale Capacité à développer une démarche d'analyse et de préconisations d'une stratégie commerciale
	C1.2 Développer un réseau afin de se tenir informé sur son environnement		
	C1.3 Mesurer et analyser les évolutions de l'éco-système impliquant les acteurs directs et indirects en relation avec l'organisation		
	C1.4 Construire une démarche prospective relative à ses domaines d'intervention		
	C1.5 Identifier et analyser les menaces, les opportunités, les tendances du marché		
A2 : Décliner la vision stratégique de l'entreprise en plans d'actions opérationnels pour piloter l'activité	C2.1 Décliner la vision stratégique de l'entreprise en orientations et objectifs opérationnels pour les traduire en un business-plan	Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales. Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.	Capacité à développer un business plan Capacité à réaliser une étude de marché Capacité à analyser un marché en vue de définir une stratégie commerciale Capacité à développer une politique de management
	C2.2 Évaluer les attentes des cibles via des études de marché, des analyses de positionnement, de la veille concurrentielle		
	C2.3 Superviser et gérer les moyens (organisationnels, techniques, humains, financiers, logistiques, etc.) pour réaliser les objectifs fixés et évaluer les résultats individuels et collectifs		
	C2.4 Animer au quotidien et organiser le travail de l'équipe, conduire des réunions et susciter l'adhésion et la motivation de son équipe		

A3 : Mesurer les performances attendues en mobilisant les systèmes d'information de l'organisation	C3.1 Calculer les indicateurs de performance quantitatifs et qualitatifs relatifs à la politique commerciale, marketing, fournisseurs	Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales. Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.	Capacité à définir et évaluer les KPI d'une politique commerciale Capacité à définir un plan d'action commercial Capacité à respecter la législation Capacité à définir une politique qualité
	C3.2 Collecter, organiser et analyser les données marketing et commerciales pour élaborer des plans d'action		
	C3.3 Définir la démarche qualité pour fidéliser le portefeuille-client		
	C3.4 Concevoir et déployer le dispositif garantissant le respect des réglementations liées aux systèmes d'information, au numérique et aux données.		
A4 : Promouvoir un produit, un service ou une marque en suscitant l'adhésion durable des clients, partenaires, fournisseurs, et en interne	C4.1 Élaborer la stratégie de marketing en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise, en s'appuyant sur les études et analyses menées ainsi que sur les données collectées	Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales. Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.	Capacité à élaborer une stratégie marketing Capacité à déployer la stratégie marketing dans des actions opérationnelles Capacité à gérer et communiquer en cas de crise.
	C4.2 En interne, développer des actions destinées à fédérer les employés autour de l'identité, des valeurs et de l'actualité de l'entreprise ainsi qu'à accompagner les changements		
	C4.3 Élaborer et mettre en œuvre les plans de marketing et de communication online et offline		
	C4.4 Concevoir et mettre en œuvre une veille relative à la réputation et l'e- réputation de l'entreprise		
	C4.5 Conseiller et accompagner la gestion des situations de crise		
A5 : Développer des solutions innovantes au sein de démarches de projet collaboratives	C5.1 Organiser les grandes étapes du projet et établir un phasage	Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales. Chaque module fait l'objet d'un	Capacité à penser et gérer le changement Capacité à évaluer les opportunités d'actions
	C5.2 Identifier les opportunités de croissance et de développement dans une démarche d'innovation.		

	C5.3 Concevoir et mettre en œuvre un dispositif d'accompagnement des transformations	contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.	Capacité à évaluer le budget nécessaire à l'innovation
	C5.4 Évaluer les ressources financières, technologiques, et humaines pour développer et accompagner l'innovation		
A6 : Concevoir et déployer les outils et organiser les process "Centrés-clients"	C6.1 Mener une veille permanente sur l'évolution des outils numériques au service du marketing, de la relation-client, de la relation- fournisseur	Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales. Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.	Capacité à déployer une politique CRM dans l'entreprise Capacité à adopter la stratégie de l'entreprise en fonction de la satisfaction client
	C6.2 Créer un écosystème fédérant les attentes des parties prenantes (clients, usagers, fournisseurs).		
	C6.3 Identifier les canaux pour collecter l'information relative au comportement des clients ou des fournisseurs		
	C6.4 Concevoir des outils de mesure d'audience et/ou statistiques pour améliorer la relation client ou relation- fournisseur et développer de nouvelles offres		
A7 : Avoir un usage avancé et spécialisé des outils numériques	C7.1 Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le marketing et la relation- client	Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales, utilisation de logiciels spécialisés. Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final. La note finale résulte de la moyenne simple des notes de contrôle continu et de l'examen final.	Capacité à recenser les outils numériques et à les utiliser Capacité à choisir les outils numériques adaptés
	C7.2 Se servir de façon autonome des outils numériques pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine		
A8 : Développer et intégrer des savoirs hautement spécialisés	C8.1 Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale	Rédaction et soutenance d'un mémoire de recherche	Capacité à évaluer une situation en prenant en

	<p>C8.2 Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines</p> <p>C8.3 Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines</p> <p>C8.4 Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux</p> <p>C8.5 Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation</p>		<p>compte tous les paramètres</p> <p>Capacité à rechercher des informations</p> <p>Capacité à trouver des solutions adaptées et pertinentes en vue de résoudre une situation</p>
<p>A9 : Développer et intégrer des savoirs hautement spécialisés</p>	<p>Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation</p>	<p>Le mémoire de recherche fait l'objet d'une remise d'un écrit et d'une soutenance orale. La validation de chacun des deux exercices conditionne la réussite à l'épreuve et la délivrance du diplôme.</p>	<p>Capacité à avoir un esprit critique dans l'analyse de diverses sources d'information</p> <p>Capacité à communiquer à l'écrit et à l'oral</p>
	<p>Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans une langue étrangère</p>		
<p>A10 : Appuyer à la transformation en contexte professionnel</p>	<p>Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles</p>	<p>Cas d'entreprise, business-games, simulations, examens sur tables, présentations orales. Chaque module fait l'objet d'un contrôle continu selon les modalités ci-dessus, et d'un examen final.</p>	<p>Capacité à conduire un projet en respectant toutes les étapes de la gestion de projet</p>
	<p>Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe</p>		
	<p>Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif</p>		

	Analyser ses actions en situation professionnelle pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité		
	Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale		