

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 1 : Mettre en œuvre l'activité marketing et/ou commerciale	C1. Réaliser un benchmark concurrentiel d'un business unit sur la base d'études de marché en analysant : -Son environnement socio-économique, concurrentiel, juridique et technologique, -Son positionnement concurrentiel, -Sa présence sur les segments de marché, Afin de proposer la politique commerciale adaptée.	– Etude de cas : « Analyse stratégique internationale »	L'étude de marché est exhaustive et contient une analyse complète : - du segment sélectionné, - des opportunités et risques, A partir de cette étude de marché, le/la candidat propose un diagnostic de faisabilité du projet pertinent. Il/elle démontre sa capacité à synthétiser et restituer l'information de l'étude de marché.
	C2. Déterminer les objectifs prévisionnels et indicateurs de manière à élaborer un plan d'actions opérationnel	Etude de cas : « Marketing stratégique des services (e-marketing et nouvelles formes de distribution) »	Le/la candidat(e) tient compte du résultat de ses études de marché pour identifier et sélectionner son segment marché, sa cible et son positionnement produit/service.

	C3. Déployer la politique commerciale validée au niveau de la business unit en cohérence avec la stratégie globale de l'organisation en s'appuyant sur une analyse de l'environnement économique et concurrentiel de la business unit		Il/elle détermine des objectifs marketing et commerciaux réalistes au regard des contraintes y compris budgétaires. Il planifie de manière exhaustive et réaliste les actions marketing et commerciales par rapport aux objectifs.
	C4. Choisir et utiliser les ressources numériques adaptées aux objectifs marketing et commerciaux de la business unit.	– Etude de cas « E-commerce et nouveaux business models »	Le candidat choisit des ressources et moyens numériques adaptés aux actions marketing envisagés et justifie ses choix
Bloc 2 : Conception et production d'offres de services innovantes et responsables pour optimiser l'expérience client	C5. Collecter et analyser les données clients (parcours d'achat, composition de la clientèle, les attentes et tendances) afin de remettre des propositions d'actions visant à améliorer vente et satisfaction clients	Rapport écrit et soutenance individuelle : « Mémoire de fin d'études »	Il/elle propose une analyse pertinente et synthétique des informations collectées et démontre leurs apports par rapport à la problématique fixée. Il démontre sa capacité à synthétiser et restituer l'information pertinente à son interlocuteur.
	C6. Réaliser une veille permanente des tendances et enjeu de l'économie des services	Rapport écrit : « Analyse stratégique et marketing international »	Le/la candidat(e) explicite sa méthode de veille, et celle-ci inclut la collecte, le traitement et l'interprétation des données.
	C7. Mettre en œuvre et analyser la mesure de la qualité de la prestation	Etudes de cas : « Management des risques, des crises et de la sécurité »	Les indicateurs de performance de la prestation sont mis en place. Les risques sont mesurés et des solutions adaptées sont proposées. La RSE est intégrée dans le système de mesure.
	C8. Elaborer une proposition d'offre de service innovante et responsable en définissant le niveau de service associé, le prix	Rapport écrit et soutenance individuelle : « Mémoire de fin d'études »	Le candidat propose des recommandations pertinentes visant à améliorer la satisfaction de l'expérience clients et les justifie

	et en prenant en compte les objectifs de marge à atteindre pour augmenter la satisfaction client		
	C9. Analyse de la prestation, évaluation de la qualité et élaboration de propositions	Analyses d'articles : « Recherche appliquée au comportement du consommateur »	
	C10. Analyser l'impact écologique et sociétal d'une offre afin de la valoriser aux yeux du consommateur	Étude de cas : « Responsabilité sociétale de l'entreprise »	Le candidat propose une analyse/diagnostic pertinente à une problématique identifiée. Le candidat propose des recommandations adaptées intégrant une réponse écologique et sociétale
Bloc 3 : Manager les équipes et les opérations de services	C11. Organiser le travail en établissant un planning et en répartissant les activités afin de garantir les opérations	Présentation orale : « Gestion opérationnelle d'une BU et pilotage de la performance »	Le candidat propose une organisation du travail pertinente et adaptée à la situation. Il planifie et répartit les activités afin de garantir la bonne marche des opérations
	C12. Identifier les besoins en compétences, recruter et former les collaborateurs	Étude de cas : « Stratégie des Ressources Humaines »	Le/la candidat(e) propose une évaluation des compétences réalistes au regard des objectifs. Il/Elle propose une projection professionnelle au candidat et/ou collaborateur en intégrant les résultats de l'entretien. Les préconisations proposées en matière de gestion des compétences sont réalistes et

			pertinentes par rapport au cas proposé.
	C13. Animer une équipe : Communiquer des objectifs, Coordonner les interactions entre les membres de l'équipe, Prévenir et résoudre les conflits Organiser un retour d'expérience suite à réalisation du service Impliquer les collaborateurs et l'équipe dans l'identification des points d'amélioration et leur mise en œuvre.	Mise en situation : « Animation d'équipe et posture managériale »	Le/la candidat(e) illustre les freins à la performance par des exemples concrets et pertinents. Les préconisations d'amélioration de la performance tiennent compte du contexte de la business unit et des freins préalablement identifiés. Le/la candidat(e) justifie la pertinence de ses préconisations, et évalue les résultats attendus pour chacune.
	C14. Gérer les opérations de service (prévision, achats, stocks, ...) afin de garantir la qualité de service	Etude de cas : « Management des risques, des crises et de la sécurité »	Le candidat propose une organisation pertinente permettant de garantir l'ensemble des opérations de service et leur qualité
Bloc 4 : Gérer les ressources économiques et financières	C15. Analyser et élaborer un diagnostic de la situation économique et financière d'une organisation en analysant : -Les documents comptables et financiers (bilans, compte de résultats,) -L'impact des décisions de gestion A l'aide d'outils de gestion de manière à évaluer la rentabilité C16. Superviser un système de pilotage des business unit basé sur : -Une analyse budgétaire,	Rapport écrit : « Stratégie financière et Business plan »	Le/la candidat(e) établit un diagnostic financier du projet en présentant : - Des hypothèses réalistes pour dresser un prévisionnel financier (bilan, compte de résultat, flux de trésorerie) - Des projections financières qui démontrent la faisabilité, la rentabilité et la pérennité du projet - Une analyse des résultats par les principaux ratios - Des préconisations d'actions correctives pour améliorer la performance et les marges

	<ul style="list-style-type: none"> -Des indicateurs de performance du secteur d'activité préalablement définis, -Des outils de suivi et d'analyse des données financières, <p>De manière à piloter l'activité en fonction des contraintes budgétaires</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Une communication claire et concise des résultats chiffrés
<p>Bloc 5 : Développer une recommandation sur la base d'une démarche de recherche</p>	<p>C17. Réaliser une synthèse des connaissances en utilisant des ressources afin d'en dégager une problématique</p> <p>C18. Définir une méthode adaptée afin de collecter des données réelles et de les interpréter</p> <p>C19. Émettre des préconisations de développement en les justifiant par des éléments d'analyse afin de permettre la prise de décision</p>	<p>Mémoire de fin d'études : « Rapport écrit et soutenance individuelle »</p>	<p>Le périmètre de l'étude est clair et la question formulée correctement.</p> <p>Le recensement des connaissances théoriques sur la question est exhaustif et pertinent. Les normes scientifiques de rédaction du rapport (citations et référencement) sont respectées.</p> <p>L'étude terrain réalisée permet de collecter l'ensemble des données nécessaires. Les techniques d'analyses sont adaptées aux données collectées.</p> <p>L'analyse des connaissances et des données est pertinente.</p> <p>Les solutions proposées s'appuient sur l'analyse des données et l'état des connaissances. Les conclusions et recommandations opérationnelles sont argumentées.</p> <p>La communication écrite et orale est adaptée aux interlocuteurs et compréhensible.</p>

<p>Bloc 6 : Développer sa connaissance de soi et du marché de l'emploi pour la fonction et le secteur d'activité visé.</p>	<p>C20. Identifier et analyser ses valeurs professionnelles, ses centres d'intérêt, ses préférences, ses compétences, ses croyances, ses aptitudes pour faire ses propres choix</p> <p>C21. Choisir les outils adaptés aux méthodes de recrutement (CV, lettre de motivation, outils réseau, pitch, entretiens, « assessments ») afin de créer l'intérêt du recruteur</p> <p>C22. Analyser les spécificités et évolutions des métiers et des secteurs visés, l'environnement économique et l'état du marché du travail afin de construire son projet professionnel personnel</p>	<p>CV Lettre de motivation Profil LinkedIn Pitch Simulation d'entretien Présentation orale de son projet professionnel Présentation orale de retour sur expérience des immersions professionnelles</p>	<p>Le CV est percutant et attire l'attention des recruteurs, La lettre de motivation est adaptée à l'offre. Le profil LinkedIn et les différents médias pour interagir avec son réseau sont maîtrisés. Le pitch est court, efficace, bien documenté et clair. La communication est adaptée</p> <p>La/le candidat (e) répond aux questions de façon appropriée. Présente de façon claire et convaincante son projet professionnel, ses atouts</p> <p>Aborde des processus de recrutement complexes (études de cas, assessment centers, ...)</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------