

REFERENTIEL D'ACTIVITES

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
Activité 1 : Définition des orientations stratégiques et déclinaison en plans d'actions			
A1T1 Processus de collecte d'informations (interne et externe)	A1T1C1. Identifier les besoins (marchés, clients, circuits de distribution, législatif et réglementaires, ...) et sources d'informations (parties prenantes, documentaires, ...) nécessaires à la réalisation des activités de l'entreprise	Epreuve écrite 1 : étude de cas <i>Travail en groupe de 3 à 4 apprenants</i> <i>Avec présentation orale devant un jury composé de deux personnes (un enseignant et un professionnel)</i>	Le candidat est capable de sélectionner les informations utiles selon les typologies de veilles (juridique et réglementaire, réputation, sociétale, marché, technologique, ...)
	A1T1C2. Piloter les études de marché et de faisabilité économique ad hoc pour identifier les relations et les tendances afin de collecter les informations utiles à la définition d'une stratégie d'entreprise		Le candidat est capable de construire les outils adaptés à la démarche (guide d'entretien, échantillonnage, sondage, panels, ...) et aux techniques (quantitatif/qualitatif) des études de marché
	A1T1C3. Recueillir les informations internes afin d'identifier les ressources et compétences disponibles au sein de l'organisation		Non évaluée
	A1T1C4. Cartographier les informations collectées afin de réduire l'incertitude		Le candidat est capable de qualifier les informations recueillies selon la fiabilité des sources, la qualité de l'information, l'exactitude de l'information, le degré de contrôle de l'information avant sa publication, l'auteur de l'information (qualification, réputation...), l'objectivité de l'information, la mise à jour de l'information, le champ de l'information (exhaustive, complète, superficielle), ...
A1T2 Elaboration de la vision stratégique globale	A1T2C1. Réaliser le diagnostic interne et externe afin d'établir les forces et les faiblesses de l'organisation et d'identifier les signaux faibles dans une démarche prospective pour détecter les futures tendances et opportunités de marché	Epreuve écrite 2 : Etude de cas <i>travail individuel et sur table sur une durée définie</i>	Le candidat est capable d'identifier les Facteurs Clés de Succès en utilisant les matrices adéquates (SWOT, PESTEL, Force de Porter, Matrices Mc Kinsay, BCG, ADL, ...)
	A1T2C2. Construire une stratégie de gouvernance des risques afin de préparer les orientations stratégiques		Le candidat est capable d'identifier les avantages concurrentiels Le candidat est capable d'isoler des signaux faibles Le candidat est capable de mesurer les risques et de mobiliser la méthode PART (Prévention – Acceptation – Réduction – Transfert)

Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international

	A1T2C3. Définir une vision stratégique et globale afin d'assurer à l'ensemble des parties prenantes une prise de décision sécurisée		La qualité des signaux faibles identifiés permet de détecter des opportunités stratégiques Le candidat a présenté au jury un support bien structuré et logique
A1T3 Déclinaison en stratégies d'actions marketing, commerciales et achat de la vision stratégique globale	A1T3C1. Construire les campagnes ciblées (d'un produit ou d'un service) afin de permettre une meilleure traduction des orientations stratégiques auprès des équipes et ainsi, de s'assurer de la cohérence des campagnes envisagées avec la vision stratégique défini par la direction	Simulation professionnelle 1 : Dossier individuel <i>Sur un cas d'entreprise réelle de taille intermédiaire dans le secteur d'activité de la spécialisation choisie par l'apprenant (ETI) sur un projet de développement international ou omnicanal</i> <i>Soutenance orale devant un jury composé du tuteur en entreprise et d'un enseignant</i>	Le candidat a identifié des objectifs à atteindre selon la méthode SMART et des indicateurs clés de performances pour suivre leur réalisation
	A1T3C2. Concevoir une stratégie digitale à partir des orientations stratégiques construite par la direction de l'entreprise afin de développer une audience sur les réseaux sociaux et, à terme, d'augmenter le chiffre d'affaire de l'entreprise		Le candidat prend en compte au moins 8 critères pour mesurer la performance de sa stratégie (comme notoriété de marque, génération de leads, acquisition de nouveaux prospects, engagement, rétention/fidélisation, trafic, ventes, retours clients, ...)
	A1T3C3. Etablir une stratégie de prospection et la démarche commerciale omnicanal (sur une zone géographique régionale, nationale et internationale) avec les responsables opérationnels afin de les accompagner efficacement dans la structuration de leurs plans d'actions		Le candidat a présenté des indicateurs de performance commerciale quantitatifs (prévisions des ventes, retour sur investissement, niveau des remises, tendances des ventes, ...) et qualitatifs (information prospects, offre, analyses concurrence, ...)
	A1T3C4. Etablir les objectifs (volumes et marges) à atteindre (à court et moyen terme) sur chaque zone et les ressources nécessaires à mettre en œuvre en lien avec la direction financière et la direction générale (budget, équipes commerciales, supports techniques...).		Le candidat applique la méthodologie SMART pour identifier des objectifs pertinents et réalistes (atteignables et en lien avec le budget) sur différents horizons temporels (court et moyen terme)
	A1T3C5. Identifier afin de catégoriser (Rang A, B, C...) les besoins achats des différentes directions métiers internes et/ou des équipes projet		Le candidat a proposé un chiffrage des moyens (financiers, techniques, humains, ...) nécessaires à la mise en place de ses propositions d'action
	A1T3C6. Segmenter le portefeuille achat en familles et classes de produits/services afin de l'organiser en fonction de la criticité des besoins		Le candidat a établi une matrice de criticité des besoins sur chaque étape de déploiement de la stratégie
A1T4– Conception des indicateurs de performance (commerciales, marketing, achat et financiers)	A1T4C1. Participer à la définition des outils informatiques dans son périmètre d'intervention (CRM, reporting...) afin d'en faciliter l'adaptation en situation de travail pour les différentes typologies de métiers de l'entreprise	Simulation professionnelle 2 : Etude de cas <i>En groupe de 3 à 4 apprenants sur la création de tableaux de bord pour suivre le développement</i>	Non évaluée
	A1T4C2. Construire un tableau de bord intégrant les KPI permettant de suivre la performance		Le candidat présente un tableau de bord intégrant les principaux ratios de suivis de la performance sur un secteur d'activité particulier (taux de conversion, chiffre d'affaires par cibles/produits/région, commandes, marges, satisfaction clients, fidélisation, KPI achat et TCO, KPI financiers, ...)

Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international

	A1T4C3. Construire des indicateurs de modélisation permettant d'exploiter les données	<i>de l'activité d'une entreprise fictive</i>	Le candidat identifie et construit au moins 3 critères permettant de sélectionner l'offre la plus adaptée (coûts, délai, adéquation, ...). Les critères ne doivent pas être discriminatoires, être suffisamment précis, être annoncés en amont de la procédure et être pondérés ou à défaut hiérarchisés.
	A1T4C4. Mettre en place une matrice identifiant les points critiques de la création de valeur tout au long des processus (commerciaux, marketing, achat et logistique)		Le candidat reporte sur différentes matrices (BCG, Ansoff, Porter, ...) les risques et en tire des conclusions/préconisations

Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international

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
Activité 2 : Gouvernance de la performance économique et financière de l'entreprise			
A2T1 Pilotage de la performance	A2T1C1. Déployer les plans d'actions pour assurer le développement efficace de la stratégie et l'atteinte des objectifs (à court et moyen terme)	Epreuve écrite 3 : Dossier pratique en groupe de 3/4 personnes d'organisation et de pilotage (visualisation) d'un service (marketing, commercial, achat ou commercial) Le choix de l'organisation de tous secteurs d'activité est à l'initiative de l'intervenant. Travail effectué sous la supervision de l'intervenant. Travail effectué en temps limité.	Le candidat a proposé un gantt réaliste des actions à réaliser avec pour chacun d'elles les objectifs à atteindre sur différents horizons temporels
	A2T1C2. Analyser les tableaux de bord interactifs permettant d'analyser de manière conjointe les différents éléments de la performance de l'organisation		Le candidat a su extraire les données des tableaux de bords et les traduire en réalité opérationnelle
	A2T1C3. Mesurer la rentabilité du portefeuille de produits / services sur les différents canaux et apporter une vision consolidée par client / segment client		Le candidat a su mesurer la performance en utilisant des matrices (par exemple évaluer le niveau de maturité achat (Matrice de Bruel)) Il a choisi, calculé et interprété les indicateurs de performance pertinents
	A2T1C4. Optimiser la politique de satisfaction et fidélisation clients/fournisseurs de l'entreprise par une meilleure connaissance et une meilleure prise en charge des besoins et attentes des clients/fournisseurs		Le candidat a proposé au moins 3 leviers d'amélioration de la relation clients/fournisseurs et a chiffré (coûts/résultats attendus) ses propositions
	A2T1C5. Identifier et sélectionner des fournisseurs et sous-traitants (rentabilité et maîtrise des coûts)		Le candidat a identifié et justifié les critères de sélection utilisés.
	A2T1C6. Piloter les opérations (marketing, commerciales, achat, ...) à l'aide de la modélisation des données Identifier et sélectionner des fournisseurs et sous-traitants (rentabilité et maîtrise des coûts)		Le candidat a traduit la vision stratégique en plan opérationnel puis en plan d'actions Il a présenté des points de contrôles aux différentes étapes permettant de mesurer les écarts
	A2T1C7. Participer directement à certaines négociations auprès de clients / prospects / fournisseurs stratégiques et de certains prescripteurs clés afin de consolider la relation commerciale		Mise en situation professionnelle 2 Simulation de négociation à l'oral Avec un jeu de rôle dans lequel les candidats peuvent jouer le rôle de la partie prenante externe ou interne
A2T2 Conduite du plan financier et budgétaire	A2T2C1. Piloter les coûts à l'aide du contrôle budgétaire afin d'optimiser les performances de l'organisation	Epreuve écrite 4 : Etude de cas	Le candidat a identifié au moins 4 indicateurs et a été capable de mesurer l'impact des décisions stratégiques (critères de l'analyse financière et de l'analyse budgétaire)

Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international

	A2T2C2. Construire un reporting financier permettant d'analyser les évolutions de l'entreprise	<i>travail individuel et sur table sur une durée définie</i>	Le candidat a produit un reporting permettant de mesurer le niveau d'activité, de rentabilité et bilancielle. Le candidat a apporté les éléments qualitatifs de son reporting (analyse, explication, commentaire)
	A2T2C3. Structurer le modèle de pilotage de la performance globale (intégration des performances des différents services) afin d'améliorer la productivité des équipes		Le candidat a identifié les objectifs et présenté les indicateurs adaptés à son activité et la stratégie Il a présenté le modèle de pilotage de la performance de façon claire et compréhensible pour les équipes
A2T3 Processus d'amélioration continue et mise en place des actions correctives	A2T3C1. Structurer une démarche d'amélioration continue à partir de l'atteinte des objectifs et des dysfonctionnements ou problèmes observés	Mise en situation professionnelle 3 : Mission consulting auprès d'une PME/ETI En groupe de 4 à 5 apprenants, la mission consulting sera conduite comme un cabinet de consultant externe avec pour objectifs l'élaboration du processus de mise en œuvre et de pilotage du suivi et de l'amélioration continue de la performance envers les parties prenantes externes par rapport aux indicateurs définis dans la stratégie	Le candidat a établi un diagnostic permettant d'identifier les mesures d'action collective à mettre en place Il a proposé au moins trois mesures à mettre en place
	A2T3C2. Piloter le dispositif de contrôle du respect des procédures et des méthodes d'assurance qualité		Le candidat a proposé un tableau de bords et les mesures (quantifiables) des effets attendus (résultats et impacts)
	A2T3C3. Déployer des plans d'améliorations continues dans le respect des normes, standards et procédures QHSE (ISO, OHSAS, ERP/IGH, ...)		Non évaluée
	A2T3C4. Préconiser des améliorations en matière d'organisation, de gestion, de procédures		Le candidat a établi une cartographie des risques et proposé défini au moins 5 principes de prévention des risques
	A2T3C5. Elaborer un plan de continuité d'activité		Le candidat a identifié les activités critiques de l'organisation et les ressources minima nécessaires pour fonctionner en mode dégradé, de comprendre les menaces et de déterminer des actions appropriées pour minimiser les risques (Business Impact analysis)

Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international

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
Activité 3 : Pilotage managérial et organisationnel de l'activité et de son développement			
A3T1 Management d'équipes pluridisciplinaires et multiculturelles (équipes supports, équipes RH, équipes projets...)	A3T1C1 Encourager l'interconnaissance professionnelle et la mise en place d'un langage commun afin de favoriser les projets collaboratifs et fédérateurs.	Mise en situation professionnelle 4 : Serious Game de gestion de blocage d'une PME par les syndicats Les apprenants répartis en groupe de 5 à 6 doivent faire face à un blocage d'une entreprise et jouer les intermédiaires entre les syndicats et le dirigeant de l'entreprise	Le candidat a écouté et pris en compte les attentes, objections et considérations de l'ensemble des parties prenantes
	A3T1C2 Définir les missions et responsabilités des équipes (RH, Projets, supports, ...) en recherchant les synergies et les complémentarités tout en privilégiant une approche multiculturelle.		Non évaluée
	A3T1C3 Piloter une équipe multiculturelle et pluridisciplinaire en définissant des processus clairs efficaces (relationnels, organisationnels, communicationnels, délégations, ...) et en mobilisant des outils coopératifs.		Le candidat a diversifié les moyens de communication afin de permettre le dialogue et la coopération entre les différentes parties prenantes
	A3T1C4 Identifier les situations conflictuelles, les freins potentiels à la performance (points de blocage, risques psycho-sociaux, conflits, situations d'arbitrage, ...) afin de trouver des solutions adaptées et pérennes au contexte situationnel.		Le candidat a trouvé une issue à une situation de blocage et réussi à faire signer un accord entre les différentes parties
	A3T1C5 Attirer (GPEC) et fidéliser (recrutement, accompagnement, formation, motivation, gestion des carrières, ...) les talents et les compétences utiles à l'évolution prévisionnelle de l'activité et de son développement, afin de préserver la performance socio-économique de l'organisation.		Mise en situation professionnelle 5 : Jeu de rôle individuel d'entretien annuel <i>au sein duquel l'apprenant mène un double entretien de fin d'année (atteinte des objectifs et fixation des objectifs) et d'évolution de carrière</i>
A3T2 Développement de projets intrapreneuriaux et entrepreneuriaux	A3T2C1 Passer de l'idéation à la création d'un business économique viable, rentable et socialement responsable, afin d'obtenir l'adhésion et l'engagement des parties prenantes influentes.	Epreuve écrite 5 : Cas pratique de création d'entreprise ou de projet intrapreneurial <i>en groupe de 4 à 5, les apprenants développent un projet intrapreneurial dans leur entreprise (alternants) ou un projet de création d'entreprise</i>	Le candidat a décrit au moins 4 enjeux relatifs à la mise en œuvre d'un système de management de projet
	A3T2C2 Construire la plateforme de développement du ou des projets (intrapreneuriaux / entrepreneuriaux) de façon à sécuriser leur mise en œuvre.		Le candidat a présenté un outil de monitoring de projet sur différents horizons temporels
	A3T2C3 Manager les projets en mobilisant les méthodes et outils de gestion de projets par objectifs.		Le candidat a optimisé la répartition des ressources, a maintenu un équilibre entre coûts, qualité et délai, a maîtrisé les risques

Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international

	<p>A3T2C4 Fédérer les équipes projets ad hoc, afin de favoriser la coordination de plusieurs projets stratégiques ou opérationnels simultanément</p>	<p>Certification externe optionnelle ISO 21500 – Management de projet</p>	<p>Le candidat a su mobiliser les parties prenantes adéquates pour construire son projet</p>
<p>A3T2C5 Piloter les risques projets (qualitatifs, quantitatifs, budgétaires, contractuels, de planning ...), afin de sécuriser la création de valeur (intrapreneuriale/entrepreneuriale).</p>	<p>Le projet construit par le candidat est viable à moyen terme (financièrement)</p>		
<p>A3T2C6 Mettre en place une méthodologie d'évaluation de projets dans une logique d'amélioration continue, afin d'optimiser leur rentabilité et de reporting aux parties prenantes</p>	<p>Le candidat a été capable de faire un bilan quantitatif de ses actions en termes d'amélioration continue</p>		

Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international

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
Activité 4 : Pilotage des processus d'innovation et de réingénierie du business model de l'organisation			
A4T1 Pilotage de l'innovation et management des risques	A4T1C1. Définir les différentes étapes du processus d'innovation au sein de l'organisation	Epreuve écrite 6 : Etude de cas (type CCMP) Travail individuel sur une organisation de toute taille dans une durée limitée	Le candidat doit montrer qu'il a compris la démarche et sait utiliser les modèles de planification des processus d'innovation (modèle de Crawford, modèle State Gate System de Cooper, Open innovation, ...)
	A4T1C2. Etablir une typologie et une cartographie des risques des projets d'innovation afin de réduire l'incertitude		Le candidat a établi la criticité des risques en fonction de critères objectifs (pertinence, prévenance, gravité, ..)
	A4T1C3. Déterminer les seuils de risques acceptables pour l'organisation		Le candidat a réussi à contextualiser la cartographie avec les enjeux et objectifs de l'organisation étudiée
	A4T1C4. Mettre en place des plans d'actions en cas de survenance des risques		Le candidat justifie ses choix de manières convaincantes
A4T2- Réingénierie du business model	A4T2C1. Faire pivoter son business model en re-priorisant les activités et l'organisation face aux évolutions et aux contraintes (international, digital, ...)	Epreuve écrite 7 : Dossier pratique Travail individuel sur une PME/ETI du domaine de spécialisation de l'apprenant portant sur l'analyse et l'évolution de son business model Soutenance orale devant un jury de deux personnes (un professionnel et un enseignant)	Le candidat a identifié les forces et les faiblesses du BM pour proposer une évolution pertinente d'évolution en fonction des contraintes financières, humaines et de l'environnement de l'organisation étudiée
	A4T2C2. Intégrer le big data et le digital dans le processus de transformation globale de l'entreprise		Le candidat est évalué selon la pertinence des outils choisis, leur utilisation et l'interprétation des résultats
	A4T2C3. Concevoir des modèles de détection des insights consommateurs susceptible de faire évoluer le business model		Le candidat a identifié des pistes d'évolution du business model grâce à l'étude du comportement des parties prenantes externes
A4T3- Conduite du changement	A4T3C1. Evaluer l'impact des changements et proposer les réponses ou les solutions adéquates	Epreuve écrite 8 : Etude de cas Travail individuel sur une organisation de toute taille sur l'implémentation d'une dynamique d'innovation de toutes sortes (produits, business model, processus, ...)	Le candidat a identifié au moins 4 impacts en utilisant une méthode appropriée (type méthode Gap Analysis, classification 5M, ...)
	A4T3C2. Mettre en place un cadre et des méthodes qui permettent de libérer la capacité d'innovation des équipes		Le candidat propose une méthodologie et des outils de la conduite du changement (modèle de Lewin, courbe de deuil, équation du changement, diamant de Leavitt, ...)
	A4T3C3. Concevoir les processus de changements organisationnels et managériaux (humains, technologiques, financiers, informatiques, démarche qualité, sécurité, ...) selon les finalités attendues		Le candidat décrit un plan d'action du changement organisationnel en prenant en compte les différents impacts

Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international

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
Activité 5 : Management de la complexité			
A5T1 – Transformation de situations managériales complexes en problématique	A5T1C1 Appréhender la complexité de l'environnement	QCM Certification yellow belt – Lean six sigma	Le candidat a identifié le problème à résoudre et défini l'objectif d'amélioration
	A5T1C2 Définir le niveau de complexité à gérer et faire émerger les situations managériales à traiter		Le candidat a réussi à améliorer les flux d'activités, éliminer les gaspillages et fluidifier les opérations
	A5T1C3 Transformer les situations managériales complexes en problématiques		Le candidat a amélioré le processus pour l'ensemble des parties prenantes et mis en place des mesures pour prévenir le dysfonctionnement
A5T2 - Mobilisation des ressources et outils adaptés	A5T2C1 Mobiliser les travaux de recherche et méthodes scientifiques de collecte et de traitement de données adaptées	Epreuve écrite Mémoire de recherche <i>Epreuve individuelle</i> <i>Avec présentation orale devant un jury composé de deux personnes (un enseignant-chercheur, directeur du mémoire, et un enseignant-chercheur candidat)</i>	Le candidat a su présenter les enjeux, définir des objectifs et exposer une problématique claire
	A5T2C2 Traiter des données quantitatives et/ou qualitatives (Analyse qualitatives et quantitatives)		Le candidat a mené une enquête terrain et a su extraire des données qualitatives ou quantitatives pour apporter une discussion critique
	A5T2C3 Assembler (intégrer) les compétences pour répondre à situations complexes		Les principaux résultats sont clairement identifiés et mis en perspectives avec l'état de l'art existant
	A5T2C4 Elaborer et déployer une méthodologie/approche de résolution de problèmes complexes		Le candidat a décrit sa méthodologie de façon détaillée et structurée et a présenté une revue de littérature pertinente et exhaustive
	A5T2C5 Communiquer de façon habile et fine dans des situations complexes (message sensible, public difficile, situation imprévue...)	Epreuve orale Grand oral <i>Epreuve individuelle</i> <i>Le candidat tire au sort un sujet, dispose d'une heure de préparation puis répond à la problématique devant un jury composé de deux personnes (un enseignant-chercheur, directeur du mémoire, et un enseignant-chercheur candidat)</i>	Capacité du candidat à prendre en considération les remarques du jury Capacité du candidat de s'exprimer en public
A5T3- Résolutions et préconisations	A5T3C1 Elaborer des préconisations, proposer des solutions et scénarii d'amélioration	Simulation professionnelle 6 gestion de grise (KRISIS)	Le candidat est évalué sur sa capacité à : Analyser la situation (contextualisation des enjeux, prise en compte des différentes parties prenantes, synthèse de la situation)

Programme Grande Ecole – Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international

	A5T3C2 Gérer une crise (Gestion des risques)	<i>Par groupe de 4 à 5 apprenants de différentes spécialisations avec plusieurs rendus intermédiaires sur les trois jours de la simulation de gestion de crise</i>	Apporter des solutions (degré d'application des solutions, anticipations des différents impacts des solutions – financières, humaines, image, ...)
--	--	--	--