

Référentiel d'un titre

17/06/2024

Titre : RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT

Matière : Projets Employabilité

Contenus :

- Suivi des projets
- Atelier d'insertion professionnelle
- Séminaires culture métier
- Préparation de l'examen national
- Méthodologie de rédaction des livrables
- Training grand oral

Compétences associées :

- RDD-Toutes compétences : Validation de 5 blocs de compétences.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			
Grand oral	Grand oral	Cf grilles d'évaluation	Présentation du rapport du rapport d'activités et du dossier projet pour justifier de son employabilité Présentation du livret d'employabilité pour justifier des compétences acquises Échanges / questions du jury sur l'environnement "métier".

Matière : Aspects techniques de produits et services ; Optimisation du référencement en collaboration avec l'UE 5 (Stratégies marketing)

Contenus :

- >li> Commerce éco-responsable : gestion éco responsable des locaux. Sobriété énergétique. Bilan carbone. Recyclage et valorisation des déchets : identification, traitement, DEEE. Achats écoresponsables. Transports écoresponsables
- Développement durable de produits / services. Fiche technique. Prise en compte des situations de handicap des consommateurs. Cycle de vies
- Référencement : bases du référencement ; Leviers et outils de référencement ; Google Ads, référencement naturel

Compétences associées :

- RDD-C5.01 : C5.1 Analyser la fiche technique d'un produit en identifiant ses principales caractéristiques afin de pouvoir de le mettre en valeur.
- RDD-C5.02 : C5.2 Rédiger une note sur la conception universelle des produits et services à l'attention du responsable marketing en appréciant leur accessibilité aux personnes en situation de handicap afin de respecter la réglementation en vigueur.
- RDD-C5.03 : C5.3 Réaliser un diagnostic RSE des produits et services afin de se conformer à la stratégie de l'organisation en estimant leur cycle de vie et leur impact environnemental.
- RDD-C5.04 : C5.4 Structurer le catalogue avec une catégorisation claire, un système de recherche efficient, une description unique et qualitative des produits et services afin d'optimiser le référencement.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Transition écologique et sociale RA : Compte-rendu Référencement de produits & services durables</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Pour démontrer qu'il a acquis des connaissances spécifiques au domaine d'activité, le candidat présente pour un produit et un service : • Une analyse de la fiche technique : Identification : fabricant, marque, désignation, référence, etc. Caractéristiques techniques : description, matières, entretien, accessoires... / description, prestation(s), modalités de mise en œuvre... Caractéristiques commerciales : tarif, lieu(x) de vente, conditionnement, canaux de distribution, SAV... Caractéristiques psychologiques : typologie client et principales motivations d'achat / freins. Possibilité de vente additionnelle. Puis ses recommandations quant à la présentation du produit / service avec la méthode QQQCCP qui permet de définir une feuille de route. • La prise en compte des clients en situation de handicap lors de la conception du produit, en termes d'accessibilité du service. • Une schématisation et une analyse du cycle de vie. Les principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux détectés. Il propose alors des actions pour améliorer l'impact écologique. • Une critique du référencement : sont attendues des recommandations pour améliorer le référencement du produit / service. Il est attendu des suggestions pour un contenu unique, inédit et complet du produit / service (environ 300 mots), avec quelques images ou vidéos le mettant en valeur.</p>	<p>Dans le cadre défini par le formateur, les candidats doivent accompagner une entreprise à mettre sur le marché ou améliorer un produit dans une démarche de Green business. Chaque candidat analyse les aspects techniques d'un produit <u>et</u> d'un service proposés par l'entreprise puis rédige un compte-rendu présentant : • Ses principales caractéristiques, • Les modalités d'accessibilité pour au minimum 3 types de handicap, • Un diagnostic RSE, • Une analyse de son référencement. Il rédige ses recommandations à l'attention du service marketing en termes d'amélioration, de développement envisageable, d'optimisation du référencement.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Marketing et développement RA : Compte-rendu Référencement de produits & services</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Pour démontrer qu'il a acquis des connaissances spécifiques au domaine d'activité, le candidat présente pour un produit et un service : • Une analyse de la fiche technique : Identification : fabricant, marque, désignation, référence, etc. Caractéristiques techniques : description, matières, entretien, accessoires... / description, prestation(s), modalités de mise en œuvre... Caractéristiques commerciales : tarif, lieu(x) de vente, conditionnement, canaux de distribution, SAV... Caractéristiques psychologiques : typologie client et principales motivations d'achat / freins. Possibilité de vente additionnelle. Puis ses recommandations quant à la présentation du produit / service avec la méthode QQQCCP qui permet de définir une feuille de route. • La prise en compte des clients en situation de handicap lors de la conception du produit, en termes d'accessibilité du service. • Une schématisation et une analyse du cycle de vie. Les principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux détectés. Il propose alors des actions pour améliorer l'impact écologique. • Une critique du référencement : Qualité de la désignation sur le net, mots clés identifiés sur le site e-commerce et qualité du SEO. Sont attendues des recommandations pour améliorer le référencement du produit / service, dont le descriptif doit se distinguer de celui du fournisseur pour mieux le positionner par rapport à la concurrence. Il est attendu des suggestions pour un contenu unique, inédit et</p>	<p>Dans le cadre défini par le formateur, les candidats doivent accompagner une entreprise à mettre sur le marché ou améliorer un produit dans une démarche de Green business. Chaque candidat analyse les aspects techniques d'un produit et d'un service proposés par l'entreprise puis rédige un compte-rendu présentant : • Ses principales caractéristiques, • Les modalités d'accessibilité pour au minimum 3 types de handicap, • Un diagnostic RSE, • Une analyse de son référencement. Il rédige ses recommandations à l'attention du service marketing en termes d'amélioration, de développement envisageable, d'optimisation du référencement.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours développement commercialRA : Compte-rendu Référencement et catalogue de produits & services</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Pour démontrer qu'il a acquis des connaissances spécifiques au domaine d'activité, le candidat présente pour un produit et un service : • Une analyse de la fiche technique : Identification : fabricant, marque, désignation, référence, etc Caractéristiques techniques : description, matières, entretien, accessoires... / description, prestation(s), modalités de mise en œuvre... Caractéristiques commerciales : tarif, lieu(x) de vente, conditionnement, canaux de distribution, SAV... Caractéristiques psychologiques : typologie client et principales motivations d'achat / freins. Possibilité de vente additionnelle. Puis ses recommandations quant à la présentation du produit / service avec la méthode QQQCCP qui permet de définir une feuille de route. • La prise en compte des clients en situation de handicap lors de la conception du produit, en termes d'accessibilité du service. • Une schématisation et une analyse du cycle de vie. Les principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux détectés. Il propose alors des actions pour améliorer l'impact écologique. • Une critique du référencement : Système de catégorisation ou de numérotation, qualité de la désignation sur le catalogue interne et sur le net, mots clés identifiés sur le site e-commerce et qualité du SEO. Sont attendues des recommandations pour améliorer le référencement du produit / service, dont le descriptif doit se distinguer de celui du fournisseur pour mieux le positionner par</p>	<p>Dans le cadre défini par le formateur, les candidats doivent accompagner une entreprise à mettre sur le marché ou améliorer un produit dans une démarche de Green business. Chaque candidat analyse les aspects techniques d'un produit <u>et</u> d'un service proposés par l'entreprise puis rédige son compte-rendu présentant : • Les principales caractéristiques du produit et du service, • Les modalités d'accessibilité pour au minimum 3 types de handicap, • Un diagnostic RSE, • Une analyse de son référencement. Il rédige ses recommandations à l'attention du service marketing en termes d'amélioration, de développement envisageable, d'optimisation du référencement.</p>

Matière : Techniques commerciales ; Prospection ; Techniques de vente

Contenus :

- Outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles
- Argumentaire de vente
- Constitution d'équipes commerciales
- Suivi et développement de l'activité commerciale - Reporting
- Techniques de vente. Vocabulaire technique lié à la vente en ligne.
- Les différents types d'actions commerciales en fonction de ses objectifs
- Mise en place d'un plan d'actions commerciales
- Inbound marketing

Compétences associées :

- RDD-C5.09 : C5.9 Proposer des actions commerciales pour accroître le chiffre d'affaires en comparant les résultats des ventes antérieures avec les objectifs stratégiques fixés.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Transition écologique et sociale RA : Compte-rendu Actions de développement du secteur marchand ou associatif</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>En fonction des objectifs fixés, le candidat propose au minimum 3 actions pour améliorer la visibilité du produit ou pour promouvoir un territoire. Ses partis pris doivent être justifiés. Concernant la fidélisation, il propose la création d'un annuaire de contacts, la mise en place d'enquêtes ou des actions spécifiques. Des outils d'automatisation potentiels sont identifiés. Le social selling est mis en avant : supports et messages proposés cohérents avec la cible visée. Les résultats attendus sont précisés, un retour sur investissement est calculé.</p>	<p>Après aval du commanditaire, les candidats mettent en place des actions de promotion d'un produit durable / d'un territoire... En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.</p>
<p>Parcours Marketing et développement RA : Compte-rendu Actions marketing pour le développement commercial</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>En fonction des objectifs fixés, le candidat propose au minimum 3 actions pour améliorer la prospection. Ses partis pris doivent être justifiés. Concernant la fidélisation, il propose la création d'un annuaire de contacts, la mise en place d'enquêtes ou des actions spécifiques. Des outils d'automatisation potentiels sont identifiés. Le social selling (vente sociale) est mis en avant : supports et messages proposés cohérents avec la cible visée. Les résultats attendus sont précisés, un retour sur investissement est calculé.</p>	<p>Après aval du commanditaire, les candidats mettent en place des actions marketing. En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours développement commercialRA : Compte-rendu Actions de développement commercial</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>En fonction des objectifs fixés, le candidat propose au minimum 3 actions commerciales pour améliorer la prospection. Ses partis pris doivent être justifiés. Concernant la fidélisation, il propose la création d'un annuaire de contacts, la mise en place d'enquêtes ou des actions spécifiques. Des outils d'automatisation potentiels sont identifiés. Le social selling (vente sociale) est mis en avant : supports et messages proposés cohérents avec la cible visée. Les résultats attendus sont précisés, un retour sur investissement est calculé.</p>	<p>Après aval du commanditaire, les candidats mettent en place des actions commerciales du type promotion des ventes, PLV, street marketing, outils de fidélisation. En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.</p>

Matière : Management de la qualité. Sensibilisation à la RSE ; développement durable de l'entreprise en collaboration avec UE 1 (Réglementations, Responsabilités et risques professionnels)

Contenus :

Qualité

- Concepts et enjeux de la qualité : définitions, qualité du produit ou service, management de la qualité, enjeux pour l'organisation
- Normes, approche processus
- Outils : Recueil de données, Analyse d'une démarche Qualité, Roue de Deming (PDCA), Mise en place actions correctives

RSE

- Concepts clés
- Enjeux pour les organisations : éthique des affaires, acteurs, impact social

Développement durable et RSE

- Enjeux : dérèglement climatique, gestion des ressources naturelles, innovations et technologies durables...
- Normes
- Management du développement durable

Compétences associées :

- RDD-C3.04 : C3.4 Proposer une démarche d'amélioration continue en réalisant un diagnostic (qualité / RSE) afin de valoriser les bonnes pratiques de l'entreprise intégrant la durabilité environnementale, sociale et économique.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Évaluation des risques, qualité et RSE (partie 2)</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Une méthodologie de contrôle du processus Qualité ou RSE (accessibilité au public, conformité des locaux et des équipements, respect des règles d'hygiène et de sécurité, prise en compte du handicap...), est présentée (Roue de Deming, PDCA) et des outils de pilotage sont bien proposés (coûts, délais, risques). Cette étape est déterminante lors de la présentation au commanditaire avant le lancement et la mise en œuvre du projet.</p>	<p>Dans le cadre d'un projet, le candidat : <ul style="list-style-type: none"> • Propose ses recommandations quant aux procédures qui pourraient être améliorées pour réduire les coûts tout en améliorant la qualité d'une prestation. • Fait état du suivi des réglementations, notamment en termes de protection des données au sein de l'organisation. </p>

Matière : Gestion d'un portefeuille clients ; Gestion d'une équipe commerciale ; Brand content en collaboration avec UE 2 (Stratégie de partenariats)

Contenus :

- Le réseau commercial : définition, objectifs et enjeux
- Animation d'un réseau de professionnels : défis, outils et techniques
- Animation d'un réseau commercial (franchise, coopérative...). Implication des commerciaux dans le process

Compétences associées :

- RDD-C5.12 : C5.12 Proposer des actions innovantes pour promouvoir une gamme ou un produit en animant un réseau social.
- RDD-C5.11 : C5.11 Contribuer à la dynamique des partenariats afin de développer son portefeuille clients en fédérant, motivant, animant des équipes commerciales.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Transition écologique et sociale RA : Compte-rendu Animation d'un territoire</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Le cahier des charges est correctement présenté et analysé. Il présente notamment un diagnostic du territoire : politique d'aménagement, problématiques environnementales, acteurs... Les actions proposées sont pertinentes et innovantes afin de proposer une animation dynamique. Sont attendus : • La mise en place de partenariats stratégiques • Des actions de communication 360 • Des contenus qualitatifs • Un budget prévisionnel justifié. Le candidat présente le bilan des actions dont ROI et ses préconisations qui doivent permettre de réduire les frais logistiques.</p>	<p>En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins d'animation d'un territoire. Ils déterminent un plan d'actions à mener pour promouvoir ce territoire. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse des activités réalisées, des résultats obtenus et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives.</p>
<p>Parcours développement commercial RA : Compte-rendu : Animation d'un réseau commercial</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Le cahier des charges est correctement présenté et analysé. Les actions proposées sont pertinentes et innovantes afin de proposer une expérience client qui rassemble les communautés d'intérêt autour de l'enseigne ou du produit / service. Sont attendus pour le réseau : • Des actions marketing ciblées • Des actions de communication 360 • Des contenus qualitatifs • Un budget prévisionnel justifié. Le candidat présente le bilan des actions dont ROI et ses préconisations qui doivent permettre de réduire les frais logistiques.</p>	<p>En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins d'animation d'un réseau de partenaires régionaux ou nationaux / d'enseigne. Pour ce réseau, ils déterminent un plan d'actions à mener pour promouvoir un produit ou un service de l'organisation. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse des activités réalisées, des résultats obtenus et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Marketing et développementRA : Compte-rendu Animation d'un réseau social</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Le cahier des charges est correctement présenté et analysé. Les actions proposées sont pertinentes et innovantes afin de proposer une expérience client qui rassemble les communautés d'intérêt autour de l'enseigne ou du produit / service. Sont attendus pour le réseau : • Des actions marketing ciblées • Des actions de communication digitales • Des contenus qualitatifs • Un budget prévisionnel justifié. Le candidat présente le bilan des actions dont ROI et ses préconisations qui doivent permettre de réduire les frais logistiques.</p>	<p>En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins d'animation d'un réseau social professionnel. Pour ce réseau, ils déterminent un plan d'actions à mener pour promouvoir un produit ou un service de l'organisation. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse des activités réalisées, des résultats obtenus et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives.</p>

Matière : Gestion de projet : conditions de réussite, présentation en collaboration avec UE1 (contrôle de gestion)

Contenus :

- Indicateurs de suivi logistique, d'une activité, d'un projet, du développement
- Les résultats, les comptes rendus
- Les apports collectifs, l'apport individuel
- Outils et supports pour la présentation de projet (phase de bilan)

Compétences associées :

- RDD-C3.11 : C3.11 Analyser les résultats du projet afin de produire une évaluation objective à destination des différents acteurs grâce au suivi des indicateurs mis en place.
- RDD-C3.12 : C3.12 Exposer le bilan des missions réalisées en présentant au commanditaire les performances et les difficultés afin que le projet soit déployé ou reconduit.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Évaluation et présentation du bilan d'un projet (écrit + oral)</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Écrit individuel : Dans son compte-rendu, le candidat propose une analyse pertinente et complète : • Présentation du tableau de bord avec notamment le suivi des missions réalisées, du planning, du budget, • Critique objective des résultats et des écarts constatés, • Dysfonctionnements constatés et proposition d'axes d'amélioration proposés (actions en vue de reconduction des actions), • Gestion des données et de l'information au sein du groupe projet. Items pour l'évaluation orale de groupe / 14 points • Organisation : gestion du temps imparti, répartition du temps de parole, capacité de synthèse • Prestation orale : qualité des supports de présentation, cohérence de l'expression visuelle, niveau de langage et aisance à l'oral, énergie, posture professionnelle • Présentation du bilan : Clarté du brief, initiatives et pertinence des résultats présentés, qualité des actions menées, gestion budgétaire, gestion des aléas, axes d'amélioration et de développement proposés, qualité du travail collaboratif • Qualité des échanges avec le jury : capacité à répondre aux questions, justesse des argumentations, aptitude à démontrer ses compétences, curiosité et intérêt pour le projet. + Évaluation individuelle du candidat : qualité de l'expression orale, de l'argumentation / 6 points</p>	<p>Chaque candidat rédige une évaluation du projet mené : • Moyens mis en œuvre, • Suivi des indicateurs et mesure des écarts, • Préconisations d'amélioration. Oral de groupe (20 minutes) Les candidats présentent leur projet devant un jury constitué du référent compétences, du commanditaire et d'un représentant du centre de formation. Le groupe présente le bilan du projet réalisé. Durée : 10 min de présentation, 10 min d'échanges avec le jury.</p>

Matière : Gestion de projet : préparation et planification

Contenus :

- Définition d'un projet, les différents types de projet, leurs enjeux
- Le projet individuel ; Le projet collectif, en collaboration
- L'organisation d'un projet multi-acteurs sur un territoire
- Outils, méthodes de gestion d'un projet ; La conduite du projet Les résultats, les comptes rendus ; Les apports collectifs, l'apport individuel . Outils et supports pour la présentation de projet
- Environnement culturel, touristique ou socioculturel (Construire l'apprentissage autour d'un exemple concret). Ex : mettre en œuvre une politique de tourisme durable sur un territoire : associer les acteurs du territoire (hôtels, restaurants, camping, parc de loisirs...) et les engager dans une vaste opération de sensibilisation des touristes à la beauté et à la fragilité du territoire.

Compétences associées :

- RDD-C3.06 : C3.6 Assurer la coordination du projet pour en garantir la réussite en mobilisant les étapes de la gestion de projet.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Brief, étapes et conditions de réussite</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Écrit individuel : Le candidat expose l'étude de faisabilité du projet : de la conception, du processus, des résultats attendus. Le cahier des charges précise le contexte et les caractéristiques du projet, le comité de pilotage (constitution, organisation des missions, outils collaboratifs utilisés, moyens éco-responsables mis en œuvre...) L'analyse doit être globale et tenir compte de tous les éléments constitutifs : matériels, compétences techniques, effectifs, modalités de financement retenues. Les outils de planification (PERT, GANTT...) sont adaptés et correctement utilisés ; les délais respectés. Les outils de communication choisis sont cohérents avec les objectifs et les cibles visés. Items pour l'évaluation orale de groupe / 14 points</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation : gestion du temps imparti, répartition du temps de parole, capacité de synthèse • Prestation orale : qualité des supports de présentation, cohérence de l'expression visuelle, niveau de langage et aisance à l'oral, énergie, posture professionnelle • Diagnostic et plan d'actions permettant de convaincre le commanditaire pour qu'il donne son aval. + Évaluation individuelle du candidat : qualité de l'expression orale, de l'argumentation / 6 points 	<p>Compte-rendu individuel Le candidat rédige le cahier des charges et il expose les paramètres de réussite : • Identification des composantes, • Étude de faisabilité, • Listing des contraintes temporelles, budgétaires, réglementaires, • Choix des moyens matériels, humains, techniques, • Planification par étape, • Processus de gestion des aléas, moyens de contrôle mis en place et parades imaginées, • Communication adaptée. Oral de groupe (15 minutes) Après la phase de recherche et de contextualisation, les candidats présentent leur projet devant un jury constitué du référent compétences, du commanditaire et d'un représentant du centre de formation. Le groupe présente le brief oralement afin de valider l'idée, l'organisation et d'obtenir l'aval du commanditaire.</p>

Matière : Négociation

Contenus :

- Les contraintes, les objectifs, les étapes de la négociation
- L'argumentation
- Les cibles internationales : clients, fournisseurs
- Les méthodes et outils relationnels - Techniques de négociation. Déterminer les acteurs décideurs. Mettre en place un plan d'actions. Mener une négociation, la maîtriser. Utiliser les moyens : argumentation, préparation de l'entretien, hiérarchisation des informations, outils d'aide à la décision
- Méthodes et outils pour mobiliser des financements publics et privés, organiser une campagne de crowdfunding... dans le cadre d'un projet associatif ou de fondation.

Compétences associées :

- RDD-C5.10 : C5.10 Mener une négociation en mobilisant les processus d'influence sur les décisions d'achat pour déclencher l'acte d'achat.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Challenge Négociation (Oral individuel de 15 min). Cette épreuve est obligatoire car elle permet de valider une compétence du bloc 5.</p>	<p>Contrôle continu (fortement recommandé)</p>	<p>Approche et exploration : le contexte, les objectifs et la cible sont bien identifiés au regard du produit ou service. Le candidat identifie des solutions (outils, techniques, prescripteur...) pour la prise de contact. Démonstration : Il analyse les besoins du client et prépare ses arguments, calcule ses marges, pour déterminer ses limites tarifaires. Conclusion de la négociation : Il démontre une méthodologie et une bonne maîtrise des différentes étapes de la négociation : choix d'une stratégie, argumentation, traitement des objections. Il parvient à éveiller l'attention et à convaincre le client avec ses arguments. La qualité de la prise de parole en public est évaluée ainsi que les supports de présentation orale.</p>	<p>Le candidat propose une stratégie de négociation en précisant comment il contacte le client, quelles techniques il met en place... Conditions de l'exercice : • Le candidat aura préparé pendant la formation des stratégies de négociation sur plusieurs produits / services. Le jour de l'évaluation, il effectue un tirage au sort. • Durée : 15 minutes par candidat, soit 5 min de préparation, 5 min de présentation sans interruption puis 5 min d'échanges avec le jury. • Prestation réalisée devant le groupe d'apprenants en présence de formateurs ayant des responsabilités en développement commercial. • Présentation avec support.</p>

Matière : TIC et logiciels professionnels ; Outils digitaux d'un servicee-Commerce

Contenus :

- Définition des PGI (ERP)
- Connaitre les différents logiciels d'aide à la gestion commerciale
- Étude d'un PGI (au choix du formateur, en fonction du parcours). Mises à jour, évolutions
- Méthode de recherche de nouveaux ERP
- Bases de données : définition, objectifs. Les logiciels de gestion de données (faire le lien avec UE 2 : Analyse de données).

Compétences associées :

- RDD-C4.11 : C4.11 Participer au plan de développement des compétences digitales afin de former tous les collaborateurs aux nouveaux outils en analysant les évolutions induites par la stratégie de transition de l'entreprise (notamment e-marketing, e-commerce).
- RDD-C4.12 : C4.12 Anticiper les menaces en lien avec l'usage des outils digitaux par les collaborateurs en s'assurant de l'application des règles de cybersécurité afin de limiter les risques liés à la gestion des données.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Worskhop et compte-rendu Transition numérique d'une organisation</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Le candidat présente : • L'organisation et une analyse du niveau de digitalisation actuel, • Les besoins / souhaits d'évolution des process ou matériels des utilisateurs et notamment les clients internes en situation de handicap, • Les grandes catégories d'acteurs impliqués dans le projet de transition (différents services dont marketing, achats, commerciaux... et clients) Il est attendu : • Un plan d'actions pour accompagner la transition numérique de cette organisation, • Une recommandation sous la forme d'une lettre d'information pour sensibiliser les équipes aux risques liés à l'usage des outils numériques pouvant inclure la pollution digitale. Par sa compréhension des problématiques et sa recherche de solutions, le candidat démontre qu'il a compris les attentes des clients ainsi que la place et le rôle des outils digitaux, notamment pour répondre aux directives de la stratégie de commercialisation digitale.</p>	<p>En fonction de la stratégie de transition numérique décidée par l'organisation, le candidat rédige un compte-rendu avec : • Une schématisation de l'utilisation des outils digitaux dans deux services minimum (constat), • L'identification des changements de matériels, de logiciels nécessaires pour atteindre l'objectif visé, • Les conséquences en termes d'évolution des compétences pour les membres de l'équipe, • Des propositions de formations, • Des alertes de mauvaises pratiques à l'attention des services informatique et RH, • Des recommandations quant à la communication interne nécessaire pour sensibiliser tout le personnel aux risques inhérents à la sécurité.</p>

Matière : Stratégie de communication ; Initiation à la communication événementielle

Contenus :

- Définition d'une stratégie de communication et adéquation avec la stratégie générale de l'entreprise
- Analyse de la communication passée et présente
- Définition des objectifs
- Prise en compte de l'évolution des moyens de communication
- Préparation d'un plan de communication
- Budgets de la communication
- Initiation à la communication événementielle : définition, système de l'événementiel, analyse d'événements ayant apporté une visibilité ou des opportunités à une organisation / une marque
- Symbologie de l'écologie / Études graphiques spécifiques

Compétences associées :

- RDD-C5.05 : C5.5 Organiser une campagne media pour répondre aux besoins exprimés dans le plan de communication en précisant les objectifs et le budget par cible.
- RDD-C5.07 : C5.7 Élaborer un message pour valoriser l'offre / le projet en affutant ses arguments.
- RDD-C5.06 : C5.6 Promouvoir un produit, un service en organisant une manifestation événementielle pour assurer une visibilité à l'organisation.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Tous parcours RA : Compte-rendu Actions de communication</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Média : Le parti pris doit être justifié en fonction des cibles et des objectifs de développement. Les actions peuvent être organisées sereinement dans le temps imparti et en respectant le budget alloué. Hors média :Le candidat propose un plan événementiel cohérent (foires, expos, portes ouvertes, festivals...) en adéquation avec la stratégie générale de l'organisation. Il précise ses préconisations quant à la conception universelle de l'événement. Il justifie le type de support print retenu pour annoncer l'événement. Supports : sont attendus des messages clairs, permettant de transmettre une idée ou un message dans le respect de l'image de marque et de la stratégie d'entreprise. Les outils et supports sont adaptés aux situations de handicap.</p>	<p>À partir du plan de communication défini, le candidat propose des actions de communication au choix : • 1 média : Radio, affichage, web, TV ou cinéma • 1 hors média : plan événementiel avec renfort de supports Print. Il devra concevoir et présenter deux supports de communication (1 média / 1 hors média).</p>

Matière : **Expérience client en collaboration avec UE 2 (Analyse comportementale du consommateur)**

Contenus :

- Stratégie d'expérience client
- Relations clients / usagers / utilisateurs / adhérents
- Satisfaction client : indicateurs et piliers
- Amélioration du parcours client
- Optimisation de l'expérience client

Compétences associées :

- RDD-C2.01 : C2.1 Analyser l'input client afin d'identifier de nouveaux besoins en réalisant une étude des comportements et attentes de la clientèle et du parcours client.
- RDD-C2.02 : C2.2 Identifier des axes de prospection pour saisir de nouveaux marchés en s'appuyant sur les changements de mode de vie et de consommation des utilisateurs.
- RDD-C2.03 : C2.3 Développer les canaux de distribution afin d'accroître son activité en s'appuyant sur les modes de commercialisation identifiés lors des veilles et études menées.
- RDD-C2.04 : C2.4 Analyser les données des publics cibles afin de proposer un plan marketing omnicanal adapté après avoir effectué une segmentation et priorisé les informations.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>EN : Recommandation Stratégie marketing et parcours client</p>	<p>Examen / Etudes de cas</p>	<p>L'analyse du comportement des consommateurs et des besoins exprimés tient compte des évolutions sociétales : vieillissement de la population, nouveaux modes de vie et de consommation, hyperconnectivité, offre personnalisée recherchée, produits écoresponsables et circuits courts favorisés, traçabilité et transparence attendues, nouveaux services recherchés...</p> <p>L'analyse des taux de satisfaction proposés par le CRM et des sondages réalisés en amont permet au candidat de proposer un diagnostic pertinent du parcours actuel.</p> <p>Une schématisation du parcours « client » fait apparaître les étapes et points de contact tout au long du parcours, les conditions d'accessibilité à prendre en compte le cas échéant.</p> <p>Dans le cadre de la stratégie de développement préalablement définie, le candidat propose une synthèse des actions à mener pour améliorer le parcours « client » et leur périodicité.</p> <p>Il identifie les indicateurs clés de performance, analyse les forces et faiblesses du produit ou service (Matrice SWOT attendue).</p> <p>Les objectifs de vente sont précisés.</p> <p>La recommandation contient :</p>	<p>Afin de répondre à une problématique énoncée par l'organisation et en s'appuyant sur les données fournies, le candidat réalise :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une analyse de l'Input Clients (comportements, perception du parcours actuel, taux de transformation et de satisfaction, attentes des utilisateurs). • Une schématisation et un diagnostic du parcours (enchanteurs, irritants, points de rupture) • Une analyse des canaux de distribution et des ventes pour un produit / service. <p>Il rédige ensuite une recommandation afin de valoriser un produit / service avec : 27</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amélioration du parcours client, • Recommandations de stratégie marketing pour saisir de nouveaux marchés, développer ses canaux de

Matière : Stratégie de développement

Contenus :

- Stratégie de développement : définition, développement dans un contexte de transition écologique et sociale
- Opportunités de développement liées aux innovations technologiques, aux changements de mode de vie, de consommation ou de distribution, aux évolutions réglementaires françaises ou européennes, à la fiscalité.
- La matrice d'Ansoff
- Analyse des nouvelles technologies et leurs usages

Compétences associées :

- RDD-C1.06 : C1.6 Proposer des axes d'évolution à la direction en justifiant les opportunités de développement afin d'inventer ou de moderniser la gamme de produits et services.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>EN : Recommandation Stratégie de développement</p>	<p>Examen / Etudes de cas</p>	<p>Le candidat doit envisager des perspectives à venir, en fonction des veilles menées et des analyses précédentes. Il réalise un diagnostic à l'aide d'un outil adapté de type SWOT et présente les avantages concurrentiels de l'organisation ainsi qu'une analyse des opportunités / contraintes d'un segment de marché. Les opportunités de croissance (nouveaux besoins du marché, tendances, filières à explorer) présentées sont pertinentes et démontrent ses capacités à prendre des initiatives. Les menaces ainsi que les signaux faibles du secteur (attentes non satisfaites par exemple) sont pris en compte. Sa créativité lui permet de proposer une stratégie de développement de gamme(s) ouverte à tous (conception universelle).</p>	<p>Le candidat émet des hypothèses d'opportunités pour répondre à une problématique stratégique à moyen ou long terme en tenant compte des veilles et études réalisées, dans le respect de la stratégie globale de l'organisation.</p>

Matière : Politique et diagnostic stratégique

Contenus :

- Politique et stratégie d'entreprise : initiation
- Sociologie des organisations
- Outils de diagnostic – Applications
- Planification d'un plan d'actions

Compétences associées :

- RDD-C1.01-02-03-04-05-06 : C1.1 à C1.6 sont travaillées et évaluées en contrôle continu pour préparer l'examen.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Matière			
CC : Workshop Diagnostic stratégique (Écrit de groupe)	Contrôle continu (fortement recommandé)	L'analyse de la politique générale d'entreprise est satisfaisante et permet au candidat d'identifier les enjeux commerciaux. Les outils sont présents, bien adaptés (type benchmark, PESTEL, SWOT, BCG) et permettent de définir les avantages concurrentiels de l'organisation ainsi que les menaces. Le candidat s'approprie et analyse les données stratégiques qui lui permettent de proposer des développements identifiés à moyen terme. La planification stratégique est justifiée et argumentée : projets et activités détaillés qui doivent permettre de décliner une stratégie de conquête.	Les candidats doivent mener des études du marché, analyser l'environnement pour répondre à une problématique stratégique à moyen ou long terme. Ils élaborent une planification à moyen terme qui propose de nouvelles activités génératrices de revenus.

Matière : Stratégies marketing en collaboration avec UE 2

Contenus :

- Définition de la stratégie marketing
- Les 3 niveaux de la stratégie marketing : entreprise, domaine d'activité, opérationnelle
- Démarche marketing – Rôle du besoin
- Réalisation d'un plan marketing stratégique

Compétences associées :

- RDD-C2.01-02-03-04-05-06-07 : C2.1 à C2.7 sont travaillées en CC pour préparer l'examen.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Matière			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>CC : Workshop Stratégie marketing (Écrit + oral de groupe de 20 minutes)</p>	<p>Contrôle continu (fortement recommandé)</p>	<p>L'analyse du positionnement de l'entreprise et de l'offre est satisfaisante. Le groupe précise les principaux segments du marché et leur poids (en CA ou parts). Il est attendu une évolution en valeur ou en pourcentage par famille de produits / services ainsi qu'une étude de l'évolution du marché. L'analyse de l'offre est complète (gammes, produits...) et justifier le choix d'un produit ou service à valoriser dont les caractéristiques sont précisées. Il prouve qu'il connaît les impacts du marketing de l'entreprise en proposant un plan annuel de marketing cohérent avec la stratégie de l'organisation et qu'il maîtrise avec autonomie les trois niveaux de la stratégie Marketing multicanale. Les préconisations d'améliorations et de développement sont crédibles et s'appuient sur une matrice (d'Ansoff par exemple), un budget justifié, avec des indicateurs de suivi cohérents.</p>	<p>Production écrite de groupe En groupe, les candidats fournissent pour un produit ou un service : • Une analyse du comportement des consommateurs, • Une étude des besoins exprimés, • Une analyse des ventes par canal de distribution, • Un compte-rendu de l'enquête de satisfaction réalisée, • Un diagnostic du parcours client, • Leur recommandation de stratégie Marketing omnicanal à moyen terme incluant plan d'actions, budget, KPI's, ROAS. Oral de groupe (20 minutes) Les candidats présentent oralement leurs travaux de recherche et leurs recommandations au commanditaire.</p>

Matière : Techniques et outils de communication ; Relations média, relations publics

Contenus :

RP : Définition, Objectifs, Cibles,

Boîte à outils :

- Communiqué de presse, dossier de presse, newsletter, revue de presse, press book, invitation, conférence de presse, voyage de presse, visites de site,
- L'événementiel comme outil de communication – se rapprocher du formateur d'initiation à la communication événementielle (UE 5) .
- Conception numérique : création d'outils de communication ou de promotion à destination du web, identité visuelle ; utilisation d'outils de PAO - Suite Adobe : outils audiovisuels.

Compétences associées :

- RDD-C5.08 : C5.8 Concevoir des supports de communication afin d'assurer une diffusion des produits, services ou évolutions de l'activité, en adaptant les messages d'information aux cibles.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Tous parcours RA : Dossier de presse OU web design</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>DOSSIER DE PRESSE Phase préparatoire : les objectifs et les cibles sont correctement identifiés, le candidat tient compte de tout l'environnement. Il propose un plan de communication publique adapté. Il définit le message, le public visé, les médias retenus. Phase de rédaction : le dossier de presse est complet (titres, sommaire le cas échéant, mot du fondateur, historique de l'entreprise, ses produits ou services, ses valeurs, ses innovations, ses perspectives d'avenir, ses points forts, ses chiffres clés). La forme est respectée : support adapté, éléments visuels attractifs et légendés, éléments multimédias proposés (interviews, films...), articles déjà publiés, coordonnées présentes. Phase de diffusion : un plan est proposé avec un timing d'envoi adapté, une rubrique dédiée sur le site web. Qualités rédactionnelles niveau 3 / 5 minimum WEB DESIGN Les recommandations artistiques sont cohérentes avec le besoin du client et l'environnement. L'identité visuelle (mood board) est prise en compte. Maîtrise des techniques d'expression visuelle : roughs (ébauches), concept boards (planches de tendances) etc. Le design graphique est évalué : image, espaces, objet... Le contenu doit être qualitatif. Le candidat démontre des aptitudes rédactionnelles de niveau 6 Ses compétences en web design sont évaluées.</p>	<p>Dossier de presse : À partir de ressources fournies par l'organisation, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer un plan d'actions de communication publique. - Préparer un dossier de presse : sommaire, communiqué (1500 à 2000 caractères), pages thématiques (2 feuilles thématiques de 2000 à 2500 caractères). <p>Web design : Pour répondre à un besoin d'un client, le candidat doit améliorer le contenu d'une ou plusieurs pages web</p>

Matière : Relations médias, relations publics ; Communication institutionnelle ; Techniques et outils de communication en collaboration avec UE 2 (Plateforme de marque, e-réputation)

Contenus :

Tous parcours pour la préparation de l'examen national :

- Communication institutionnelle,
- Les ressorts de la sensibilisation d'une cible / de la population.
- Benchmark des techniques de communication qui fonctionnent, qui ont fait leurs preuves.
- Adaptation d'une campagne de communication ou d'un support de sensibilisation à la cible, au public visé.
- Gestion des réseaux sociaux, e-réputation
- Indicateurs de mesure de la campagne ou de l'outil, logique d'amélioration progressive.

Parcours marketing et développement commercial dans une entreprise en transition

- Mix marketing digital.
- Culture media - Histoire et théorie des media, Journalisme radio / numérique, Culture et media de masse.
- Culture pub - Image et publicité,
- Stratégie publicitaire. Langage publicitaire. Analyser une publicité au regard du contexte de production et de réception.

Marketing territoire pour les parcours ESS / RSE

- Démarche marketing pour valoriser un territoire.
 - À centrer sur l'image « verte », la « green réputation » de l'entreprise ou de la collectivité. Transmettre aux étudiants la double-culture : entreprise et collectivité. Pouvoir faire se rencontrer et s'interfacer les deux mondes est une clé essentielle de la transition.
- Développement commercial dans une entreprise en transition.

Compétences associées :

- RDD-C2.08 : C2.8 Décliner la stratégie de marque pour répondre au besoin de développement (lancement de produit, nouvelle activité...) en respectant les éléments constitutifs (image, identité visuelle) sur différents canaux.
- RDD-C2.09 : C2.9 Définir un plan de communication pour atteindre les objectifs de développement par cible en structurant les actions et les messages.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>EN : Recommandation Image de marque et plan de communication</p>	<p>Examen / Etudes de cas</p>	<p>Le besoin (projet de développement ou de transition, lancement de produit, message d'information, crise institutionnelle...) est bien analysé par le candidat qui démontre sa compréhension des enjeux pour l'organisation. Les éléments constitutifs de l'image de marque (logo, slogan, valeurs de l'organisation) et de l'identité visuelle sont définis avec points clés, besoins, contraintes, risques économiques ou juridiques, leviers spécifiques d'une marque « verte ».</p> <p>L'analyse est complète : vision, valeurs, histoire, codes, éléments de communication, niveau d'accessibilité en fonction du handicap sont présents. Il présente une analyse de la stratégie de présence en ligne de l'organisation, à l'aide d'un outil approprié (QOOQCCP) : médias sociaux et buts recherchés, circulation des informations, référencement, contenus ou actualités mis à jour, relations avec les internautes. Il propose un plan d'actions pour entretenir les contenus media / hors média (RP, print, événementiel, web, TV). Les cibles sont bien identifiées et représentées par des personae. La stratégie « web social » proposée et les mots clés présentés sont justifiés et adaptés à la cible principale. La stratégie comprend une veille permettant de contrôler son image en ligne (notoriété) et des outils de veille adaptés (e-réputation). La recommandation est cohérente avec l'image de l'organisation et ses moyens (ressources humaines, financières), elle doit permettre de protéger mais aussi de confirmer, voire d'étendre l'image « verte », engagée.</p>	<p>Pour répondre à une problématique de développement, le candidat réalise une analyse de l'image de marque et des supports de communication de l'organisation. Sa recommandation : • Précise le contexte et les enjeux, • Propose un plan de communication 360 pour diffuser de l'information sur une gamme, un produit ou service support au développement envisagé, • Propose un focus sur les actions digitales à mener, • Comprend une stratégie de protection de l'entreprise ou d'un produit sur internet, tenant compte des engagements de l'organisation (RSE, éthique), • Donne une enveloppe budgétaire globale.</p>

Matière : Techniques de veille et de recherche (benchmark) Management de l'information et des données

Contenus :

- Outils et techniques de veille - Fiabilité et limites
- Définition, rôle, sources documentaires, études, SIM

Compétences associées :

- RDD-C1.02 : C1.2 Identifier les tendances du marché afin de produire une veille stratégique efficiente en collectant des informations sur les évolutions technologiques et les nouveaux modes de consommation.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>EN : Synthèse Veille stratégique et management de l'information</p>	<p>Examen / Etudes de cas</p>	<p>Le candidat utilise des outils de veille permettant la traçabilité des sources qui doivent être citées (bibliographie ou sitographie attendue). L'analyse est complète : environnement politique, économique, social, concurrentiel, environnemental, etc. Une matrice PESTEL est attendue. La collecte d'informations permet de lister au minimum 4 tendances en termes de produits ou services parmi : • Nouveaux modes de consommation ou d'organisation du travail, • Mise sur le marché de produits innovants, • Filière en plein essor, • Opportunités liées à la dynamique de croissance ou de relance, aux nouvelles technologies et notamment à l'intelligence artificielle, à la réalité virtuelle ou augmentée... Le candidat propose un système de gestion de l'information efficient pour le traitement de l'information (responsabilités, fréquence, outil de stockage de type PADLET, plan d'actions...)</p>	<p>Le candidat produit une synthèse des évolutions et tendances du marché. Il doit mettre en exergue les principales nouveautés dont l'organisation devra tenir compte dans ses hypothèses de développement. Il est également demandé d'optimiser le management de ces informations au sein de l'organisation.</p>

Matière : Anglais professionnel

Contenus :

Méthodologie tous parcours :

- Approche thématique de la culture professionnelle anglo-saxonne
- Études de documents, vidéos, supports audiovisuels.
- Vocabulaire technique selon parcours
- Méthodologie pour mettre en avant les atouts d'un produit / service / territoire à travers des exemples

Parcours marketing et développement commercial :

- Terminologies spécifiques des documents commerciaux
- Le formateur doit proposer différentes situations permettant de dialoguer en anglais avec des professionnels. Par exemple : présenter un produit, une campagne, un service... ; négocier avec les fournisseurs...

Parcours transition écologique et sociale :

- Terminologie spécifique du développement durable
- Le formateur doit proposer différentes situations permettant de dialoguer en anglais avec des professionnels. Par exemple : présenter un territoire, une société, négocier avec les acteurs de la transition.

Compétences associées :

- RDD-C3.08-10 : C3.8 et C3.10 sont travaillées en CC

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Matière			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
CC : Mises en situation professionnelle en Anglais (Écrit + oral)	Contrôle continu (fortement recommandé)	<p>Pour chaque promotion, on attend du candidat un exposé structuré comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une présentation du contexte • Une description du produit et ses atouts • La mise en avant d'arguments commerciaux • La tarification. <p>Items de la grille d'évaluation orale du candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mène à bien aisément la description directe du produit ou concept en la présentation comme une succession linéaire de points • Utilise un vocabulaire spécifique / technique adapté au contexte, • Développe une argumentation compréhensible sans difficulté • Donne brièvement les raisons et explications relatives à ses opinions, projets ou recommandations • Propose un exposé simple et direct, préparé, sur un sujet familier dans son domaine, assez clair pour être suivi sans difficulté et dans lequel les points importants sont expliqués avec suffisamment de précision • Lors des échanges avec le jury, communique avec une certaine assurance dans son domaine professionnel. • Échange, vérifie et confirme des informations, fait face à des situations moins courantes. • Aborde sans préparation une conversation sur un sujet familier, exprime ses opinions personnelles, échange de l'information. 	<p>En cours de formation, le candidat réalise des actes de promotion dans le cadre défini par le formateur. Il rédige son compte-rendu en langue anglaise pour expliquer le contexte, les produits ou services valorisés, comment il a construit son argumentation, les actions mises en place, les résultats obtenus. Oral individuel (15 min) Il tire au sort parmi plusieurs produits- concepts vus dans l'année. Durée : 5 min de préparation, 5 min de présentation, 5 min d'échanges avec le jury. La grille d'évaluation est réalisée par le formateur selon le cadre européen commun – niveau B1.</p>

Matière : Management de l'information et des données - RGPD

Contenus :

- Maitriser les enjeux et impacts de l'information
- Types d'informations
- Le partage des connaissances : internes et externes
- Sensibilisation aux « fake news », déterminer la fiabilité de l'information et choisir ses sources.
- Le RGPD. La politique de protection des données, la classification des données.
- Pour les collectivités : se centrer sur la sociologie de différents types d'acteurs dans le but d'engager de la concertation et des synergies d'actions sur le Territoires.
- Outils spécifiques comme CANVA, PADLET, KLAXOON...

Compétences associées :

- RDD-C4.06 : C4.6 est travaillée en CC

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Matière			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
CC : Mise en situation Organisation du SI (Écrit individuel)	Contrôle continu (fortement recommandé)	<p>Le candidat présente le système d'information de façon explicite et schématisée en tenant compte des facteurs environnementaux de l'organisation : • Outil de planification, • Gestion des configurations utilisateurs, • Collecte des informations : qui peut transmettre des propositions et par quel(s) moyen(s) ? • Diffusion des informations : comment les membres de l'équipe ont-ils accès à l'information ? • Interfaces web... L'environnement est analysé (diagnostic interne dont accessibilité à tout le personnel et externe des échanges d'informations). Une matrice SWOT Communication est attendue. Un diagramme permet de déterminer les causes / effets pour la résolution de problèmes détectés ou à envisager avec le développement. Les préconisations d'amélioration sont cohérentes avec les moyens de l'organisation. Le candidat démontre des capacités d'innovation dans les actions préconisées.</p>	<p>Le candidat présente les modalités d'organisation du système d'information (SI) utilisé dans son organisation ou lors d'un projet. Il en fait une analyse critique et suggère des améliorations à son équipe afin d'améliorer les performances notamment en cas de développement fort de l'activité / des ressources.</p>

Matière : Communication interpersonnelle ; Conduite de réunion

Contenus :

- PNL,
- Animation d'équipe, Motivation de l'équipe,
- Qualité d'écoute, Psychologie,
- Moyens de contrôle, Incidences sur la Culture d'entreprise,
- Méthodes de conduite de réunion

Compétences associées :

- RDD-C4.05-07 : C4.5 et C4.7 sont travaillées en CC

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Matière			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
CC : Animation de réunion (oral 10 minutes)	Contrôle continu (fortement recommandé)	<p>Le candidat présente le point d'étape à l'aide de supports appropriés : ppt, Canva par exemple. Il présente :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'avancement du projet par rapport au planning établi, • Les difficultés ou freins rencontrés, • Les éventuelles modifications apportées au projet depuis son lancement. Il peut reformuler les questions et répondre aux interrogations des autres membres de l'équipe avec précision. <p>L'expression orale (syntaxe, débit, vocabulaire) est professionnelle et satisfaisante pour un niveau 6. Sa conduite de réunion permet d'aider des sensibilités / réalités différentes à se comprendre et à coopérer sur un même projet, à faire converger les points de vue. Les capacités d'écoute, de diplomatie et de synthèse du candidat sont évaluées.</p>	<p>Le candidat anime une réunion dans le cadre défini au préalable avec le formateur. Durée : 5 min de présentation, 5 min d'échanges avec le jury et les autres membres de l'équipe.</p>

Matière : Management d'équipe ; Management collaboratif et innovation managériale ; Conduite du changement ; Communication d'entreprise ; Management interculturel ; Communication interpersonnelle ; Conduite de réunion en collaboration avec UE 4 (Management de l'information)

Contenus :

- Rôles, responsabilités, qualités du manager, Contrôles...
- Identifier le conflit, Analyser un conflit. Les éléments de conflits, Hiérarchiser les conflits et leur plan d'actions.
- Utiliser les moyens : médiation, conciliation.
- Gérer le climat social de son équipe.
- Management collaboratif et innovation managériale.
- La résistance au changement, Les modes d'expression des résistances au changement.
- Méthodes et outils pour conduire le changement et accompagner les équipes.
- Positionnement du leader - Adopter la bonne posture et limiter les effets du stress.
- Chemins, fonctions et outils de la communication interne. La communication et la sensibilisation interne, les formations spécifiques.
- Communication à contexte fort ; communication à contexte faible .
- La gestion du développement interculturel à terme.

Compétences associées :

- RDD-C4.05 : C4.5 Piloter le travail d'équipe en présentiel ou à distance en réalisant des tableaux de bord de suivi de l'activité afin d'évaluer la performance collective.
- RDD-C4.06 : C4.6 Structurer l'information en mettant en place des outils collaboratifs, digitaux, synchrones ou asynchrones, afin d'optimiser la circulation des données au sein de l'équipe.
- RDD-C4.07 : C4.7 Animer une réunion en présentiel ou distanciel pour fédérer autour des enjeux et générer de l'engagement, en appliquant les techniques de communication interpersonnelle.
- RDD-C4.08 : C4.8 Préparer les entretiens professionnels en tenant compte conjointement des besoins de l'organisation, des souhaits d'évolution des salariés et des possibilités de formation pour développer la performance individuelle.

- RDD-C4.09 : C4.9 Analyser les risques encourus par l'équipe en s'appuyant sur les procédures de prévention des RPS de l'entreprise afin de favoriser la qualité de vie au travail.
- RDD-C4.10 : C4.10 Appliquer des techniques de management pour déjouer ou apaiser un conflit en hiérarchisant et planifiant les actions.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Serious game : Management d'équipe.</p>	<p>Contrôle continu (fortement recommandé)</p>	<p>Pour chaque situation, le candidat identifie les difficultés rencontrées et les enjeux. Il justifie le style de management à adopter en fonction de la situation. Management à distance : Prenant la posture de « coach », il met en place des outils du remote management : • Points d'équipe réguliers en présentiel ou par visioconférences pour mesurer l'avancement des projets, • Échanges individuels hebdomadaires en face-à-face, par téléphone, chat ou mail si distanciel, • Synchronisation d'agendas pour une planification collaborative, • Organisation du système de gestion des informations (documentations, statistiques...), • Réunions d'équipe avec des outils de créativité et de publication collective... Le candidat démontre des aptitudes managériales de proximité : écoute active, empathie, fixation d'objectifs individuels et collectifs SMART avec des missions favorisant l'autonomie. Les soft skills évalués dans ce compte-rendu sont l'agilité, la capacité d'adaptation. Conduite du changement lors de réunions d'équipe : Le candidat porte et diffuse la vision de l'entreprise aux collaborateurs afin de donner du sens et de la cohérence aux actions. Il apporte des recommandations pour mobiliser l'équipe, privilégier la confiance, développer la coopération lors du projet dans un contexte de transition. Il préconise l'utilisation d'outils de type CANVA, PADLET, KLAXOON... lors des réunions. Les argumentations proposées mettent en avant l'esprit d'équipe, démontrent son</p>	<p>À partir de son analyse de l'environnement interne, le candidat répond à quatre problématiques managériales : 1) Management d'une équipe à distance • Organisation des missions et des données • Proposition d'outils collaboratifs • Modalités d'échanges. 2) Conduite du changement lors de réunions d'équipe • Dynamique de groupe autour d'un projet • Management du changement • 50 Formations et développement des compétences. 3) Évaluation des performances • Évaluations individuelles et performance collective • Prévention des</p>

Matière : Fondamentaux de la GRH ; Grands principes du droit social et du droit du travail ; Management d'équipe

Contenus :

- Base du droit social et du droit du travail : principaux types de contrat, non-discrimination, temps de travail...
- Les outils d'accueil et d'intégration
- Définition du management interculturel ; Les différences culturelles ; Les performances d'une interculturelité pour la gestion d'un service ; Les difficultés, les freins

Compétences associées :

- RDD-C4.01 : C4.1 Composer son équipe de façon à faire correspondre effectifs et besoins, en identifiant les complémentarités de chacun des membres.
- RDD-C4.02 : C4.2 Participer à la rédaction d'une fiche de poste afin de pourvoir aux recrutements en identifiant les compétences attendues.
- RDD-C4.03 : C4.3 Intégrer de nouveaux collaborateurs en prônant l'interculturalité, l'acceptation et l'accompagnement de personnes en situation de handicap, la formation entre pairs dans le but de favoriser la cohésion d'équipe.
- RDD-C4.04 : C4.4 Organiser le travail des collaborateurs en précisant les délégations et les outils de contrôle pour rendre l'équipe efficiente.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Mise en situation professionnelle : Organisation d'équipe (Écrit individuel).</p>	<p>Contrôle continu (fortement recommandé)</p>	<p>Un plan de gestion des ressources est proposé, incluant l'automatisation de certaines tâches, l'identification des personnes référentes et l'aménagement des postes pour les personnes en situation de handicap en fonction de la situation professionnelle, des compétences et de l'organisation du travail du salarié afin de proposer des aménagements. La description des compétences nécessaires est transmise via une fiche de poste, elle permet de réaliser un sourcing en vue d'un recrutement. Le candidat analyse l'image employeur, notamment en termes de RSE et propose un plan d'actions pour la renforcer. Les outils et méthodes de sélection des candidats sont précisés. Il précise l'accompagnement à mettre en place pour la l'intégration et la formation des nouveaux entrants.</p> <p>L'organisation proposée est conforme : • À la réglementation et au droit du travail, • À la stratégie inclusive de l'entreprise, • À la stratégie de développement de l'organisation, • Aux compétences des membres de l'équipe, • Aux moyens financiers. Elle permet d'assurer une cohésion d'équipe. Le candidat identifie correctement ce qui doit être délégué et à qui, en intégrant des outils de contrôle et en fixant des points d'étape.</p>	<p>Un serious game est organisé : les candidats doivent organiser une équipe à partir de documents fournis par l'organisation qui souhaite de développer. Dans la posture de manager de proximité, le candidat donne ses préconisations : • Principales activités identifiées, • Compétences nécessaires, • Recrutement(s) à prévoir, • Organisation de l'équipe, • Intégration, • Délégations et outils de contrôle à mettre en place.</p>

Matière : Stratégie de partenariats, sponsoring, mécénats en collaboration avec Anglais et Droit

Contenus :

- Les différents types / statuts de partenaires et aspects légaux (mécénat ou sponsoring, association ou entreprise : fiscalité spécifique, fondations d'entreprises, fonds d'investissement...)
- Parrainage et sponsoring
- Relations publiques et événements
- Mécénat
- Plan d'action en fonction de la stratégie (image, financière...) et des objectifs
- Prospecter les entreprises ou organismes les plus pertinents : Plan d'action, méthodes et étapes clés
- Construire son discours, comprendre les enjeux de ses futurs partenaires et prendre en compte ses propres objectifs/contraintes.

Compétences associées :

- RDD-C3.07 : C3.7 Établir des relations afin de multiplier les contacts avec des partenaires opérants en ciblant des organisations pouvant apporter une plus-value à l'organisation.
- RDD-C3.08 : C3.8 Élaborer une argumentation en identifiant les leviers et les freins qui permettront d'adapter son discours.
- RDD-C3.09 : C3.9 Actualiser les documents juridiques exploitant les résultats de la veille pour assurer la mise en conformité de son entité avec la législation.
- RDD-C3.10 : C3.10 S'exprimer en langue anglaise dans son environnement professionnel en usant d'un vocabulaire et d'une syntaxe adaptés au public visé.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Mise en place ou développement de partenariats en français et en anglais.</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>L'analyse de la situation prend en compte les éléments constitutifs : contexte, politique générale, produit ou service à mettre en valeur, marché... Le plan d'actions pour trouver des partenariats s'appuie sur la méthode SMARTE (les objectifs sont Spécifiques, Mesurables, Ambitieux, Réalisables, Temporels, Écologique). Le candidat identifie les cibles principales et qualifie leur profil grâce à une utilisation judicieuse de la base de données de l'organisation. Il propose une argumentation cohérente avec la stratégie de l'organisation (visibilité, image, fiscalité, etc) pour initier et nouer des contacts avec des partenaires potentiels, notamment lors de manifestations et événements (congrès, salons...) Il coordonne des actions, organise des échanges entre la direction et les potentiels partenaires. Il liste les principaux éléments des contrats observés et propose des actions correctives en les justifiant. La recommandation est structurée, rédigée en utilisant un vocabulaire technique adapté aux cibles, elle propose des actions innovantes permettant de tirer profit du co-branding le cas échéant. Le résumé en anglais comprend une description directe et simple de l'expérience menée et des résultats obtenus. Le candidat démontre un contrôle grammatical et un vocabulaire suffisant pour se faire comprendre.</p>	<p>Après avoir déterminé les objectifs visés, le candidat propose un plan d'actions pour trouver des partenariats avec des entreprises, collectivités, associations, fondations, donateurs, mécènes ou sponsors : • Objectif(s) visé(s), • Identification des cibles, • Gestion de coordonnées, • Modalités de prise de contact, • Organisation des échanges, • Préparation de l'argumentation, • Analyse et critique de contrats de partenariats, commerciaux ou de prestation de services (transmis par l'organisation) selon le contexte. Il analyse les résultats obtenus et transmet ses préconisations. Il rédige son compte-rendu en français et un résumé en anglais / Abstract (une page).</p>

Matière : Étude et analyse de données, Analyse comportementale du consommateur / bénéficiaire en collaboration avec UE 5 : Politique et diagnostic stratégique

Contenus :

- Les outils de mesures de données. Revue des probabilités, statistiques. Étude de logiciels spécifiques ; gestion de data. Faire le lien avec l'UE 6 (PGI - CRM). Analyse et synthèse des résultats, interprétations
- Les actes d'achat. Typologie des consommateurs / utilisateurs / bénéficiaires. Comportement du consommateur : environnement, facteurs, typologie des processus de décision. Ses exigences : qualité, prix, délai, psychologie du consommateur
- Impacts de l'environnement (communication, réseaux...)
- Plan d'actions

Compétences associées :

- RDD-C1.04 : C1.4 Identifier les enjeux commerciaux afin d'élaborer une planification à moyen terme en s'appuyant sur une analyse de la politique d'entreprise.
- RDD-C1.05 : C1.5 Analyser les données d'activité qui permettent de présenter les avantages concurrentiels de la structure, en effectuant un diagnostic de l'environnement interne.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>EN : Synthèse Analyse de données et opportunités</p>	<p>Examen / Etudes de cas</p>	<p>L'analyse de la politique générale d'entreprise permet au candidat d'identifier les enjeux commerciaux. Il présente son analyse des ventes (répartition par domaine d'activité stratégique) et de la stratégie marketing de l'organisation. Une matrice doit être utilisée. Une comparaison avec un leader ou la sociologie de différents types d'acteurs peut être proposée. Il s'approprie et analyse les données stratégiques qui lui permettent de proposer des développements identifiés à moyen terme, en précisant les avantages et limites pour chaque cible. Les soft skills évaluées sont l'autonomie et l'agilité du candidat de par l'observation du travail de recherche (organisation, respect des horaires) lors de l'épreuve et la qualité de synthèse des données.</p>	<p>À partir des études réalisées précédemment et des données fournies par l'organisation, le candidat : • Analyse la politique générale et les objectifs définis par la direction, • Fournit une analyse des données commerciales.</p>

Matière : Veille stratégique, étude de marché, Principales techniques marketing

Contenus :

- Analyser le marché et la concurrence (directe, indirecte) à l'aide d'outils que PESTEL
- Étude concurrentielle : répertorier, classer les acteurs du marché, lister et analyser les produits ou services concurrents. Forces de PORTER
- Benchmark : techniques, outils, objectifs (comment s'y prennent les autres organisations pour gérer une problématique de développement / pour entrer dans la transition...) ? Capitaliser sur le retour d'expérience
- Méthodologie : études qualitatives et quantitatives ; enquêtes et interviews ; rédaction de synthèses
- Principales techniques marketing : opérationnel, relationnel, cross canal
- Notion de Green Marketing, comment se développer dans le green Business ?

Compétences associées :

- RDD-C1.01 : C1.1 Réaliser une étude sectorielle pour positionner l'organisation dans son environnement socio-économique en analysant l'offre, la demande, le positionnement des principaux acteurs.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
EN : Synthèse Étude concurrentielle	Examen / Etudes de cas	Le candidat présente une étude de la demande et de l'offre : on attend les chiffres clés du secteur (CA sur un territoire donné, progression des ventes et stratégies d'un ou deux leaders). Les enquêtes (parts de marché des principaux acteurs, critères de différenciation, positionnement) permettent une analyse de la concurrence, des évolutions du secteur et du marché. La veille concurrentielle est réalisée grâce à un outil adapté comme un Benchmark. Le modèle de PORTER est demandé pour présenter les acteurs et les nouveaux entrants.	Le groupe réalise une étude de l'environnement socio-économique de l'organisation. Il identifie les acteurs principaux, l'offre globale puis chaque candidat propose son analyse sectorielle dans une synthèse à destination du commanditaire.

Matière : Plateforme de marque en collaboration avec UE 4

Contenus :

- Définition d'une stratégie de marque
- Adéquation de la stratégie de communication avec la stratégie générale de l'organisation
- Construction et gestion de la marque et de l'identité d'une organisation. A quoi elle sert ? Comment elle influence le consommateur ?
- Approche pratique, outils de communication mis au service de la stratégie marketing.

Compétences associées :

- RDD-C2.08-09b : C2.8 et C2.9 sont travaillées en CC pour préparer l'examen.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Matière			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>CC : Workshop Stratégie de marque (Production écrite individuelle)</p>	<p>Contrôle continu (fortement recommandé)</p>	<p>Les éléments constitutifs de l'image de marque (logo, slogan, valeurs de l'organisation), de l'identité visuelle sont définis avec points clés, besoins, contraintes, risques économiques ou juridiques, leviers spécifiques d'une marque « verte ».</p> <p>L'analyse est complète : vision, valeurs, histoire, codes, éléments de communication sont présents. Le candidat argumente de manière pertinente la plateforme de marque proposée, sur la base des documents fournis. Le lexique publicitaire est adapté au contexte. Le spectre des valeurs en particulier est maîtrisé afin d'être respecté lors d'un événement. La ligne éditoriale reflète à travers le ton choisi, l'identité de la marque. Le candidat propose des préconisations sur le développement et la valorisation de l'image de l'organisation, de ses produits, services ou événements à promouvoir.</p>	<p>Les candidats doivent réaliser une étude de la marque, comprendre les axes d'évolutions et analyser le discours institutionnel. Ensuite, chaque candidat écrit les 5 points de la plateforme et rédige dans un cadre rédactionnel la politique éditoriale de l'organisation en précisant notamment les objectifs, les contenus, les publics, les modes de diffusion et d'évaluation des communications.</p>

Matière : Gestion de data ; Marketing digital en collaboration avec UE 5 (Stratégie marketing)

Contenus :

- Mix marketing appliqué
- Marketing événementiel
- Marketing international (optionnel)
- Mix marketing digital
- Gestion des réseaux sociaux
- E-réputation : définition, outils et moyens
- Plan de communication de crise

Compétences associées :

- RDD-C2.05 : C2.5 Interpréter les data afin de proposer un plan d'actions digitales en mobilisant les méthodes statistiques et les outils du marketing digital.
- RDD-C2.06 : C2.6 Proposer des actions ciblées pour conquérir des clients dans un contexte de transition écologique et numérique en utilisant les outils du marketing direct et l'inbound marketing.
- RDD-C2.07 : C2.7 Mesurer l'impact des campagnes marketing en suivant l'évolution des actions afin de proposer des axes d'amélioration.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
EN : Recommandation Actions marketing	Examen / Etudes de cas	<p>La collecte d'informations permet de recueillir des informations fiables. Pour répondre au besoin du commanditaire, le candidat définit les moyens d'action marketing mobilisables en fonction de la cible et du produit :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicité (dont internet et réseaux sociaux), • Promotion sur lieu de vente, • Marketing direct : publipostage, street marketing, emailing, télémarketing, couponing), • Campagne internet et réseaux sociaux... L'inbound marketing est favorisé (personnalisation des messages avec des réponses individualisées). <p>Le candidat démontre son sens de l'analyse et sa créativité en proposant des actions innovantes. Ses recommandations sont réalistes et justifiées, elles doivent permettre d'augmenter le taux de conversion et de fidélisation, grâce à l'amélioration de l'expérience client. Elles doivent également démontrer la prise en compte du Pacte Vert de l'UE (transition écologique et numérique). Les résultats attendus sont précis, un ROAS (rentabilité avérée ou potentielle) de la campagne est établi.</p>	<p>Dans le cadre d'une mission, les candidats réalisent des études quantitatives et qualitatives pour analyser un marché. Chaque candidat propose des actions de marketing direct, relationnel, événementiel pour conquérir de nouveaux clients, animer une plateforme de récolte de fonds participatifs, fidéliser... Sa recommandation doit être omnicanale et inclure notamment la gestion de data favorisant l'e-marketing, le social selling. Elle propose également un plan d'actions pour suivre l'impact de la campagne.</p>

Matière : Contrôle de gestion

Contenus :

- Principes du contrôle de gestion - Outils et méthodes
- Reporting et tableaux de bord opérationnels
- Rentabilité, Mesures et écarts, Élaboration des actions correctives

Compétences associées :

- RDD-C1.07 : C1.7 Élaborer un tableau de bord afin d'optimiser les performances de l'activité en proposant un reporting avec des indicateurs pertinents et un outil digital adapté.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>EN : Recommandation Suivi de l'activité et des performances</p>	<p>Examen / Etudes de cas</p>	<p>Le candidat identifie les indicateurs et propose une critique pertinente du tableau de bord. Il doit détecter les faiblesses par rapport à la réalité en fonction des besoins formulés par l'organisation. Sont attendues des améliorations pour 5 indicateurs minimum. Utilisation de la méthode de classification du contrôle de gestion (Qui ? Sur quoi ? Quand ? Processus ? Moyens ? Rôle de l'auditeur ?) Le candidat calcule la rentabilité d'une action, d'une activité et propose son analyse des écarts de performance avec les objectifs visés. Des préconisations sont présentes et cohérentes elles peuvent s'appuyer sur la digitalisation du service pour proposer une organisation plus efficiente (amélioration des process, gain de productivité).</p>	<p>À partir de tableaux de bord fournis par l'organisation, le candidat critique les indicateurs utilisés et propose son analyse du reporting actuel. Il donne ses préconisations afin d'optimiser le processus (amélioration continue de la performance), par exemple plan de développement de la RSE, plan de développement commercial...</p>

Matière : Droit

Contenus :

- Les outils et méthodes de recherche d'informations juridiques.
- Les différentes législations

Compétences associées :

- RDD-C1.03 : C1.3 Exploiter une veille juridique en vue d'explorer des opportunités engendrées par de nouvelles des réglementations en tenant compte de l'évolution de la législation, de la fiscalité.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			
EN : Synthèse Veille législative	Examen / Etudes de cas	Le candidat présente une synthèse des informations juridiques collectées : • Réglementations du secteur d'activité, • Implications en termes d'accessibilité et de conception universelle, • Obligations en termes de communication ou de publicité, • Implications du RGPD, • Obligations concernant le traitement des déchets et les consommations, • Règles particulières le cas échéant.	Le groupe mène une veille législative dans un contexte précisé par le certificateur. Chaque candidat rédige ensuite sa synthèse précisant les principales réglementations et obligations que doit respecter l'organisation.

Matière : Réglementations, Responsabilités et risques professionnels en collaboration avec UE 6 : Management de la qualité, RSE et développement durable de l'entreprise

Contenus :

- Législation et réglementations
- Responsabilité du chef d'entreprise
- Sécurité, normes
- Risques psychosociaux
- Anticiper et analyser les risques (professionnels, environnementaux). Par exemple liés à la perte de biodiversité (pollinisateurs...), aux changements climatiques (cultures...) etc... Les risques liés à la non-action.

Compétences associées :

- RDD-C3.05 : C3.5 Mettre en œuvre des actions de prévention en matière de sécurité des personnes, des locaux, des data, de l'organisation afin de réduire les risques et aléas liés à un projet en respectant rigoureusement les procédures en place dans l'organisation.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Évaluation des risques, qualité et RSE (partie 1)</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>L'analyse du contexte est pertinente, les risques répertoriés sont cohérents, les enjeux pour l'organisation sont compris et correctement explicités : réglementations, objectifs qualité, acteurs concernés, planification, critères de performance. Les textes juridiques sont analysés pour permettre au candidat de dresser une matrice des risques exhaustive. Il identifie les axes prioritaires à surveiller en justifiant ses choix puis propose des actions de prévention concrètes.</p>	<p>Dans le cadre d'un projet, le candidat diagnostique puis schématise les principaux risques humains, environnementaux, financiers, sociaux, délais, etc</p>

Matière : Gestion budgétaire ; Financement de la transition

Contenus :

Parcours classique :

- Grands principes de la gestion comptable
- Notion de coûts. Budgétisation d'un projet de développement.
- Budgets commerciaux, investissements - Critères de choix d'un investissement.
- Financement de la transition : les différents bailleurs de fonds (investisseurs, mécènes, sponsors, donateurs, financeurs publics...). Fundraising

Parcours transition écologique et sociale des organisations et des territoires :

- Comptabilité publique
- Grands principes de la gestion comptable
- Notion de coûts. Budgétisation d'un projet de développement
- Financement de la transition
- Modèles économiques de la transition E & S
- Fiscalités spécifiques des différents types d'organisation : entreprises, collectivités, ONG...

Compétences associées :

- RDD-C3.01 : C3.1 Définir les jalons permettant de réussir son projet en précisant les contraintes et les ressources nécessaires.
- RDD-C3.02 : C3.2 Déterminer les coûts afin d'établir un budget prévisionnel en mobilisant les outils de gestion.
- RDD-C3.03 : C3.3 Rechercher des financements qui permettront la faisabilité du projet en sollicitant des apports privés et publics, en collaboration avec le service juridique.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Plan d'actions et budget prévisionnel</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Après avoir analysé l'activité et précisé les enjeux ainsi que les objectifs de développement, le candidat propose une présentation claire du projet (à l'aide d'un speed boat par exemple), mettant en exergue : les objectifs visés, les forces de l'équipe, les freins, les obstacles. Il propose ensuite une organisation cohérente avec les besoins et les moyens à disposition : • Ressources matérielles, • Ressources humaines. Concernant le budget prévisionnel, est attendue la présentation de charges et produits cohérents qui peuvent être argumentés auprès des décideurs. Le candidat démontre qu'il a effectué des recherches de financements. Dans le cas d'un projet de la transition écologique, les principaux guichets de financements publics et privés sont identifiés (Europe, État, Région, Département, Collectivités locales, Entreprises, Crowdfunding participatif, mécènes, Fondations...). Le plan d'actions proposé est cohérent avec l'analyse mercatique menée.</p>	<p>Pour une organisation, le candidat présente une analyse de l'activité, des enjeux puis propose une schématisation du projet. Ses recommandations pour la mise en place du projet doivent contenir un plan d'actions avec : • Besoins relevés • Ressources disponibles • Budget prévisionnel justifié • Proposition de financements</p>

Matière : Droit spécifique selon le parcours

Contenus :

Droit commercial : Organisation administrative, professionnelle et judiciaire du commerce.

- Les différents types de sociétés / formes juridiques / formalités de constitution
- Les éléments des contrats : clients et fournisseurs, prestataires de services ; les contentieux éventuels
- Gestion de marques, de brevets. Propriété intellectuelle
- Obligation des entreprises en termes de respect de l'environnement ; piliers d'une stratégie de transition sociale et environnementale pour une organisation.

Droit de l'ESS : Les différents types d'organisations (associations, collectivités, territoriales, mutuelles, fondations) / formes juridiques / formalités de constitution.

Droit de l'environnement appliqué aux organisations : principes fondamentaux, protection de l'environnement ; piliers d'une stratégie de transition sociale et environnementale pour une organisation.

Droit international (option) : réglementation selon les pays.

Compétences associées :

- RDD-C3.09 : C3.9 est travaillée en CC

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Matière			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
CC : Droit spécifique (Écrit 2 h)	Contrôle continu (fortement recommandé)	<p>Les principaux éléments des contrats sont définis et correctement analysés ou les fondamentaux du droit des marques, brevets et la propriété intellectuelle sont maîtrisés. L'analyse de la situation est qualitative. Les réponses apportées sont bien argumentées et les choix cohérents. Le candidat démontre des qualités rédactionnelles (syntaxe et orthographe) satisfaisantes pour un niveau 6. Le candidat propose des actions correctives. Les recommandations sont justifiées et cohérentes, elles incluent des propositions pour les personnes en situation de handicap.</p>	<p>Le candidat devra se prononcer sur différents cas selon son parcours : • Contrats commerciaux • Contrats des collectivités • Contrats de partenariats • Délégations de service public • Concessions d'aménagement ou de travaux publics • Contrats de prestation des services • Contrats d'association</p>

Matière : Développement commercial ; Actions promotionnelles et publicitaires.

Contenus :

- Distribution omni canale. Focus sur la stratégie de vente en ligne. Outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles
Argumentaire de vente. Suivi et développement de l'activité commerciale – Reporting
- UX Design. Conception : idée, concept publicitaire, ligne directrice. Rédaction : travail d'écriture, arguments, slogans body text Évaluation du message. Budget publicitaire. Choix des médias

Compétences associées :

- RDD-C5.09 : C5.9 Proposer des actions commerciales pour accroître le chiffre d'affaires en comparant les résultats des ventes antérieures avec les objectifs stratégiques fixés.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Transition écologique et sociale RA : Compte-rendu Actions de développement du secteur marchand ou associatif</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>En fonction des objectifs fixés, le candidat propose au minimum 3 actions pour améliorer la visibilité du produit ou pour promouvoir un territoire. Ses partis pris doivent être justifiés. Concernant la fidélisation, il propose la création d'un annuaire de contacts, la mise en place d'enquêtes ou des actions spécifiques. Des outils d'automatisation potentiels sont identifiés. Le social selling est mis en avant : supports et messages proposés cohérents avec la cible visée. Les résultats attendus sont précisés, un retour sur investissement est calculé.</p>	<p>Après aval du commanditaire, les candidats mettent en place des actions de promotion d'un produit durable / d'un territoire... En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.</p>
<p>Parcours Marketing et développement RA : Compte-rendu Actions marketing pour le développement commercial</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>En fonction des objectifs fixés, le candidat propose au minimum 3 actions pour améliorer la prospection. Ses partis pris doivent être justifiés. Concernant la fidélisation, il propose la création d'un annuaire de contacts, la mise en place d'enquêtes ou des actions spécifiques. Des outils d'automatisation potentiels sont identifiés. Le social selling (vente sociale) est mis en avant : supports et messages proposés cohérents avec la cible visée. Les résultats attendus sont précisés, un retour sur investissement est calculé.</p>	<p>Après aval du commanditaire, les candidats mettent en place des actions marketing. En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours développement commercialRA : Compte-rendu Actions de développement commercial</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>En fonction des objectifs fixés, le candidat propose au minimum 3 actions commerciales pour améliorer la prospection. Ses partis pris doivent être justifiés. Concernant la fidélisation, il propose la création d'un annuaire de contacts, la mise en place d'enquêtes ou des actions spécifiques. Des outils d'automatisation potentiels sont identifiés. Le social selling (vente sociale) est mis en avant : supports et messages proposés cohérents avec la cible visée. Les résultats attendus sont précisés, un retour sur investissement est calculé.</p>	<p>Après aval du commanditaire, les candidats mettent en place des actions commerciales du type promotion des ventes, PLV, street marketing, outils de fidélisation. En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.</p>

Matière : Stratégies numériques ; Community management ; Brand Content en collaboration avec U.E. 2 – Stratégie de partenariats

Contenus :

- Stratégie digitale : définition, enjeux, outils (social media, vidéos, emailing, blog, application mobile...). Méthode SMARTE. Buyer persona on line. Outbound Marketing / Inbound Marketing. Marketing Automation. Les KPI. Analyser les nouvelles technologies et leurs usages
- Les champs d'action du Community management : visibilité de l'entreprise, relation client, e-réputation...
- Méthodologie d'écriture – Ateliers d'écriture. Vocabulaire technique lié à la vente en ligne. Études de documents, vidéos, supports audiovisuels

Compétences associées :

- RDD-C5.12 : C5.12 Proposer des actions innovantes pour promouvoir une gamme ou un produit en animant un réseau social.
- RDD-C5.11 : C5.11 Contribuer à la dynamique des partenariats afin de développer son portefeuille clients en fédérant, motivant, animant des équipes commerciales.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Transition écologique et sociale RA : Compte-rendu Animation d'un territoire</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Le cahier des charges est correctement présenté et analysé. Il présente notamment un diagnostic du territoire : politique d'aménagement, problématiques environnementales, acteurs... Les actions proposées sont pertinentes et innovantes afin de proposer une animation dynamique. Sont attendus : • La mise en place de partenariats stratégiques • Des actions de communication 360 • Des contenus qualitatifs • Un budget prévisionnel justifié. Le candidat présente le bilan des actions dont ROI et ses préconisations qui doivent permettre de réduire les frais logistiques.</p>	<p>En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins d'animation d'un territoire. Ils déterminent un plan d'actions à mener pour promouvoir ce territoire. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse des activités réalisées, des résultats obtenus et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives.</p>
<p>Parcours développement commercial RA : Compte-rendu : Animation d'un réseau commercial</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Le cahier des charges est correctement présenté et analysé. Les actions proposées sont pertinentes et innovantes afin de proposer une expérience client qui rassemble les communautés d'intérêt autour de l'enseigne ou du produit / service. Sont attendus pour le réseau : • Des actions marketing ciblées • Des actions de communication 360 • Des contenus qualitatifs • Un budget prévisionnel justifié. Le candidat présente le bilan des actions dont ROI et ses préconisations qui doivent permettre de réduire les frais logistiques.</p>	<p>En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins d'animation d'un réseau de partenaires régionaux ou nationaux / d'enseigne. Pour ce réseau, ils déterminent un plan d'actions à mener pour promouvoir un produit ou un service de l'organisation. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse des activités réalisées, des résultats obtenus et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Marketing et développementRA : Compte-rendu Animation d'un réseau social</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Le cahier des charges est correctement présenté et analysé. Les actions proposées sont pertinentes et innovantes afin de proposer une expérience client qui rassemble les communautés d'intérêt autour de l'enseigne ou du produit / service. Sont attendus pour le réseau : • Des actions marketing ciblées • Des actions de communication digitales • Des contenus qualitatifs • Un budget prévisionnel justifié. Le candidat présente le bilan des actions dont ROI et ses préconisations qui doivent permettre de réduire les frais logistiques.</p>	<p>En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins d'animation d'un réseau social professionnel. Pour ce réseau, ils déterminent un plan d'actions à mener pour promouvoir un produit ou un service de l'organisation. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse des activités réalisées, des résultats obtenus et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives.</p>

Matière : Management de la qualité. Sensibilisation à la RSE ; développement durable de l'entreprise en collaboration avec UE 1 (Réglementations, Responsabilités et risques professionnels)

Contenus :

Qualité

- Concepts et enjeux de la qualité : définitions, qualité du produit ou service, management de la qualité, enjeux pour l'organisation
- Normes, approche processus
- Outils : Recueil de données, Analyse d'une démarche Qualité, Roue de Deming (PDCA), Mise en place actions correctives

RSE

- Concepts clés
- Enjeux pour les organisations : éthique des affaires, acteurs, impact social

Développement durable et RSE

- Enjeux : dérèglement climatique, gestion des ressources naturelles, innovations et technologies durables...
- Normes
- Management du développement durable

Compétences associées :

- RDD-C3.04 : C3.4 Proposer une démarche d'amélioration continue en réalisant un diagnostic (qualité / RSE) afin de valoriser les bonnes pratiques de l'entreprise intégrant la durabilité environnementale, sociale et économique.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Évaluation des risques, qualité et RSE (partie 2)</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Une méthodologie de contrôle du processus Qualité ou RSE (accessibilité au public, conformité des locaux et des équipements, respect des règles d'hygiène et de sécurité, prise en compte du handicap...), est présentée (Roue de Deming, PDCA) et des outils de pilotage sont bien proposés (coûts, délais, risques). Cette étape est déterminante lors de la présentation au commanditaire avant le lancement et la mise en œuvre du projet.</p>	<p>Dans le cadre d'un projet, le candidat : <ul style="list-style-type: none"> • Propose ses recommandations quant aux procédures qui pourraient être améliorées pour réduire les coûts tout en améliorant la qualité d'une prestation. • Fait état du suivi des réglementations, notamment en termes de protection des données au sein de l'organisation. </p>

Matière : Gestion de projet : conditions de réussite, présentation en collaboration avec UE1 (contrôle de gestion)

Contenus :

- Indicateurs de suivi logistique, d'une activité, d'un projet, du développement
- Les résultats, les comptes rendus
- Les apports collectifs, l'apport individuel
- Outils et supports pour la présentation de projet (phase de bilan)

Compétences associées :

- RDD-C3.11 : C3.11 Analyser les résultats du projet afin de produire une évaluation objective à destination des différents acteurs grâce au suivi des indicateurs mis en place.
- RDD-C3.12 : C3.12 Exposer le bilan des missions réalisées en présentant au commanditaire les performances et les difficultés afin que le projet soit déployé ou reconduit.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Évaluation et présentation du bilan d'un projet (écrit + oral)</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Écrit individuel : Dans son compte-rendu, le candidat propose une analyse pertinente et complète : • Présentation du tableau de bord avec notamment le suivi des missions réalisées, du planning, du budget, • Critique objective des résultats et des écarts constatés, • Dysfonctionnements constatés et proposition d'axes d'amélioration proposés (actions en vue de reconduction des actions), • Gestion des données et de l'information au sein du groupe projet. Items pour l'évaluation orale de groupe / 14 points • Organisation : gestion du temps imparti, répartition du temps de parole, capacité de synthèse • Prestation orale : qualité des supports de présentation, cohérence de l'expression visuelle, niveau de langage et aisance à l'oral, énergie, posture professionnelle • Présentation du bilan : Clarté du brief, initiatives et pertinence des résultats présentés, qualité des actions menées, gestion budgétaire, gestion des aléas, axes d'amélioration et de développement proposés, qualité du travail collaboratif • Qualité des échanges avec le jury : capacité à répondre aux questions, justesse des argumentations, aptitude à démontrer ses compétences, curiosité et intérêt pour le projet. + Évaluation individuelle du candidat : qualité de l'expression orale, de l'argumentation / 6 points</p>	<p>Chaque candidat rédige une évaluation du projet mené : • Moyens mis en œuvre, • Suivi des indicateurs et mesure des écarts, • Préconisations d'amélioration. Oral de groupe (20 minutes) Les candidats présentent leur projet devant un jury constitué du référent compétences, du commanditaire et d'un représentant du centre de formation. Le groupe présente le bilan du projet réalisé. Durée : 10 min de présentation, 10 min d'échanges avec le jury.</p>

Matière : Gestion de projet : préparation et planification

Contenus :

- Définition d'un projet, les différents types de projet, leurs enjeux
- Le projet individuel ; Le projet collectif, en collaboration
- L'organisation d'un projet multi-acteurs sur un territoire
- Outils, méthodes de gestion d'un projet ; La conduite du projet Les résultats, les comptes rendus ; Les apports collectifs, l'apport individuel . Outils et supports pour la présentation de projet
- Environnement culturel, touristique ou socioculturel (Construire l'apprentissage autour d'un exemple concret). Ex : mettre en œuvre une politique de tourisme durable sur un territoire : associer les acteurs du territoire (hôtels, restaurants, camping, parc de loisirs...) et les engager dans une vaste opération de sensibilisation des touristes à la beauté et à la fragilité du territoire.

Compétences associées :

- RDD-C3.06 : C3.6 Assurer la coordination du projet pour en garantir la réussite en mobilisant les étapes de la gestion de projet.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Brief, étapes et conditions de réussite</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Écrit individuel : Le candidat expose l'étude de faisabilité du projet : de la conception, du processus, des résultats attendus. Le cahier des charges précise le contexte et les caractéristiques du projet, le comité de pilotage (constitution, organisation des missions, outils collaboratifs utilisés, moyens éco-responsables mis en œuvre...) L'analyse doit être globale et tenir compte de tous les éléments constitutifs : matériels, compétences techniques, effectifs, modalités de financement retenues. Les outils de planification (PERT, GANTT...) sont adaptés et correctement utilisés ; les délais respectés. Les outils de communication choisis sont cohérents avec les objectifs et les cibles visés. Items pour l'évaluation orale de groupe / 14 points • Organisation : gestion du temps imparti, répartition du temps de parole, capacité de synthèse • Prestation orale : qualité des supports de présentation, cohérence de l'expression visuelle, niveau de langage et aisance à l'oral, énergie, posture professionnelle • Diagnostic et plan d'actions permettant de convaincre le commanditaire pour qu'il donne son aval. + Évaluation individuelle du candidat : qualité de l'expression orale, de l'argumentation / 6 points</p>	<p>Compte-rendu individuelLe candidat rédige le cahier des charges et il expose les paramètres de réussite : • Identification des composantes, • Étude de faisabilité, • Listing des contraintes temporelles, budgétaires, réglementaires, • Choix des moyens matériels, humains, techniques, • Planification par étape, • Processus de gestion des aléas, moyens de contrôle mis en place et parades imaginées, • Communication adaptée. Oral de groupe (15 minutes) Après la phase de recherche et de contextualisation, les candidats présentent leur projet devant un jury constitué du référent compétences, du commanditaire et d'un représentant du centre de formation. Le groupe présente le brief oralement afin de valider l'idée, l'organisation et d'obtenir l'aval du commanditaire.</p>

Matière : Négociation

Contenus :

- Les contraintes, les objectifs, les étapes de la négociation
- L'argumentation
- Les cibles internationales : clients, fournisseurs
- Les méthodes et outils relationnels - Techniques de négociation. Déterminer les acteurs décideurs. Mettre en place un plan d'actions. Mener une négociation, la maîtriser. Utiliser les moyens : argumentation, préparation de l'entretien, hiérarchisation des informations, outils d'aide à la décision
- Méthodes et outils pour mobiliser des financements publics et privés, organiser une campagne de crowdfunding... dans le cadre d'un projet associatif ou de fondation.

Compétences associées :

- RDD-C5.10 : C5.10 Mener une négociation en mobilisant les processus d'influence sur les décisions d'achat pour déclencher l'acte d'achat.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Challenge Négociation (Oral individuel de 15 min). Cette épreuve est obligatoire car elle permet de valider une compétence du bloc 5.</p>	<p>Contrôle continu (fortement recommandé)</p>	<p>Approche et exploration : le contexte, les objectifs et la cible sont bien identifiés au regard du produit ou service. Le candidat identifie des solutions (outils, techniques, prescripteur...) pour la prise de contact.</p> <p>Démonstration : Il analyse les besoins du client et prépare ses arguments, calcule ses marges, pour déterminer ses limites tarifaires.</p> <p>Conclusion de la négociation : Il démontre une méthodologie et une bonne maîtrise des différentes étapes de la négociation : choix d'une stratégie, argumentation, traitement des objections. Il parvient à éveiller l'attention et à convaincre le client avec ses arguments. La qualité de la prise de parole en public est évaluée ainsi que les supports de présentation orale.</p>	<p>Le candidat propose une stratégie de négociation en précisant comment il contacte le client, quelles techniques il met en place...</p> <p>Conditions de l'exercice : • Le candidat aura préparé pendant la formation des stratégies de négociation sur plusieurs produits / services. Le jour de l'évaluation, il effectue un tirage au sort. • Durée : 15 minutes par candidat, soit 5 min de préparation, 5 min de présentation sans interruption puis 5 min d'échanges avec le jury. • Prestation réalisée devant le groupe d'apprenants en présence de formateurs ayant des responsabilités en développement commercial. • Présentation avec support.</p>

Matière : TIC et logiciels professionnels ; Outils digitaux d'un servicee-Commerce

Contenus :

- Définition des PGI (ERP)
- Connaitre les différents logiciels d'aide à la gestion commerciale
- Étude d'un PGI (au choix du formateur, en fonction du parcours). Mises à jour, évolutions
- Méthode de recherche de nouveaux ERP
- Bases de données : définition, objectifs. Les logiciels de gestion de données (faire le lien avec UE 2 : Analyse de données).

Compétences associées :

- RDD-C4.11 : C4.11 Participer au plan de développement des compétences digitales afin de former tous les collaborateurs aux nouveaux outils en analysant les évolutions induites par la stratégie de transition de l'entreprise (notamment e-marketing, e-commerce).
- RDD-C4.12 : C4.12 Anticiper les menaces en lien avec l'usage des outils digitaux par les collaborateurs en s'assurant de l'application des règles de cybersécurité afin de limiter les risques liés à la gestion des données.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Worskhop et compte-rendu Transition numérique d'une organisation</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Le candidat présente : • L'organisation et une analyse du niveau de digitalisation actuel, • Les besoins / souhaits d'évolution des process ou matériels des utilisateurs et notamment les clients internes en situation de handicap, • Les grandes catégories d'acteurs impliqués dans le projet de transition (différents services dont marketing, achats, commerciaux... et clients) Il est attendu : • Un plan d'actions pour accompagner la transition numérique de cette organisation, • Une recommandation sous la forme d'une lettre d'information pour sensibiliser les équipes aux risques liés à l'usage des outils numériques pouvant inclure la pollution digitale. Par sa compréhension des problématiques et sa recherche de solutions, le candidat démontre qu'il a compris les attentes des clients ainsi que la place et le rôle des outils digitaux, notamment pour répondre aux directives de la stratégie de commercialisation digitale.</p>	<p>En fonction de la stratégie de transition numérique décidée par l'organisation, le candidat rédige un compte-rendu avec : • Une schématisation de l'utilisation des outils digitaux dans deux services minimum (constat), • L'identification des changements de matériels, de logiciels nécessaires pour atteindre l'objectif visé, • Les conséquences en termes d'évolution des compétences pour les membres de l'équipe, • Des propositions de formations, • Des alertes de mauvaises pratiques à l'attention des services informatique et RH, • Des recommandations quant à la communication interne nécessaire pour sensibiliser tout le personnel aux risques inhérents à la sécurité.</p>

Matière : Techniques de référencement. Langages spécifiques (optionnel)

Contenus :

- Produit éco-responsable : développement durable de produits / services. Fiche technique. Prise en compte des situations de handicap des utilisateurs. Design de l'expérience utilisateur : définition, UI Design, objectifs stratégiques, paramètres technologiques. Cycle de vie
- Référencement : les moyens pour développer le trafic sur un site, leviers et outils de référencement. Google Ads, référencement naturel. Web Analytics. Les formats display et leurs modes d'achat. Les acteurs du display, les modes de ciblage. La publicité sur mobile. Construire un plan display
- Langages de programmation (optionnel : le formateur doit s'adapter au niveau initial des apprenants et aux objectifs visés par la formation). Découvrir le HTML. Principes des CSS et principales propriétés : texte, fond, bordure...

Compétences associées :

- RDD-C5.04 : C5.4 Structurer le catalogue avec une catégorisation claire, un système de recherche efficient, une description unique et qualitative des produits et services afin d'optimiser le référencement.
- RDD-C5.03 : C5.3 Réaliser un diagnostic RSE des produits et services afin de se conformer à la stratégie de l'organisation en estimant leur cycle de vie et leur impact environnemental.
- RDD-C5.01 : C5.1 Analyser la fiche technique d'un produit en identifiant ses principales caractéristiques afin de pouvoir de le mettre en valeur.
- RDD-C5.02 : C5.2 Rédiger une note sur la conception universelle des produits et services à l'attention du responsable marketing en appréciant leur accessibilité aux personnes en situation de handicap afin de respecter la réglementation en vigueur.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Transition écologique et sociale RA : Compte-rendu Référencement de produits & services durables</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Pour démontrer qu'il a acquis des connaissances spécifiques au domaine d'activité, le candidat présente pour un produit et un service : • Une analyse de la fiche technique : Identification : fabricant, marque, désignation, référence, etc. Caractéristiques techniques : description, matières, entretien, accessoires... / description, prestation(s), modalités de mise en œuvre... Caractéristiques commerciales : tarif, lieu(x) de vente, conditionnement, canaux de distribution, SAV... Caractéristiques psychologiques : typologie client et principales motivations d'achat / freins. Possibilité de vente additionnelle. Puis ses recommandations quant à la présentation du produit / service avec la méthode QQQCCP qui permet de définir une feuille de route. • La prise en compte des clients en situation de handicap lors de la conception du produit, en termes d'accessibilité du service. • Une schématisation et une analyse du cycle de vie. Les principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux détectés. Il propose alors des actions pour améliorer l'impact écologique. • Une critique du référencement : sont attendues des recommandations pour améliorer le référencement du produit / service. Il est attendu des suggestions pour un contenu unique, inédit et complet du produit / service (environ 300 mots), avec quelques images ou vidéos le mettant en valeur.</p>	<p>Dans le cadre défini par le formateur, les candidats doivent accompagner une entreprise à mettre sur le marché ou améliorer un produit dans une démarche de Green business. Chaque candidat analyse les aspects techniques d'un produit <u>et</u> d'un service proposés par l'entreprise puis rédige un compte-rendu présentant : • Ses principales caractéristiques, • Les modalités d'accessibilité pour au minimum 3 types de handicap, • Un diagnostic RSE, • Une analyse de son référencement. Il rédige ses recommandations à l'attention du service marketing en termes d'amélioration, de développement envisageable, d'optimisation du référencement.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours développement commercialRA : Compte-rendu Référencement et catalogue de produits & services</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Pour démontrer qu'il a acquis des connaissances spécifiques au domaine d'activité, le candidat présente pour un produit et un service : • Une analyse de la fiche technique : Identification : fabricant, marque, désignation, référence, etc Caractéristiques techniques : description, matières, entretien, accessoires... / description, prestation(s), modalités de mise en œuvre... Caractéristiques commerciales : tarif, lieu(x) de vente, conditionnement, canaux de distribution, SAV... Caractéristiques psychologiques : typologie client et principales motivations d'achat / freins. Possibilité de vente additionnelle. Puis ses recommandations quant à la présentation du produit / service avec la méthode QQQCCP qui permet de définir une feuille de route. • La prise en compte des clients en situation de handicap lors de la conception du produit, en termes d'accessibilité du service. • Une schématisation et une analyse du cycle de vie. Les principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux détectés. Il propose alors des actions pour améliorer l'impact écologique. • Une critique du référencement : Système de catégorisation ou de numérotation, qualité de la désignation sur le catalogue interne et sur le net, mots clés identifiés sur le site e-commerce et qualité du SEO. Sont attendues des recommandations pour améliorer le référencement du produit / service, dont le descriptif doit se distinguer de celui du fournisseur pour mieux le positionner par</p>	<p>Dans le cadre défini par le formateur, les candidats doivent accompagner une entreprise à mettre sur le marché ou améliorer un produit dans une démarche de Green business. Chaque candidat analyse les aspects techniques d'un produit <u>et</u> d'un service proposés par l'entreprise puis rédige son compte-rendu présentant : • Les principales caractéristiques du produit et du service, • Les modalités d'accessibilité pour au minimum 3 types de handicap, • Un diagnostic RSE, • Une analyse de son référencement. Il rédige ses recommandations à l'attention du service marketing en termes d'amélioration, de développement envisageable, d'optimisation du référencement.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Marketing et développement RA : Compte-rendu Référencement de produits & services</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Pour démontrer qu'il a acquis des connaissances spécifiques au domaine d'activité, le candidat présente pour un produit et un service : • Une analyse de la fiche technique : Identification : fabricant, marque, désignation, référence, etc. Caractéristiques techniques : description, matières, entretien, accessoires... / description, prestation(s), modalités de mise en œuvre... Caractéristiques commerciales : tarif, lieu(x) de vente, conditionnement, canaux de distribution, SAV... Caractéristiques psychologiques : typologie client et principales motivations d'achat / freins. Possibilité de vente additionnelle. Puis ses recommandations quant à la présentation du produit / service avec la méthode QQQCCP qui permet de définir une feuille de route. • La prise en compte des clients en situation de handicap lors de la conception du produit, en termes d'accessibilité du service. • Une schématisation et une analyse du cycle de vie. Les principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux détectés. Il propose alors des actions pour améliorer l'impact écologique. • Une critique du référencement : Qualité de la désignation sur le net, mots clés identifiés sur le site e-commerce et qualité du SEO. Sont attendues des recommandations pour améliorer le référencement du produit / service, dont le descriptif doit se distinguer de celui du fournisseur pour mieux le positionner par rapport à la concurrence. Il est attendu des suggestions pour un contenu unique, inédit et</p>	<p>Dans le cadre défini par le formateur, les candidats doivent accompagner une entreprise à mettre sur le marché ou améliorer un produit dans une démarche de Green business. Chaque candidat analyse les aspects techniques d'un produit et d'un service proposés par l'entreprise puis rédige un compte-rendu présentant : • Ses principales caractéristiques, • Les modalités d'accessibilité pour au minimum 3 types de handicap, • Un diagnostic RSE, • Une analyse de son référencement. Il rédige ses recommandations à l'attention du service marketing en termes d'amélioration, de développement envisageable, d'optimisation du référencement.</p>

Matière : Enjeux du développement ; Techniques commerciales ; Économie sociale et solidaire ; Économie circulaire

Contenus :

- Développement
 - Enjeux de la transition locale
 - Gestion de marchés publics / Appels d'offres
 - Économie du développement durable – PCAET
- Commercial
 - Argumentaire de vente
 - Suivi et développement de l'activité – Reporting
 - Techniques de vente
 - Définir sa stratégie (image, financiers...) et faire son choix d'actions commerciales en fonction de ses objectifs
 - Mettre en place un plan d'actions commerciales
 - Inbound marketing
- Principes de l'ESS
 - Principes de l'économie régénérative et circulaire
 - Transition économique & sociale et green business
 - Économie circulaire
 - Écologie et industrie
 - Économie de la fonctionnalité
 - Digitalisation et partage d'informations
 - Sensibilisation et éducation

Compétences associées :

- RDD-C5.09 : C5.9 Proposer des actions commerciales pour accroître le chiffre d'affaires en comparant les résultats des ventes antérieures avec les objectifs stratégiques fixés.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			
<p>Parcours Transition écologique et sociale RA : Compte-rendu Actions de développement du secteur marchand ou associatif</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>En fonction des objectifs fixés, le candidat propose au minimum 3 actions pour améliorer la visibilité du produit ou pour promouvoir un territoire. Ses partis pris doivent être justifiés. Concernant la fidélisation, il propose la création d'un annuaire de contacts, la mise en place d'enquêtes ou des actions spécifiques. Des outils d'automatisation potentiels sont identifiés. Le social selling est mis en avant : supports et messages proposés cohérents avec la cible visée. Les résultats attendus sont précisés, un retour sur investissement est calculé.</p>	<p>Après aval du commanditaire, les candidats mettent en place des actions de promotion d'un produit durable / d'un territoire.... En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Marketing et développementRA : Compte-rendu Actions marketing pour le développement commercial</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>En fonction des objectifs fixés, le candidat propose au minimum 3 actions pour améliorer la prospection. Ses partis pris doivent être justifiés. Concernant la fidélisation, il propose la création d'un annuaire de contacts, la mise en place d'enquêtes ou des actions spécifiques. Des outils d'automatisation potentiels sont identifiés. Le social selling (vente sociale) est mis en avant : supports et messages proposés cohérents avec la cible visée. Les résultats attendus sont précisés, un retour sur investissement est calculé.</p>	<p>Après aval du commanditaire, les candidats mettent en place des actions marketing. En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.</p>
<p>Parcours développement commercialRA : Compte-rendu Actions de développement commercial</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>En fonction des objectifs fixés, le candidat propose au minimum 3 actions commerciales pour améliorer la prospection. Ses partis pris doivent être justifiés. Concernant la fidélisation, il propose la création d'un annuaire de contacts, la mise en place d'enquêtes ou des actions spécifiques. Des outils d'automatisation potentiels sont identifiés. Le social selling (vente sociale) est mis en avant : supports et messages proposés cohérents avec la cible visée. Les résultats attendus sont précisés, un retour sur investissement est calculé.</p>	<p>Après aval du commanditaire, les candidats mettent en place des actions commerciales du type promotion des ventes, PLV, street marketing, outils de fidélisation. En fin de campagne, chaque candidat rédige un compte-rendu des missions réalisées et émet des recommandations afin de mieux cibler les actions ultérieurement.</p>

Matière : Politiques RSE et développement durable en collaboration avec U.E. 2 (Stratégie de partenariat)

Contenus :

- Politiques d'aménagement du territoire
- Politiques sociales
- Grands acteurs de la transition : société civile, politiques
- Outils et techniques de prospection adaptés aux marchés et cibles
- Animation d'un réseau de professionnels : défis, outils et techniques

Compétences associées :

- RDD-C5.12 : C5.12 Proposer des actions innovantes pour promouvoir une gamme ou un produit en animant un réseau social.
- RDD-C5.11 : C5.11 Contribuer à la dynamique des partenariats afin de développer son portefeuille clients en fédérant, motivant, animant des équipes commerciales.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Transition écologique et sociale RA : Compte-rendu Animation d'un territoire</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Le cahier des charges est correctement présenté et analysé. Il présente notamment un diagnostic du territoire : politique d'aménagement, problématiques environnementales, acteurs... Les actions proposées sont pertinentes et innovantes afin de proposer une animation dynamique. Sont attendus : • La mise en place de partenariats stratégiques • Des actions de communication 360 • Des contenus qualitatifs • Un budget prévisionnel justifié. Le candidat présente le bilan des actions dont ROI et ses préconisations qui doivent permettre de réduire les frais logistiques.</p>	<p>En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins d'animation d'un territoire. Ils déterminent un plan d'actions à mener pour promouvoir ce territoire. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse des activités réalisées, des résultats obtenus et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives.</p>
<p>Parcours développement commercial RA : Compte-rendu : Animation d'un réseau commercial</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Le cahier des charges est correctement présenté et analysé. Les actions proposées sont pertinentes et innovantes afin de proposer une expérience client qui rassemble les communautés d'intérêt autour de l'enseigne ou du produit / service. Sont attendus pour le réseau : • Des actions marketing ciblées • Des actions de communication 360 • Des contenus qualitatifs • Un budget prévisionnel justifié. Le candidat présente le bilan des actions dont ROI et ses préconisations qui doivent permettre de réduire les frais logistiques.</p>	<p>En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins d'animation d'un réseau de partenaires régionaux ou nationaux / d'enseigne. Pour ce réseau, ils déterminent un plan d'actions à mener pour promouvoir un produit ou un service de l'organisation. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse des activités réalisées, des résultats obtenus et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Marketing et développementRA : Compte-rendu Animation d'un réseau social</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Le cahier des charges est correctement présenté et analysé. Les actions proposées sont pertinentes et innovantes afin de proposer une expérience client qui rassemble les communautés d'intérêt autour de l'enseigne ou du produit / service. Sont attendus pour le réseau : • Des actions marketing ciblées • Des actions de communication digitales • Des contenus qualitatifs • Un budget prévisionnel justifié. Le candidat présente le bilan des actions dont ROI et ses préconisations qui doivent permettre de réduire les frais logistiques.</p>	<p>En groupe, les candidats définissent le cahier des charges pour répondre aux besoins d'animation d'un réseau social professionnel. Pour ce réseau, ils déterminent un plan d'actions à mener pour promouvoir un produit ou un service de l'organisation. Il est demandé à chacun de rédiger un compte-rendu d'analyse des activités réalisées, des résultats obtenus et de proposer des axes d'amélioration ou des actions correctives.</p>

Matière : Management de la transition ; Prévention et traitement des pollutions

Contenus :

- Transition écologique et sociale des organisations et des territoires (TESOT)
 - Histoire et définition de l'écologie
 - Enjeux de la transition dans le contexte climatique, social et environnemental
 - Histoire et définition de l'écologie
 - Principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux : les identifier, les qualifier, les comprendre, les gérer, les dépasser.
- Acteurs
 - Grandes catégories d'acteurs sur un territoire, synergies des acteurs
 - Gestion environnementale : rôles, fonctions et enjeux des collectivités territoriales
- Leviers techniques de la transition dans une entreprise ou une collectivité
 - Gestion et traitement de l'eau, intrants chimiques d'origine agricole, pollution atmosphériques etc...
 - Recyclage et valorisation des déchets
 - Place et rôle des énergies renouvelables dans le mix énergétique global. Interfacer / harmoniser les activités humaines et les écosystèmes dans les territoires (penser global et agir local)
 - Développement de transports alternatifs...
 - Développement durable de produits / services
 - Fiche technique
 - Prise en compte des situations de handicap
 - Cycle de vie d'un produit
- Selon parcours (exemples, liste non exhaustive)
 - Commerce équitable – Achats responsables
 - Rénovation thermique, Construction, ameublement durable
 - Eco tourisme
 - Production d'énergies renouvelables
 - Principes de fonctionnement de la biosphère et des écosystèmes terrestres / ruraux, urbains ou ultramarins... Notions de biodiversité, de bassin versant, de qualité de l'eau, effets du changement climatique sur la biosphère etc Protection des écosystèmes.

Compétences associées :

- RDD-C5.04 : C5.4 Structurer le catalogue avec une catégorisation claire, un système de recherche efficient, une description unique et qualitative des produits et services afin d'optimiser le référencement.
- RDD-C5.03 : C5.3 Réaliser un diagnostic RSE des produits et services afin de se conformer à la stratégie de l'organisation en estimant leur cycle de vie et leur impact environnemental.
- RDD-C5.01 : C5.1 Analyser la fiche technique d'un produit en identifiant ses principales caractéristiques afin de pouvoir de le mettre en valeur.
- RDD-C5.02 : C5.2 Rédiger une note sur la conception universelle des produits et services à l'attention du responsable marketing en appréciant leur accessibilité aux personnes en situation de handicap afin de respecter la réglementation en vigueur.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Transition écologique et sociale RA : Compte-rendu Référencement de produits & services durables</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Pour démontrer qu'il a acquis des connaissances spécifiques au domaine d'activité, le candidat présente pour un produit et un service : • Une analyse de la fiche technique : Identification : fabricant, marque, désignation, référence, etc. Caractéristiques techniques : description, matières, entretien, accessoires... / description, prestation(s), modalités de mise en œuvre... Caractéristiques commerciales : tarif, lieu(x) de vente, conditionnement, canaux de distribution, SAV... Caractéristiques psychologiques : typologie client et principales motivations d'achat / freins. Possibilité de vente additionnelle. Puis ses recommandations quant à la présentation du produit / service avec la méthode QQQCCP qui permet de définir une feuille de route. • La prise en compte des clients en situation de handicap lors de la conception du produit, en termes d'accessibilité du service. • Une schématisation et une analyse du cycle de vie. Les principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux détectés. Il propose alors des actions pour améliorer l'impact écologique. • Une critique du référencement : sont attendues des recommandations pour améliorer le référencement du produit / service. Il est attendu des suggestions pour un contenu unique, inédit et complet du produit / service (environ 300 mots), avec quelques images ou vidéos le mettant en valeur.</p>	<p>Dans le cadre défini par le formateur, les candidats doivent accompagner une entreprise à mettre sur le marché ou améliorer un produit dans une démarche de Green business. Chaque candidat analyse les aspects techniques d'un produit <u>et</u> d'un service proposés par l'entreprise puis rédige un compte-rendu présentant : • Ses principales caractéristiques, • Les modalités d'accessibilité pour au minimum 3 types de handicap, • Un diagnostic RSE, • Une analyse de son référencement. Il rédige ses recommandations à l'attention du service marketing en termes d'amélioration, de développement envisageable, d'optimisation du référencement.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours développement commercialRA : Compte-rendu Référencement et catalogue de produits & services</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Pour démontrer qu'il a acquis des connaissances spécifiques au domaine d'activité, le candidat présente pour un produit et un service : • Une analyse de la fiche technique : Identification : fabricant, marque, désignation, référence, etc Caractéristiques techniques : description, matières, entretien, accessoires... / description, prestation(s), modalités de mise en œuvre... Caractéristiques commerciales : tarif, lieu(x) de vente, conditionnement, canaux de distribution, SAV... Caractéristiques psychologiques : typologie client et principales motivations d'achat / freins. Possibilité de vente additionnelle. Puis ses recommandations quant à la présentation du produit / service avec la méthode QQQCCP qui permet de définir une feuille de route. • La prise en compte des clients en situation de handicap lors de la conception du produit, en termes d'accessibilité du service. • Une schématisation et une analyse du cycle de vie. Les principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux détectés. Il propose alors des actions pour améliorer l'impact écologique. • Une critique du référencement : Système de catégorisation ou de numérotation, qualité de la désignation sur le catalogue interne et sur le net, mots clés identifiés sur le site e-commerce et qualité du SEO. Sont attendues des recommandations pour améliorer le référencement du produit / service, dont le descriptif doit se distinguer de celui du fournisseur pour mieux le positionner par</p>	<p>Dans le cadre défini par le formateur, les candidats doivent accompagner une entreprise à mettre sur le marché ou améliorer un produit dans une démarche de Green business. Chaque candidat analyse les aspects techniques d'un produit <u>et</u> d'un service proposés par l'entreprise puis rédige son compte-rendu présentant : • Les principales caractéristiques du produit et du service, • Les modalités d'accessibilité pour au minimum 3 types de handicap, • Un diagnostic RSE, • Une analyse de son référencement. Il rédige ses recommandations à l'attention du service marketing en termes d'amélioration, de développement envisageable, d'optimisation du référencement.</p>

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Parcours Marketing et développement RA : Compte-rendu Référencement de produits & services</p>	<p>Rapport d'activités</p>	<p>Pour démontrer qu'il a acquis des connaissances spécifiques au domaine d'activité, le candidat présente pour un produit et un service : • Une analyse de la fiche technique : Identification : fabricant, marque, désignation, référence, etc. Caractéristiques techniques : description, matières, entretien, accessoires... / description, prestation(s), modalités de mise en œuvre... Caractéristiques commerciales : tarif, lieu(x) de vente, conditionnement, canaux de distribution, SAV... Caractéristiques psychologiques : typologie client et principales motivations d'achat / freins. Possibilité de vente additionnelle. Puis ses recommandations quant à la présentation du produit / service avec la méthode QQQCCP qui permet de définir une feuille de route. • La prise en compte des clients en situation de handicap lors de la conception du produit, en termes d'accessibilité du service. • Une schématisation et une analyse du cycle de vie. Les principaux types de pollutions et d'impacts environnementaux détectés. Il propose alors des actions pour améliorer l'impact écologique. • Une critique du référencement : Qualité de la désignation sur le net, mots clés identifiés sur le site e-commerce et qualité du SEO. Sont attendues des recommandations pour améliorer le référencement du produit / service, dont le descriptif doit se distinguer de celui du fournisseur pour mieux le positionner par rapport à la concurrence. Il est attendu des suggestions pour un contenu unique, inédit et</p>	<p>Dans le cadre défini par le formateur, les candidats doivent accompagner une entreprise à mettre sur le marché ou améliorer un produit dans une démarche de Green business. Chaque candidat analyse les aspects techniques d'un produit et d'un service proposés par l'entreprise puis rédige un compte-rendu présentant : • Ses principales caractéristiques, • Les modalités d'accessibilité pour au minimum 3 types de handicap, • Un diagnostic RSE, • Une analyse de son référencement. Il rédige ses recommandations à l'attention du service marketing en termes d'amélioration, de développement envisageable, d'optimisation du référencement.</p>

Matière : Management de la qualité. Sensibilisation à la RSE ; développement durable de l'entreprise en collaboration avec UE 1 (Réglementations, Responsabilités et risques professionnels)

Contenus :

Qualité

Concepts et enjeux de la qualité : définitions, qualité du produit ou service, management de la qualité, enjeux pour l'organisation

Normes, approche processus

Outils : Recueil de données, Analyse d'une démarche Qualité, Roue de Deming (PDCA), Mise en place actions correctives

RSE

Concepts clés

Enjeux pour les organisations : éthique des affaires, acteurs, impact social

Développement durable et RSE

Enjeux : dérèglement climatique, gestion des ressources naturelles, innovations et technologies durables...

Normes

Management du développement durable

Compétences associées :

- RDD-C3.04 : C3.4 Proposer une démarche d'amélioration continue en réalisant un diagnostic (qualité / RSE) afin de valoriser les bonnes pratiques de l'entreprise intégrant la durabilité environnementale, sociale et économique.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			
<p>DP : Compte-rendu Évaluation des risques, qualité et RSE (partie 2)</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Une méthodologie de contrôle du processus Qualité ou RSE (accessibilité au public, conformité des locaux et des équipements, respect des règles d'hygiène et de sécurité, prise en compte du handicap...), est présentée (Roue de Deming, PDCA) et des outils de pilotage sont bien proposés (coûts, délais, risques). Cette étape est déterminante lors de la présentation au commanditaire avant le lancement et la mise en œuvre du projet.</p>	<p>Dans le cadre d'un projet, le candidat : <ul style="list-style-type: none"> • Propose ses recommandations quant aux procédures qui pourraient être améliorées pour réduire les coûts tout en améliorant la qualité d'une prestation. • Fait état du suivi des réglementations, notamment en termes de protection des données au sein de l'organisation. </p>

Matière : Gestion de projet : conditions de réussite, présentation en collaboration avec UE1 (contrôle de gestion)

Contenus :

- Indicateurs de suivi logistique, d'une activité, d'un projet, du développement
- Les résultats, les comptes rendus
- Les apports collectifs, l'apport individuel
- Outils et supports pour la présentation de projet (phase de bilan)

Compétences associées :

- RDD-C3.11 : C3.11 Analyser les résultats du projet afin de produire une évaluation objective à destination des différents acteurs grâce au suivi des indicateurs mis en place.
- RDD-C3.12 : C3.12 Exposer le bilan des missions réalisées en présentant au commanditaire les performances et les difficultés afin que le projet soit déployé ou reconduit.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Évaluation et présentation du bilan d'un projet (écrit + oral)</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Écrit individuel : Dans son compte-rendu, le candidat propose une analyse pertinente et complète : • Présentation du tableau de bord avec notamment le suivi des missions réalisées, du planning, du budget, • Critique objective des résultats et des écarts constatés, • Dysfonctionnements constatés et proposition d'axes d'amélioration proposés (actions en vue de reconduction des actions), • Gestion des données et de l'information au sein du groupe projet. Items pour l'évaluation orale de groupe / 14 points • Organisation : gestion du temps imparti, répartition du temps de parole, capacité de synthèse • Prestation orale : qualité des supports de présentation, cohérence de l'expression visuelle, niveau de langage et aisance à l'oral, énergie, posture professionnelle • Présentation du bilan : Clarté du brief, initiatives et pertinence des résultats présentés, qualité des actions menées, gestion budgétaire, gestion des aléas, axes d'amélioration et de développement proposés, qualité du travail collaboratif • Qualité des échanges avec le jury : capacité à répondre aux questions, justesse des argumentations, aptitude à démontrer ses compétences, curiosité et intérêt pour le projet. + Évaluation individuelle du candidat : qualité de l'expression orale, de l'argumentation / 6 points</p>	<p>Chaque candidat rédige une évaluation du projet mené : • Moyens mis en œuvre, • Suivi des indicateurs et mesure des écarts, • Préconisations d'amélioration. Oral de groupe (20 minutes) Les candidats présentent leur projet devant un jury constitué du référent compétences, du commanditaire et d'un représentant du centre de formation. Le groupe présente le bilan du projet réalisé. Durée : 10 min de présentation, 10 min d'échanges avec le jury.</p>

Matière : Gestion de projet : préparation et planification

Contenus :

- Définition d'un projet, les différents types de projet, leurs enjeux
- Le projet individuel ; Le projet collectif, en collaboration
- L'organisation d'un projet multi-acteurs sur un territoire
- Outils, méthodes de gestion d'un projet ; La conduite du projet Les résultats, les comptes rendus ; Les apports collectifs, l'apport individuel . Outils et supports pour la présentation de projet
- Environnement culturel, touristique ou socioculturel (Construire l'apprentissage autour d'un exemple concret). Ex : mettre en œuvre une politique de tourisme durable sur un territoire : associer les acteurs du territoire (hôtels, restaurants, camping, parc de loisirs...) et les engager dans une vaste opération de sensibilisation des touristes à la beauté et à la fragilité du territoire.

Compétences associées :

- RDD-C3.06 : C3.6 Assurer la coordination du projet pour en garantir la réussite en mobilisant les étapes de la gestion de projet.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Compte-rendu Brief, étapes et conditions de réussite</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Écrit individuel : Le candidat expose l'étude de faisabilité du projet : de la conception, du processus, des résultats attendus. Le cahier des charges précise le contexte et les caractéristiques du projet, le comité de pilotage (constitution, organisation des missions, outils collaboratifs utilisés, moyens éco-responsables mis en œuvre...) L'analyse doit être globale et tenir compte de tous les éléments constitutifs : matériels, compétences techniques, effectifs, modalités de financement retenues. Les outils de planification (PERT, GANTT...) sont adaptés et correctement utilisés ; les délais respectés. Les outils de communication choisis sont cohérents avec les objectifs et les cibles visés. Items pour l'évaluation orale de groupe / 14 points</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation : gestion du temps imparti, répartition du temps de parole, capacité de synthèse • Prestation orale : qualité des supports de présentation, cohérence de l'expression visuelle, niveau de langage et aisance à l'oral, énergie, posture professionnelle • Diagnostic et plan d'actions permettant de convaincre le commanditaire pour qu'il donne son aval. + Évaluation individuelle du candidat : qualité de l'expression orale, de l'argumentation / 6 points 	<p>Compte-rendu individuel Le candidat rédige le cahier des charges et il expose les paramètres de réussite : • Identification des composantes, • Étude de faisabilité, • Listing des contraintes temporelles, budgétaires, réglementaires, • Choix des moyens matériels, humains, techniques, • Planification par étape, • Processus de gestion des aléas, moyens de contrôle mis en place et parades imaginées, • Communication adaptée. Oral de groupe (15 minutes) Après la phase de recherche et de contextualisation, les candidats présentent leur projet devant un jury constitué du référent compétences, du commanditaire et d'un représentant du centre de formation. Le groupe présente le brief oralement afin de valider l'idée, l'organisation et d'obtenir l'aval du commanditaire.</p>

Matière : Négociation

Contenus :

- Les contraintes, les objectifs, les étapes de la négociation
- L'argumentation
- Les cibles internationales : clients, fournisseurs
- Les méthodes et outils relationnels - Techniques de négociation. Déterminer les acteurs décideurs. Mettre en place un plan d'actions. Mener une négociation, la maîtriser. Utiliser les moyens : argumentation, préparation de l'entretien, hiérarchisation des informations, outils d'aide à la décision
- Méthodes et outils pour mobiliser des financements publics et privés, organiser une campagne de crowdfunding... dans le cadre d'un projet associatif ou de fondation.

Compétences associées :

- RDD-C5.10 : C5.10 Mener une négociation en mobilisant les processus d'influence sur les décisions d'achat pour déclencher l'acte d'achat.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>Challenge Négociation (Oral individuel de 15 min). Cette épreuve est obligatoire car elle permet de valider une compétence du bloc 5.</p>	<p>Contrôle continu (fortement recommandé)</p>	<p>Approche et exploration : le contexte, les objectifs et la cible sont bien identifiés au regard du produit ou service. Le candidat identifie des solutions (outils, techniques, prescripteur...) pour la prise de contact. Démonstration : Il analyse les besoins du client et prépare ses arguments, calcule ses marges, pour déterminer ses limites tarifaires. Conclusion de la négociation : Il démontre une méthodologie et une bonne maîtrise des différentes étapes de la négociation : choix d'une stratégie, argumentation, traitement des objections. Il parvient à éveiller l'attention et à convaincre le client avec ses arguments. La qualité de la prise de parole en public est évaluée ainsi que les supports de présentation orale.</p>	<p>Le candidat propose une stratégie de négociation en précisant comment il contacte le client, quelles techniques il met en place... Conditions de l'exercice : • Le candidat aura préparé pendant la formation des stratégies de négociation sur plusieurs produits / services. Le jour de l'évaluation, il effectue un tirage au sort. • Durée : 15 minutes par candidat, soit 5 min de préparation, 5 min de présentation sans interruption puis 5 min d'échanges avec le jury. • Prestation réalisée devant le groupe d'apprenants en présence de formateurs ayant des responsabilités en développement commercial. • Présentation avec support.</p>

Matière : TIC et logiciels professionnels ; Outils digitaux d'un servicee-Commerce

Contenus :

- Définition des PGI (ERP)
- Connaitre les différents logiciels d'aide à la gestion commerciale
- Étude d'un PGI (au choix du formateur, en fonction du parcours). Mises à jour, évolutions
- Méthode de recherche de nouveaux ERP
- Bases de données : définition, objectifs. Les logiciels de gestion de données (faire le lien avec UE 2 : Analyse de données).

Compétences associées :

- RDD-C4.11 : C4.11 Participer au plan de développement des compétences digitales afin de former tous les collaborateurs aux nouveaux outils en analysant les évolutions induites par la stratégie de transition de l'entreprise (notamment e-marketing, e-commerce).
- RDD-C4.12 : C4.12 Anticiper les menaces en lien avec l'usage des outils digitaux par les collaborateurs en s'assurant de l'application des règles de cybersécurité afin de limiter les risques liés à la gestion des données.

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
Compétence(s)			

Thématique de l'évaluation	Modalités d'évaluation	Critères	Attendus
<p>DP : Worskhop et compte-rendu Transition numérique d'une organisation</p>	<p>Dossier(s)</p>	<p>Le candidat présente : • L'organisation et une analyse du niveau de digitalisation actuel, • Les besoins / souhaits d'évolution des process ou matériels des utilisateurs et notamment les clients internes en situation de handicap, • Les grandes catégories d'acteurs impliqués dans le projet de transition (différents services dont marketing, achats, commerciaux... et clients) Il est attendu : • Un plan d'actions pour accompagner la transition numérique de cette organisation, • Une recommandation sous la forme d'une lettre d'information pour sensibiliser les équipes aux risques liés à l'usage des outils numériques pouvant inclure la pollution digitale. Par sa compréhension des problématiques et sa recherche de solutions, le candidat démontre qu'il a compris les attentes des clients ainsi que la place et le rôle des outils digitaux, notamment pour répondre aux directives de la stratégie de commercialisation digitale.</p>	<p>En fonction de la stratégie de transition numérique décidée par l'organisation, le candidat rédige un compte-rendu avec : • Une schématisation de l'utilisation des outils digitaux dans deux services minimum (constat), • L'identification des changements de matériels, de logiciels nécessaires pour atteindre l'objectif visé, • Les conséquences en termes d'évolution des compétences pour les membres de l'équipe, • Des propositions de formations, • Des alertes de mauvaises pratiques à l'attention des services informatique et RH, • Des recommandations quant à la communication interne nécessaire pour sensibiliser tout le personnel aux risques inhérents à la sécurité.</p>

