

EVALUATIONS CERTIFICATIVES BACHELOR DC 2025-2026

INTITULÉ DES MODULES EN LIEN AVEC LES COMPÉTENCES	REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>Identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
			MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Ventes et distribution Management d'équipe Management RH et GEPP Management interculturel Comptabilité et stratégie d'entreprise Comportement professionnel Postures professionnelles	Gestion de point de vente, Management d'équipe commerciale,	Savoir gérer un point de vente,	Etudes de cas Soutenances et présentations orales	Qualité de l'analyse et pertinence des propositions d'action
Marketing Marketing International Stratégie commerciale Stratégie Relation Client omnicanale Business Game Stratégie d'entreprises et innovation	Gestion de portefeuille produit,	Manager une équipe commerciale	Etudes de cas Soutenances et présentations orales	Qualité de l'analyse et pertinence des propositions d'action et des KPIs
Communication d'entreprise Marketing Gestion de projets digitaux Création cinématographique et entrepreneuriat	Lancement de campagnes marketing et communication, vente en B2B et B2C	Gérer un portefeuille produit,	Etudes de cas Soutenances et présentations orales	Qualité de l'analyse et pertinence des propositions d'action
Stratégie Relation Client omnicanale Gestion de projets digitaux Marketing	Management de communautés virtuelles.	Lancer des campagnes marketing et/ou de communication,	Etudes de cas Soutenances et présentations orales	Qualité de l'analyse, créativité et pertinence des propositions d'action
Ventes et distribution Stratégie Relation Client omnicanale Gestion de projets digitaux	Gestion de site web	Vendre et conduire des négociations en B2B et B2C, manager une communauté	Etudes de cas Mises en situation Soutenances et présentations	Qualité de l'analyse, force de conviction, expression orale, utilisation des

		virtuelle gérer et animer un site web	orales	techniques et pertinence des propositions d'action Qualité de la création
--	--	---------------------------------------	--------	--

INTITULÉ DES MODULES EN LIEN AVEC LES COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS		RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION		
	ACTIVITÉS et TACHES	COMPÉTENCES ASSOCIÉES AUX ACTIVITÉS ET TACHES	COMPÉTENCES EVALUÉES	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Marketing Marketing International Stratégie commerciale Entrepreneuriat et innovation Projet Entrepreneurial MyStartUp	Savoir réaliser une étude (de marché, sectorielle, marketing)	Collecter des données, qualitatives et quantitatives Méthodologie de recherche d'informations en lien avec un secteur d'activité. Mobiliser des outils d'analyse externe et interne (Pestel, Swot, Porter, etc.) Mobiliser les fondamentaux du marketing mix. Élaborer un business plan Concevoir et mobiliser un plan marketing Élaborer et gérer l'univers digital de la marque	Collecte des données Élaboration d'un business plan Conception d'un plan marketing Réalisation de contenus multimédias	Réalisation d'une étude (de marché, sectorielle, marketing) pour le compte de l'entreprise Réalisée en groupe en centre, temps de l'épreuve sur une durée de 6 mois, dossier écrit et présentation orale. Réalisation d'un dossier individuel et en centre, temps de l'épreuve 6 heures. Dossier écrit et présentation orale	Respect du cahier des charges du client. Respect du délai des livrables. Solutions présentées et argumentées Respect de la charte graphique
Management RH et GEPP Management d'équipe Comportement professionnel	Animer une équipe au quotidien	Mobiliser les outils de formation (compte personnel de formation, VAE, CIF, Plan de formation de l'entreprise, etc.) adaptés à chaque collaborateur Participer à la réalisation d'un processus de recrutement	Mobiliser les différents outils de la formation professionnelle Concevoir et mettre en œuvre un processus de recrutement	Études de cas. Réalisée en groupe et en centre, temps de l'épreuve 2 heures. Dossier écrit Études de cas. Réalisée en groupe et en centre, temps de l'épreuve 2 heures. Dossier écrit	Mobilisation des outils conformément à la législation en vigueur Solution présente et argumentée

Ventes et distribution Stratégie Relation Client omnicanale Anglais Management interculturel		Mobiliser les outils d'évaluation (entretien d'évaluation annuelle, etc. ...)	Utiliser les outils d'évaluation (entretien d'évaluation annuel 360° ...)	Études de cas. Réalisée en groupe et en centre, temps de l'épreuve 2 heures. Dossier écrit. Passage du TOEIC et de Voltaire	Mobilisation adéquate des outils d'évaluation selon les besoins des collaborateurs
Comptabilité et stratégie d'entreprise Stratégie commerciale	Mener une négociation commerciale en B to B et en B to C en France et à l'international Concevoir et contrôler des budgets commerciaux	Élaborer et mobiliser un argumentaire de vente Construire et développer une base de données prospects clients Mobiliser les techniques de vente (prospection commerciale, téléphonique et physique, etc.) et de négociation Concevoir le plan d'action commercial (mobiliser les outils de planification, suivi tableau de bord ...)	Construire et mobiliser un argumentaire de vente Construire des fichiers de leads qualifiés Mettre en œuvre un processus de vente dans un contexte national ou international Élaborer un calendrier d'actions Déterminer les indicateurs clefs de performance Créer un tableau de bord commercial	Études de cas d'entreprise. Réalisée en groupe et en centre, temps de l'épreuve 2 heures. Dossier écrit Réalisation d'une étude pour le compte d'entreprises. Réalisée en groupe et en centre, temps de l'épreuve 2 heures. Dossier écrit Études de cas d'entreprises. Réalisée en groupe et en centre, temps de l'épreuve 2 heures. Dossier écrit	Pertinence et adéquation de l'argumentaire selon les Caractéristiques, Avantages, Preuves du produit/service et profil du prospect (techniques CAP, et SONCAS) Mobilisation des outils de suivi Mobilisation adéquate des outils financiers
Stratégie commerciale Comptabilité et stratégie d'entreprise	Participer au suivi et au contrôle des budgets marketing	Réaliser un suivi de la trésorerie de la clientèle, besoins en fonds de roulement, tableau de financement, crédit client ...	Mobiliser des marges, RRR (Rabais, Remises, Ristournes), éléments de crédit management	Études de cas. Réalisée en groupe et en centre, temps de l'épreuve 2 heures. Dossier écrit	Solutions présentées et argumentées

La totalité des blocs doit être validée pour obtenir la certification. Il ne peut pas y avoir de validation partielle du diplôme.

Compétences évaluable en milieu professionnel

Capacité à émettre un avis constructif sur un projet, des informations.

Capacité à prendre du recul.

Capacité à faire émerger des idées nouvelles

Capacité à penser collectif, à renforcer la cohésion. "Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin"

Capacité à s'intégrer au sein d'une équipe, à collaborer en bonne intelligence et fédérer l'équipe pour atteindre un objectif commun

Capacité à savoir prendre du recul pour analyser ses émotions et celles des autres pour ne pas les subir.

Capacité à se mettre au service de l'entreprise, de ses collègues mais aussi capacité à se mettre au service du client.

Capacité à argumenter et contre argumenter, à vendre ses idées, à convaincre.

Capacité à écouter, rebondir et interagir.

Capacité à s'adapter à des personnes, à des situations changeantes, en évolution.

Capacité à être proactif, audacieux, force de proposition, aller vers le Maître d'Apprentissage.

Capacité à s'exprimer clairement, à délivrer un message précis, concis, structuré et clair.

Capacité à être autonome (agir seul)

Capacité à se faire confiance et à avoir confiance en l'autre.

Capacité à voir le chemin pour atteindre l'objectif.

Capacité à prioriser, à identifier les choses essentielles des autres qui le sont moins