Référentiel du Titre

Manager en Stratégie d'Entreprise

Titre inscrit au RNCP (Répertoire National des Certifications Professionnelles) au niveau 7, par arrêté ministériel publié le 23 Novembre 2022

Session 2025-2027

SOMMAIRE
Manager en Stratégie d'Entreprise

I) REFERENTIEL DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES 3

A/ APPELLATIONS 3
B/ CERTIFICATEUR 3
C/ CHAMP D'ACTIVITE 3
D/ DESCRIPTION DES DOMAINES D'ACTIVITES ET METIERS VISES 4
E/ FINANCEMENTS 5

II) REFERENTIEL DE FORMATION PAR LA VOIE ACADEMIQUE 5

A/ PREREQUIS 5
B/ BLOCS DE COMPETENCES CONSTITUTIFS DU DIPLOME ET ORGANISATION PEDAGOGIQUE 6
1) Découpage modulaire par blocs de compétences 7
2) Organisation pédagogique 10
C/ PLANS DE COURS 12
D/ PERIODE EN MILIEU PROFESSIONNEL 12
E/ REFERENTIELS DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS 12
F/ REGLEMENT D'EXAMEN 13
1) Validation du titre RNCP 17
2) Les ECTS 17
3) Validation du double-diplôme : MBA Ecoris 18
4) Convocation et retard aux examens 18
5) Sujets d'examens et communication des résultats 18
6) Aménagement des examens 19
7) Bonus possibles 19
8) Pénalités possibles 19
9) Les mentions 19
10) Evaluation comportementale 20
11) Le report de notes 20
12) Absence aux examens 20
13) Contestations et voies de recours 20
14) Fraude et tricherie 20
G/ MODALITES D'EVALUATION PAR LA VOIE ACADEMIQUE 21
H/ JURYS DE VALIDATION ET DE CERTIFICATION 28
I/ EQUIVALENCES PAR UN DIPLOME ETRANGER 29

III) REFERENTIEL DE FORMATION PAR LA VOIE EXECUTIVE 29

A) EVALUATION PAR CAPITALISATION DE BLOCS 29

1) Définition d'un bloc de compétences 29
2) Prérequis 29
3) Validation du titre RNCP par capitalisation des blocs de compétences 29
4) Volume horaire par bloc de compétences 30
5) Modalités d'évaluation 31
6) Organisation du jury d'évaluation 31
7) Conditions de validation d'un bloc de compétences 31
8) Jury de certification 32

B) EVALUATION PAR LA VAE 33

1) Définition 33
2) La VAE : à quelles conditions ? 33
3) Validation du titre RNCP par la VAE 33
4) Déroulement de la VAE 33
5) Accompagnement à la VAE 34
6) Jury d'évaluation VAE 34
7) Jury de certification VAE 34

I) REFERENTIEL DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES

A/ Appellations

La validation des critères du présent référentiel permet l'obtention des diplômes suivants :

- **Manager en stratégie d'entreprise**

Titre inscrit au RNCP (Répertoire National de la Certification Professionnelle) au niveau 7 par arrêté ministériel publié au journal officiel le 9 août 2014, renouvelé par l'arrêté ministériel du 23/11/2022.
La fiche RNCP du titre « Manager en stratégie d'entreprise » est référencée sous le n° 37069.

La validation du titre permet aussi d'obtenir un double diplôme :

- **MBA Performance commerciale et entrepreneuriat** *(= MBA Business performance & entrepreneurship)*

Ou un autre diplôme en fonction de la spécialité choisie :

- **MBA Communication digitale et image de marque** *(= MBA Digital Communication & Branding)*
- **MBA Management & International Business** *(= MBA Management & International business)*
- **MBA Gestion de Patrimoine et Finance**[1] *(= MBA Finance & Wealth Management)*
- **MBA Management et Audit Financier**
- [2] *(= MBA Management & Financial audit)*

Pour cela, l'étudiant doit attester de l'un des niveaux suivants :

- Niveau B2 à la certification LINGUASKILL BUSINESS en anglais.
- Un score entre 785 et 944 points à la certification TOEIC en anglais.
- Un score entre 3.5 et 3.9 à la certification Bright Language en anglais.

De plus, une appellation « générique » peut être utilisée quelle que soit la spécialité choisie par le candidat :

- **MBA ou Mastère ou Major Manager en stratégie d'entreprise (MBA MSE)**

Le présent référentiel est valable pour le jury de validation organisé en 2026 et les jurys de certification organisés en 2027. Certains points du référentiel pourront faire l'objet de précisions par le biais de notes d'instructions pédagogiques.

B/ Certificateur

Ces diplômes sont délivrés exclusivement par Ecoris, seul certificateur habilité France Compétences.

C/ Champ d'activité

Le '**Manager en stratégie d'entreprise**' assume des fonctions d'orientation, d'organisation, de supervision et de management dans différents champs économiques de l'entreprise grâce à ses compétences pluridisciplinaires.
Il conseille et accompagne les dirigeants de l'entreprise dans l'élaboration de stratégies de transformation, d'adaptation et de conduite du changement.
Il conçoit les processus de changements organisationnels et managériaux (humains, technologiques, financiers, démarche qualité...) selon les finalités attendues. Pour ce faire, il développe une vision transversale de la structure et démontre une forte aptitude au management des hommes et des équipes.

[1] Voir annexe 16 – référentiel de formation GPF
[2] Voir annexe 17 – référentiel de formation MAF

D/ Description des domaines d'activités et métiers visés

Le manager en stratégie d'entreprise exerce son activité au sein d'une entreprise ou en tant que prestataire. Il élabore une stratégie adaptée à son entreprise (ou à l'entreprise cliente s'il est prestataire) puis la déploie auprès des équipes avant d'évaluer les résultats. Dans le cadre de la mise en œuvre de sa stratégie, il est amené à impulser et accompagner le changement en ayant recours à des ressources humaines et matérielles.

Le Manager en Stratégie d'entreprise est un stratège généraliste, capable de résoudre des problématiques complexes et d'assumer des fonctions d'encadrement, d'orientation et de conseil, d'organisation, de pilotage et de management de projet dans différents champs économiques de l'entreprise grâce à ses compétences pluridisciplinaires. Il possède cependant un domaine de prédilection.

Le manager en stratégie d'entreprise est une personne polyvalente pouvant intervenir dans différents secteurs d'activité (industrie, transports, services…) ayant des compétences à la fois analytiques pour définir une politique d'entreprise et fixer des objectifs, une capacité à élaborer une stratégie répondant aux objectifs fixés, et opérationnelles pour la mettre en œuvre au sein d'une fonction de l'organisation (commercial, finance, supply chain…). Il est à même de mettre en œuvre et piloter une démarche stratégique, adaptée au domaine d'intervention dans l'organisation.

Le manager en stratégie d'entreprise met en œuvre une démarche stratégique au sein d'une fonction clé de l'organisation (marketing, commerciale, achats, financière…), dans le respect de la stratégie générale de l'entreprise. De par ses compétences transversales, il sait notamment adapter sa stratégie au domaine d'activité stratégique dans lequel il intervient.

Le titulaire de la certification peut exercer les emplois suivants :

Domaine commercial
- Directeur commercial
- Directeur de magasin
- Responsable développement commercial
- Responsable commercial national ou international
- Chef de projet marketing national ou international
- Chef d'entreprise

Domaine digital
- Responsable de la communication digitale
- Responsable marketing de contenu
- Chef de projet digital
- Brand manager

Domaine fiscal, financier et patrimonial
- Chargé d'affaires entreprises
- Conseiller en gestion de patrimoine
- Responsable de la clientèle professionnelle
- Conseiller financier
- Directeur d'agence
- Responsable de dossiers
- Responsable Grands comptes

Les titulaires de la certification évoluent aussi fréquemment vers des fonctions plus transversales telles que Chef de projet ou Consultant (toute option). Grâce à leur ouverture d'esprit ou à leur domaine d'expertise stratégique pour l'entreprise, ils peuvent occuper ou évoluer vers des fonctions de direction générale ou comme chef d'entreprise.

E/ Financements

Afin de préparer le titre de **Manager en stratégie d'entreprise**, il est possible de recourir à différents financements :

- L'alternance,
- Le projet de transition professionnelle
- Le Compte Personnel de Formation (CPF)
- Le plan de développement des compétences
- Autre selon la situation du candidat

II) REFERENTIEL DE FORMATION PAR LA VOIE ACADEMIQUE

A/ Prérequis

Le titre de 'Manager en stratégie d'entreprise' est accessible en 1 an ou 2 ans.

➔ **Le parcours de formation sur 2 ans est ouvert à toute personne :**

- **Titulaire d'un Bac+3** (ou équivalent 180 crédits ECTS) obtenu suite à un parcours de formation initiale (statut d'élève ou d'étudiant), dans le domaine tertiaire, suite à un parcours de formation continue ou suite à une VAE. ***En cas de non-validation d'un Bac +3, le candidat ne sera pas admissible.***
- Ou faisant état d'un parcours de niveau **Bac+2 validé et de 3 années d'expérience professionnelle post BAC+2** dans le secteur tertiaire.

En outre, le candidat doit posséder :

- Des compétences avérées dans le domaine visé (marketing, communication, management...). Ces compétences sont évaluées lors **du test d'entrée en formation.** Le candidat doit obtenir **une note au moins équivalente à 10/20** pour être admis en formation.

➔ **L'accès direct à la 2ème année est ouvert à toute personne :**

- **Titulaire d'un Bac+4 dans les domaines considérés** (équivalent 240 crédits ECTS) obtenu suite à un parcours de formation initiale (statut d'élève ou d'étudiant), suite à un parcours de formation continue ou suite à une VAE. ***En cas de non-validation d'un Bac +4, le candidat ne sera pas admissible.***
- Ou faisant état d'un parcours de **niveau Bac+3 validé et de 3 années d'expérience** professionnelle post BAC+2 dans les domaines considérés.

En outre, pour être admis directement en 2ème année, le candidat doit posséder :

- Des compétences avérées dans le domaine visé (marketing, communication, management). Ces compétences sont **évaluées lors du test d'entrée en formation**. Le candidat doit obtenir **une note au moins équivalente à 12/20** pour être admis en formation.
- L'attestation d'un niveau B2 doit être fournie par le candidat à l'entrée en formation pour intégrer la spécialité « International Business » en 2ème année.

Le test d'entrée est fourni par Ecoris et doit impérativement être administré par l'organisme préparant à la certification[3].

***Le test d'entrée en 1ère et 2ème année est identique**. C'est **le résultat minimum exigé** qui varie.*

En plus de ce test d'entrée, tout candidat étranger est soumis à la validation d'un niveau B2 en français (type DELF).



Les dossiers des candidats admis ***directement en 2ème année*** doivent systématiquement être transmis à Ecoris pour validation **avant le 15 septembre**. Les éléments transmis doivent permettre au certificateur de vérifier que le candidat répond aux critères énoncés ci-dessus (diplômes, résultats au test d'entrée).

Mention particulière pour les sportifs de haut niveau et assimilés, inscrits sur la liste ministérielle des sportifs de haut niveau prévue à l'article L. 221-2 du Code du sport au cours de l'année concernée par leur demande : ils pourront accéder à la formation en deux ans s'ils valident un parcours de pré-formation référencé par Ecoris, avec test d'entrée et de niveau de sortie.

Dans tous les cas, les candidats devront remplir un dossier de candidature et prouver leur motivation au cours d'un entretien individuel.

B/ Blocs de compétences constitutifs du diplôme et organisation pédagogique[4]

Le titre **'Manager en stratégie d'entreprise'** est constitué de 4 blocs de compétences :

- **BLOC 1 :** « Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement »
- **BLOC 2 :** « Elaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle »
- **BLOC 3 :** « Développer son leadership et fidéliser les équipes »
- **BLOC 4 – option 1.1 :** « Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale »
- **BLOC 4 – option 1.2 :** « Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale (nationale et/ou internationale) »
- **BLOC 4 – option 2** : « Piloter et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale »

La formation se déroule sur 2 années, chacune scindée en 2 semestres.
La 1ère année permet de valider les blocs 1 et 2.
La 2ème année permet de valider les blocs 3 et 4.

[3] Cette règle ne concerne pas les candidats qui poursuivent leurs études dans le même établissement et qui disposent d'un dossier scolaire jugé satisfaisant.

[4] Pour le découpage des spécialités « Gestion de Patrimoine et Finance » et « Audit Financier » se référer aux annexes 16 et 17.

1) Découpage modulaire par blocs de compétences

BLOC 1 : Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement

Matières	Objectifs
Stratégie d'entreprise	Assimiler et maîtriser les concepts d'opérationnalisation d'une stratégie d'entreprise.
Veille stratégique et juridique	Analyser l'entreprise et son environnement grâce à la réalisation d'une veille juridique
Stratégie marketing	Bâtir une stratégie marketing d'entreprise et la décliner en plan marketing mix en BtoB comme BtoC.
Management de la qualité	Intégrer une démarche qualité (SMQ) au seuil de l'entreprise en s'appuyant sur des normes ISO telles que la norme ISO 9001:2015
Stratégie commerciale	Développer un savoir-faire commercial concret et opérationnel transposable, par exemple, à un projet de création d'entreprise.
Droit des affaires	Maîtriser les règles juridiques fondamentales qui régissent la création et la vie des sociétés.
Business model durable et collaboratif	Fournir aux étudiants une compréhension approfondie des entreprises circulaires et régénératrices, tout en les engageant activement dans des projets pratiques et collaboratifs. Maîtriser les concepts clés des entreprises circulaires et régénératrices et les appliquer de manière pratique et stratégique dans leur futur environnement professionnel.

BLOC 2 : Elaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle

Matières	Objectifs
Pilotage stratégique et opérationnel	Mettre en œuvre le pilotage stratégique et opérationnel de l'entreprise au travers des outils du contrôle de gestion.
Stratégie e-business et omnicanale	Élaborer une stratégie omnicanale et matérialiser l'expérience client
Etude de marché et comportements du consommateur	Mieux connaître son marché et ses consommateurs. S'initier aux principaux processus psychologiques qui sous-tendent les choix, préférences et décisions des consommateurs. Connaître la démarche et la mise en œuvre de la recherche Marketing.
Stratégie de marque	Savoir définir une stratégie de marque au sein d'un groupe multimarques, une stratégie et un plan de communication et les piloter.
Marketing opérationnel	Définir et mettre en place le plan d'action marketing client omnicanal.
Distribution et logistique	Connaître les dimensions de la distribution logistique afin d'optimiser les flux commerciaux et les stocks pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.

BLOC 3 : Développer son leadership et fidéliser les équipes

Matières	Objectifs
Management de projet	Conduire un projet en termes de performances commerciales, de qualité, de contrôle des coûts et de maîtrise des délais. Coordonner une équipe autour d'un projet global.
Leadership	Asseoir son leadership par un management situationnel afin de promouvoir les compétences individuelles et collectives de l'équipe pour développer motivation, autonomie et efficience collaborative.
Politique de communication interne	Bâtir la stratégie de communication interne d'une entreprise et sa marque employeur et la décliner en plan de communication.
Conduite du changement	Piloter un changement en entreprise, en construisant le système de pilotage, de formation et de communication.

BLOC 4 – option 1 : Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale

Bloc optionnel	Matières	Objectifs
Option 1.1 : Spécialité Performance commerciale et entrepreneuriat	Expertise commerciale	Maitriser la négociation avec les acheteurs professionnels, établir des propositions commerciales adaptées, se faire connaitre dans les réseaux et clubs d'entreprises.
	Stratégie d'achats	Connaître le rôle stratégique de la fonction achats, son impact sur les résultats, et acquérir des aptitudes à négocier et contractualiser les acquis de la négociation.
	Culture entrepreneuriale	Développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise mais aussi transmettre cette culture à son équipe.
	Culture et négociation	Réussir son développement commercial à l'international grâce à la compréhension des différences culturelles.
	Management de la force de vente	Manager et motiver une équipe commerciale, fidéliser les collaborateurs.
Option 1.2 : Spécialité International business	International law	Understanding the international law environnent so as to manage properly import/export operations.
	Marketing	Identify potential countries. Define a launch strategy.
	International finance	Analyzing a multinational company financial situation through the financial diagnostic, help managers in the decision making process of choosing the best investment and the best financing method, lead them to best manage Import/Export Operations.
	Culture et négociation	Réussir son développement commercial à l'international grâce à la compréhension des différences culturelles.
	Management de la force de vente	Manager et motiver une équipe commerciale, fidéliser les collaborateurs.

BLOC 4 – option 2 : Piloter et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale

Matières	Objectifs
Webmarketing	Maîtriser les différents leviers webmarketing et les outils d'analyse et de mesure.
Développement de sites internet	Maîtriser les différentes étapes de l'élaboration d'un site internet.
Créativité digitale	Définir et piloter une stratégie de communication digitale.
Content marketing	Comprendre l'importance du content marketing dans une stratégie digitale globale. Maîtriser les différents formats de contenu : articles de blog, vidéos, infographies, e-books. Identifier les besoins des audiences cibles pour proposer des contenus à forte valeur ajoutée.

NB : Les blocs de compétences restent inchangés durant toute la durée d'enregistrement du titre au RNCP.

Autres spécialités au choix

« Gestion de Patrimoine et Finance », *voir Annexe 16*
« Management et Audit Financier », *voir Annexe 17*

2) Organisation pédagogique

A chaque matière correspond un nombre déterminé de séances.
L'organisation pédagogique des enseignements doit être établie sur la base de demi-journées de 3h30 à 4h00, **le nombre de séances par module doit impérativement être respecté (nombre de séances total et nombre de séances à planifier avant la fin du 1er semestre (P1)).**

Bloc	Matière[5]	Nombre de séances à planifier	Période P1 = semestre 1 P2 = semestre 2	Volume horaire minimum à respecter
1ère année				
-	Team Building	2	P1	7
-	Créativité digitale	4	2 P1 – 2 P2	14
1	Stratégie d'entreprise	8	P1	28
1	Veille stratégique et juridique	5	P1	17,5
1	Stratégie marketing	6	P1	21
1	Management de la qualité	5	P1	17,5
1	Stratégie commerciale	6	P2	21
1	Droit des affaires	3	P2	10,5
1	Business model durable et collaboratif	6	P2	21
2	Pilotage stratégique et opérationnel	5	P1	17,5
2	Stratégie e-business et omnicanale	6	P1	21
2	Etude de marche et comportements du consommateur	9	P1	31,5
2	Stratégie de marque	6	P2	21
2	Marketing opérationnel	7	P2	24,5
2	Distribution et logistique	8	P2	28
-	Mémoire de projet professionnel	7	P2	24,5
-	Anglais	7	3 P1 - 4 P2	24,5
-	Autonomie	4	P2	14
2ème année				
3	Management de projet	**6**	P1	21
3	Leadership	5	P1	17,5
3	Politique de communication interne	6	P2	21
3	Conduite du changement	5	P2	17,5

[5] Pour le découpage en « Gestion de patrimoine et Finance » et « Audit Financier » : voir annexes 16 et 17.

Bloc	Matière	Nombre de séances à planifier	Période P1 = semestre 1 P2 = semestre 2	Volume horaire minimum à respecter
4 option 1.1	Expertise commerciale	5	P1	17,5
	Stratégie d'achats	8	P1	28
	Culture entrepreneuriale	11	6 P1 - 5 P2	38,5
	Culture et négociation	5	P2	17,5
	Management de la force de vente	5	P2	17,5
4 option 1.2	International law	5	P1	17,5
	International finance	9	P1	31,5
	Marketing	10	5 P1 - 5 P2	35
	Culture et négociation	5	P2	17,5
	Management de la force de vente	5	P2	17,5
4 option 2	Webmarketing	9	5 P1 - 4 P2	31,5
	Développement de sites internet	9	4 P1 - 5 P2	31,5
	Créativité digitale	9	6 P1 - 3 P2	31,5
	Content marketing	7	4 P1 - 3 P2	24,5
-	Anglais	7	4 P1 - 3 P2	24,5
-	Mémoire professionnel	16	8 P1 - 8 P2	56
-	PITCH (séances d'accompagnement)	8	P2	28
-	Autonomie	5	2 P1 – 3 P2	17.5

Evaluations 1ère année	Période 1 Heures	Période 2 Heures	Evaluations 2ème année	Période 1 Heures	Période 2 Heures
Examens écrits	14h	14h	Examens écrits	14h	14h
Examens oraux	7h	7h	Examens oraux	7h	14h

Soit un total minimum de 658 heures de formation (364h en M1 et 294h en M2) pour des séances de 3.5 h réparties sur 94 jours.

Aux 658 heures de formation viennent s'ajouter 119 heures d'examens en M1 et M2 (dont 28h de PITCH = 8 séances d'accompagnement à planifier du lundi au jeudi. Ces 28h ne comprennent pas les soutenances orales finales du projet).

L'ajout des séances de TD sur certains modules incombera à chaque école pour que le contenu des plans de cours puisse être réalisé.

Dans le cadre d'un contrat d'apprentissage, 5 journées de révision peuvent être rajoutées au planning de formation (5 journées à répartir sur les deux années de contrat de formation).

L'enseignement peut aussi être proposé à distance (e-learning), totalement ou partiellement.

C/ Plans de cours

Les plans de cours officiels sont accessibles sur Ecoris Connect.
Les formateurs doivent les appliquer rigoureusement afin de respecter la progression pédagogique prévue par les formateurs référents de chaque module. Ce point sera vérifié lors des contrôles des plans de cours semestriels réalisés par l'organisme préparant à la certification et vérifié par Ecoris lors de l'audit. En cas de difficultés, les intervenants peuvent contacter le formateur référent de la matière, dont les coordonnées sont accessibles sur Ecoris Connect.

D/ Période en milieu professionnel

Le candidat à la certification professionnelle de **'*Manager en stratégie d'entreprise'*** doit accomplir une période en milieu professionnel à temps plein dans un ou plusieurs établissements de son secteur d'activité, **pour une période minimum de 60 jours, ou 420 heures pour des journées de 7h, en 1ère ET en 2ème année.**
Le but de cette période est de compléter sa formation par des pratiques professionnelles concrètes correspondant aux compétences exigées pour l'obtention de la certification. Cette période en entreprise permet également d'acquérir des qualités relationnelles, des attitudes, des comportements professionnels et de développer le sens des responsabilités et de l'autonomie par l'adaptation aux réalités et aux exigences de l'emploi.
De manière à justifier de cette expérience, les candidats joindront à leur mémoire une copie de leur convention de stage, attestation de présence en entreprise, contrat de professionnalisation ou autre. Cette période en entreprise devra être obligatoirement réalisée avant la présentation du candidat au jury de validation (M1) ou au jury de certification (M2). D'un point de vue pédagogique, la période en entreprise devra être réalisée au plus tôt afin de faciliter la rédaction du mémoire. Dans le cas contraire, le candidat pourra baser sa recherche sur un projet d'étude fictif en lien avec la certification visée.
Un candidat qui n'aurait pas réalisé cette période en milieu professionnel, ne pourra pas valider la certification. Il conservera toutefois le bénéfice des notes acquises pendant 5 ans et pourra être présenté lors d'un jury de certification ultérieur organisé par Ecoris, sous condition de présentation de la justification de l'expérience minimale requise. Le candidat sera soumis au nouveau référentiel de formation en vigueur au moment de sa présentation au jury.

E/ Référentiels des compétences et des savoirs

Chaque module poursuit l'objectif d'acquérir un certain nombre de compétences et savoirs, définis en début d'année par les formateurs référents. Ce sont ces différents points qui sont évalués tout au long de l'année. **Une fiche récapitulative, appelée fiche BECS (Bilan d'Evaluation des Compétences et des Savoirs) est établie pour chaque module et pour chaque semestre**. **Elle a vocation à être remplie, suite aux évaluations des périodes 1 et 2, sur la base du travail fourni par l'apprenant tout au long du semestre et des résultats obtenus au partiel.**

La fiche indique :
- ✓ l'identité du candidat
- ✓ l'intitulé et l'objectif général de la matière,
- ✓ les compétences (capacités) et les savoirs (connaissances) à acquérir pour cette matière. Chaque critère est évalué selon les choix suivants : acquis, partiellement acquis ou non acquis.

Grâce aux évaluations écrites de fin de période et aux exercices effectués en cours, les formateurs doivent être en mesure de compléter la fiche BECS en fin de période 1 et/ou 2.

Annexes 3 : Fiches BECS (Bilan d'évaluation des Compétences et des Savoirs).

F/ Règlement d'examen

Chaque matière fait l'objet d'évaluation en fin de période, selon des coefficients différents. L'obtention du titre ***'Manager en stratégie d'entreprise'*** correspond au système d'évaluation suivant :

1ère année[6]

Blocs de compétences / Matières	Evaluations	Période 1	Période 2	TOTAL	Crédits ECTS
Bloc 1 Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement					
. Stratégie d'entreprise	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	6		6	
. Veille stratégique et juridique	. 1 CCF	3		3	
. Stratégie marketing	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	5		5	
. Management de la qualité	. 1 épreuve écrite .1 CCF	3		3	**31**
. Stratégie commerciale	. 1 épreuve écrite . 1 CCF		7	7	
. Droit des affaires	. 1 épreuve écrite		3	3	
. Business model durable et collaboratif	. 1 CCF		4	4	
Bloc 2 Élaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle					
. Pilotage stratégique et opérationnel	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	4		4	
. Stratégie e-business et omnicanale	. 1 épreuve orale . 1 CCF	4		4	
. Etude de marche et comportements du consommateur	. 1 épreuve orale . 1 CCF	5		5	
. Stratégie de marque	. 1 épreuve orale . 1 CCF		6	6	**29**
. Marketing opérationnel	. 1 épreuve orale . 1 CCF		6	6	
. Distribution et logistique	. 1 épreuve écrite . 1 CCF		4	4	
Bloc Projet professionnel					
. Mémoire professionnel	. 1 CCF *(note comptabilisée en M2)*				
Bloc complémentaire (validation du MBA Ecoris)					
. Anglais					
	TOTAL	**30**	**30**	**60**	**60**

[6] *Pour les spécialités « Gestion de Patrimoine et Finance » et « Audit Financier » se référer aux annexes 16 et 17.*

2ème année – autre spécialité : Performance commerciale et Entrepreneuriat

Blocs de compétences / Matières	Evaluations	Période 1	Période 2	Période 2 *report note M1*	TOTAL	Crédits ECTS
Bloc 3 Développer son leadership et fidéliser les équipes						
. Management de projet	. 1 CCF	4			4	**13**
. Leadership	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	4			4	
. Politique de communication interne	. 1 CCF		2		2	
. Conduite du changement	. 1 épreuve écrite . 1 CCF		3		3	
Bloc 4 Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale						
. Expertise commerciale	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	6			6	**25**
. Stratégie d'achats	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	5			5	
. Culture entrepreneuriale	. 2 épreuves écrites (P1 et P2) . 2 CCF (P1 et P2)	4	5		9	
. Culture et négociation	. 1 épreuve écrite . 1 CCF		2		2	
. Management de la force de vente	. 1 épreuve écrite . 1 CCF		3		3	
Bloc Projet professionnel						
. Mémoire professionnel	. 1 CCF formateur (report de note de 1ère année)			2	2	**22**
	. 2 épreuves orales	5	6		16	
	. 1 CCF formateur (P1) + 1 CCF formateur (P2)	2	2			
	. 1 CCF tuteur (P2)		1			
. Pitch	. 1 épreuve orale		4		4	
Bloc complémentaire (validation du MBA Ecoris)						
. Anglais	. 1 test de niveau CECRL	**Niveau B2 minimum**				
	TOTAL	**30**	**28**	**2**	**60**	**60**
			30			

2ème année – autre spécialité : International business

Blocs de compétences / Matières	Evaluations	Période 1	Période 2	Période 2 *report note M1*	TOTAL	Crédits ECTS
Bloc 3 Développer son leadership et fidéliser les équipes						
. Management de projet	. 1 CCF	4			4	**13**
. Leadership	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	4			4	
. Politique de communication interne	. 1 CCF		2		2	
. Conduite du changement	. 1 épreuve écrite . 1 CCF		3		3	
Bloc 4 Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale (nationale et internationale)						
. International law	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	4			4	**25**
. International finance	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	5			5	
. Marketing	. 2 épreuves écrites (P1 et P2) . 2 CCF (P1 et P2)	6	4		10	
. Culture et négociation	. 1 épreuve écrite . 1 CCF		3		3	
. Management de la force de vente	. 1 épreuve écrite .1 CCF		3		3	
Bloc Projet professionnel						
. Mémoire professionnel	. 1 CCF formateur (report de note de 1ère année)			2	2	**22**
	. 2 épreuves orales	5	6		16	
	. 1 CCF formateur (P1) + 1 CCF formateur (P2)	2	2			
	. 1 CCF tuteur (P2)		1			
. Pitch	. 1 épreuve orale		4		4	
Bloc complémentaire (validation du MBA Ecoris)						
. Anglais	. 1 test de niveau CECRL	**Niveau B2 minimum**				
TOTAL		**30**	**28**	**2**	**60**	**60**
			30			

2ème année – autre spécialité : Communication digitale et Image de marque

Blocs de compétences / Matières	Evaluations	Période 1	Période 2	Période 2 *report note M1*	TOTAL	Crédits ECTS
Bloc 3 Développer son leadership et fidéliser les équipes						
. Management de projet	. 1 CCF	4			4	**13**
. Leadership	. 1 épreuve écrite . 1 CCF	4			4	
. Politique de communication interne	. 1 CCF		2		2	
. Conduite du changement	. 1 épreuve écrite . 1 CCF		3		3	
Bloc 4 Piloter et mettre en œuvre une stratégie digitale						
. Webmarketing	. 2 épreuves orales (P1 et P2) . 2 CCF (P1 et P2)	4	3		7	**25**
. Développement de sites internet	. 2 épreuves orales (P1 et P2) . 2 CCF (P1 et P2)	3	3		6	
. Créativité digitale	. 2 épreuves orales (P1 et P2) . 2 CCF (P1 et P2)	4	2		6	
. Content marketing	. 2 épreuves orales (P1 et P2) . 2 CCF (P1 et P2)	4	2		6	
Bloc Projet professionnel						
. Mémoire professionnel	. 1 CCF formateur (report de note de 1ère année)			2	2	**22**
	. 2 épreuves orales	5	6		16	
	. 1 CCF formateur (P1) + 1 CCF formateur (P2)	2	2			
	. 1 CCF tuteur (P2)		1			
. Pitch	. 1 épreuve orale		4		4	
Bloc complémentaire (validation du MBA Ecoris)						
. Anglais	. 1 test de niveau CECRL	**Niveau B2 minimum**				
	TOTAL	**30**	**28**	**2**	**60**	**60**
			30			

IMPORTANT

Les épreuves écrites/orales ont lieu lors des sessions de partiels de fin de 1er ou de 2nd semestre. Elles comptent pour **60% de la note finale.**

Les contrôles en cours de formation (CCF) ont lieu durant les séances de cours. Ils comptent pour **40% de la note finale.**
Lorsqu'une épreuve est prévue en partiel, la création de l'évaluation en contrôle continu est laissée à la discrétion de l'intervenant en charge du module. Des indications sont toutefois données dans le plan de cours.

Néanmoins, lorsqu'un module est évalué uniquement par CCF, ce dernier compte pour 100% de la note finale.
A l'inverse, lorsqu'un module est évalué uniquement sous forme d'épreuve écrite/orale, celle-ci compte alors pour 100% de la note finale.

1) Validation du titre RNCP

Le titre est obtenu lorsque le candidat répond aux conditions suivantes :

Les moyennes pondérées :

- 1ère année - Bloc 1 ≥ 10/20 (soit 310 points)
- 1ère année - Bloc 2 ≥ 10/20 (soit 290 points)
- 2ème année - Bloc 3 ≥ 10/20 (soit 130 points)
- 2ème année - Bloc 4 ≥ 10/20 (soit 250 points)
- 2ème année - Bloc projet professionnel ≥ 10/20 (soit 220 points)
- Moyenne générale par année ≥ 10 (soit 600 points)

D'autre part, le candidat devra attester de :

- ✓ 60 jours (ou 420h) de présence en entreprise (cf paragraphe II) D/)
- ✓ D'un volume d'absences, justifiées ou non, inférieur à 10% du volume horaire annuel total de la formation (en M1 et en M2).

Tout candidat dont le nombre d'absences, **justifiées ou non**, dépasse 10% du temps de formation est susceptible de ne pas être autorisé à se présenter aux partiels de fin de semestre. Il peut rattraper ces heures par le biais des modules en e-learning, sous réserve d'une demande spéciale et écrite justifiant la nécessité du recours au e-learning. Dans le cas contraire, le jury de certification se réserve la possibilité d'invalider la note obtenue en mémoire (soutenance orale du semestre 2 de 2ème année).

Les matières d'un même bloc de compétences se compensent entre le semestre 1 et le semestre 2. Toutefois les blocs de compétences ne se compensent pas entre eux.

2) Les ECTS

Le système des ECTS (European Credit Transfer System ou Système Européen de Crédits Transférables) est fondé sur une normalisation de la comptabilisation de la progression des études supérieures de façon homogène. L'objectif est de favoriser la mobilité en Europe en facilitant la reconnaissance des études et de donner une meilleure transparence au cursus.
Le système, employé en Europe et pour les formations d'ECORIS, repose sur la règle suivante : 1 an = 60 crédits ECTS. Dans le cas où le candidat valide le titre, qui se tient sur deux années, il obtient donc 120 crédits ECTS (non applicable pour la VAE).

3) Validation du double-diplôme : MBA Ecoris

Dans le cadre d'une logique de double diplôme, il convient de distinguer les conditions de validation :

- ✓ Du titre niveau 7 inscrit au RNCP, à vocation nationale, d'une part,
- ✓ Et du diplôme à vocation internationale, intitulé MBA (Master of Business Administration), selon la spécialité choisie en 2ème année, d'autre part.

Ainsi, le MBA Ecoris est validé lorsque le candidat répond aux critères d'évaluation du titre RNCP énoncés ci-dessus et justifie d'un niveau d'anglais équivalent au niveau B2 au CECRL.

Ce niveau peut être attester par le biais de l'une des certifications suivantes :

- ✓ Linguaskill business : *niveau B2*
- ✓ TOEIC : *entre 785 et 944 points*
- ✓ Bright Language : *score entre 3.5 et 3.9*

Les candidats en parcours académique seront évalués à l'aide d'un test de niveau conforme au niveau CECRL.

Les candidats ayant obtenu le titre RNCP disposent de 5 années pour présenter une attestation officielle de réussite de niveau B2 à l'une des certifications citées ci-dessus et ainsi valider le MBA Ecoris.

4) Convocation et retard aux examens

Chaque centre organise les épreuves écrites et orales de ses candidats en se conformant au planning d'examens défini par Ecoris et déposé chaque année sur Ecoris Connect. Chaque centre de formation veille à respecter les consignes d'organisation et de surveillance établies par Ecoris.
Les convocations aux examens sont communiquées aux candidats pour la 1ère et la 2ème période de chaque année. Celles-ci sont établies et transmises par chaque centre de formation, par mail ou par courrier. Aucun formalisme n'est imposé par le certificateur. Toutefois, les aménagements d'épreuves validés par Ecoris devront être mentionnés sur la convocation des candidats concernés.

En cas de retard, l'accès à la salle est interdit à tout candidat qui se présente plus de trente minutes après le début de l'épreuve. L'accès à la salle est subordonné à l'accord préalable du responsable d'établissement ou, à défaut, de son représentant. Aucun temps supplémentaire de composition n'est accordé au candidat arrivé en retard. La mention du retard et de ses circonstances est portée sur le procès-verbal d'examen.

5) Sujets d'examens et communication des résultats

Les sujets de partiels des périodes 1 et 2, de 1ère et 2ème année, sont communiqués par Ecoris, quelques jours avant les épreuves, sur Ecoris Connect. L'impression des sujets incombe à chaque centre de formation qui veille à ce que les sujets restent confidentiels jusqu'au jour de l'épreuve.

A l'issue des épreuves, les corrigés et grilles d'évaluation sont déposés par Ecoris sur Ecoris Connect. Chaque formateur se charge de la correction des copies de ses étudiants. Chaque centre de formation saisi les notes de ses candidats sur Ecoris Note puis procède à l'édition des relevés de notes intermédiaires à l'aide de cet outil. Un bilan intermédiaire (type conseil de classe), doit être organisé par chaque établissement à l'issue du 1er semestre.
Les relevés de notes, les fiches BECS complétées ainsi que les grilles d'évaluation des épreuves orales doivent être remis aux candidats et à leur tuteur, à la fin de chaque semestre.

A l'issue du jury de validation, le certificateur transmet les relevés de notes définitifs de 1ère année de chaque candidat.
A l'issue du jury de certification, le certificateur transmet les relevés de notes définitifs de 2ème année de chaque candidat. Les diplômes sont transmis par courrier au centre de formation après le jury de certification.

6) Aménagement des examens

Les candidats en situation de handicap ou ayant des besoins spécifiques peuvent bénéficier de mesures particulières pour l'aménagement des épreuves d'examens. Chaque école veille à informer ses candidats de l'existence de ce dispositif d'aménagement des examens, dès le début de l'année scolaire.
Les candidats concernés doivent remplir un formulaire de demande d'aménagement disponible sur Ecoris Connect. Après examen de la demande, la décision du certificateur est communiquée au service administratif de l'école, qui informera le candidat des aménagements accordés.
Les demandes doivent être soumises avant l'envoi des convocations par l'établissement organisateur, sauf en cas d'apparition ou d'évolution significative du handicap. Tous les frais d'aménagements d'épreuves sont à la charge du partenaire ou du candidat. Les aménagements définis sont applicables aux épreuves de partiels et aux épreuves en cours de formation (CCF), hormis les épreuves de groupe.

7) Bonus possibles

Différents bonus sont possibles dans la limite de 30 points. Ceux-ci viennent s'ajouter à la moyenne générale de 2ème année uniquement. Les bonus sont attribués sous réserve de la présentation d'une attestation justifiant l'obtention de ces certifications :

- ✓ Certification LINGUASKILL Business en anglais niveau C1 ou certification Bright Language niveau 4 ou 945 points à la certification TOEIC : 10 points
- ✓ Certification Voltaire, 700 points minimum ou certification Le Robert, 750 points minimum : 10 points
- ✓ PCIE START (4 modules validés) ou TOSA niveau avancé 750 points : 10 points

8) Pénalités possibles

Des pénalités peuvent être appliquées par l'organisme préparant à la certification :

- En cas de non-respect de la date de rendu du mémoire professionnel (dossier écrit final), nous considérons 1 point de pénalité par jour de retard. Les points sont soustraits à la note du CCF de mémoire semestre 2, année 2 (grille d'évaluation formateur).
- En cas de non-respect de la date de rendu pour tout autre dossier écrit, 1 point par jour de retard soustrait à la note finale de la matière concernée.
- En cas de non rendu du dossier final de mémoire professionnel, l'étudiant ne sera pas autorisé à se présenter au grand oral et obtiendra de fait la note de 0/20 aux CCF de semestre 2 et la note de 0/20 au partiel du semestre 2 (2ème année).
- En cas de taux de plagiat supérieur à 10% sur le dossier final de mémoire professionnel, les pénalités suivantes seront appliquées :
  - Taux de plagiat compris entre 11 et 15% : 2 points de pénalité soustraits à la note du CCF de mémoire semestre 2 (grille d'évaluation formateur)
  - Taux de plagiat compris entre 16 et 20% : 5 points de pénalité soustraits à la note du CCF de mémoire semestre 2 (grille d'évaluation formateur)
  - Taux de plagiat compris entre 21 et 30% : note finale du CCF de mémoire semestre 2 divisée par 2 (grille d'évaluation formateur).
  - Au-delà de 30% de plagiat : l'étudiant ne sera pas autorisé à se présenter au grand oral et obtiendra de fait la note de 0/20 aux CCF de semestre 2 (grilles d'évaluation formateur et tuteur) et la note de 0/20 au partiel du semestre 2.

9) Les mentions

Des mentions sont attribuées selon les critères suivants :

- ✓ De 12 à 13,99 : mention Assez Bien
- ✓ De 14 à 15,99 : mention Bien
- ✓ A partir de 16 : mention Très Bien

10) Evaluation comportementale

Les établissements dispensant la formation complètent une fiche d'évaluation comportementale sur Ecoris Note. Cette fiche permet d'apprécier l'attitude du candidat en formation, son assiduité et la qualité de son travail en entreprise. Les établissements indiquent également le nombre d'heures d'absences (justifiées et injustifiées) ainsi que le nombre d'heures total de la formation (en 1ère et en 2ème année). Un commentaire d'appréciation globale doit obligatoirement être mentionné pour chaque candidat. Ces éléments seront portés à la connaissance du jury de validation et du jury de certification afin de faciliter les échanges et les débats concernant chaque candidat. Les établissements doivent donc veiller à fournir des éléments les plus détaillés et objectifs possibles. (voir paragraphe II)F/1) Validation du titre RNCP).

11) Le report de notes

Aucune épreuve de rattrapage n'est organisée. Cependant, **toute note acquise est valable pour une durée de 5 ans**. Toute note supérieure à 10/20 est définitivement validée. Un candidat ayant échoué à une session pourra repasser les épreuves de son choix (à condition d'avoir obtenu une note inférieure à 10/20) à une ou plusieurs sessions ultérieures pendant 5 ans. Ceci n'est pas applicable aux contrôles en cours de formation (CCF), sauf dérogation accordée par le certificateur.

Toute nouvelle note se substituera définitivement à la note précédemment obtenue et la validation de son diplôme sera étudiée lors du jury de certification sur la base du référentiel en cours.

12) Absence aux examens

En cas d'absence à une épreuve d'examen prévue au calendrier officiel des épreuves nationales, aucune autre date ne peut être proposée au candidat, et ce, quel que soit le motif de l'absence. Le candidat peut néanmoins se présenter à une session ultérieure.
Tout candidat absent le jour de l'épreuve se voit attribuer la note de 0/20 (note non éliminatoire).
Toutefois, en cas d'absence justifiée lors d'un contrôle en cours de formation (CCF), l'école veille à réorganiser l'épreuve pour le candidat concerné. En cas de nouvelle absence, le candidat se voit attribuer la note de 0/20 à l'épreuve de CCF.

Les candidats en arrêt de travail ou en congé maternité ne sont pas autorisés à passer les examens, sauf dérogations exceptionnelles accordées par Ecoris. Toute demande de dérogation doit être accompagnée de justificatifs médicaux et sera examinée au cas par cas.

13) Contestations et voies de recours

En cas de contestation, un candidat peut faire une réclamation et demander à consulter sa copie et/ou sa grille d'évaluation, sur demande écrite. Le candidat peut alors vérifier qu'il n'y a pas eu d'erreur matérielle, comme une erreur de comptage des points ou de transcription de sa note entre sa copie et son relevé de notes.
La demande de consultation peut être effectuée pendant 2 mois à compter de la publication des résultats. Passé ce délai, aucune contestation ne sera recevable.
Le jury et les correcteurs sont souverains. Ainsi, aucune suite ne peut être donnée aux requêtes des candidats qui demanderaient une nouvelle correction de leur(s) copie(s).
En cas d'erreur matérielle avérée, Ecoris s'engage à modifier la ou les note(s) concernée(s). Le dossier du candidat sera soumis au prochain jury de certification organisé par Ecoris, sans impact des éventuelles modifications du référentiel de formation.

14) Fraude et tricherie

Tout candidat surpris en train de tricher au cours d'une épreuve de partiels se verra attribuer la note de 0/20. Les faits seront relatés par le surveillant ou le responsable d'établissement sur le procès-verbal de l'épreuve. Toutefois le candidat pourra se présenter aux autres épreuves planifiées sans être pénalisé.

G/ Modalités d'évaluation par la voie académique

MSE 1 – 1er semestre						
BLOC	**MODULE**	**OBJECTIF**	**Contrôle en cours de formation**	**Partiel Modalités et Durée**	**Nombre de séances**	**Annexes**
-	**Team building**	Créer une dynamique de groupe et une cohésion de la nouvelle promotion.	Pas d'évaluation	Pas d'évaluation	2	-
-	**Créativité digitale**	Découvrir les principales fonctionnalités de Photoshop ou Photopea.	Pas d'évaluation	Pas d'évaluation	2	-
1	**Stratégie d'entreprise**	Assimiler et maîtriser les concepts d'opérationnalisation d'une stratégie d'entreprise.	cf Plan de cours	Ecrit 4h	8	**Annexe 3.1** : Fiche BECS
1	**Veille stratégique et juridique**	Analyser l'entreprise et son environnement grâce à la réalisation d'une veille juridique.	Evaluation sous forme de contrôle continu uniquement cf Plan de cours	Pas d'évaluation	5	**Annexe 3.2**: Fiche BECS **Annexe 4 :** Grille évaluation
1	**Stratégie marketing**	Bâtir une stratégie marketing d'entreprise et la décliner en plan marketing mix en BtoB comme BtoC.	cf Plan de cours	Ecrit 4h	6	**Annexe 3.3** : Fiche BECS
1	**Management de la qualité**	Intégrer une démarche qualité (SMQ) au seuil de l'entreprise en s'appuyant sur des normes ISO telles que la norme ISO 9001:2015.	cf Plan de cours	Ecrit 3h	5	**Annexe 3.4** : Fiche BECS
2	**Pilotage stratégique et opérationnel**	Mettre en œuvre le pilotage stratégique et opérationnel de l'entreprise au travers des outils du contrôle de gestion.	cf Plan de cours	Ecrit 3h	5	**Annexe 3.5** : Fiche BECS
2	**Stratégie e-business et omnicanale**	Élaborer une stratégie omnicanale et matérialiser l'expérience client.	cf Plan de cours	Soutenance collective de projet **30mn : Soutenance** **20mn : Echange jury** **10mn : Délibérations jury** 2 évaluateurs par jury dont le formateur	6	**Annexe 3.6** : Fiche BECS **Annexe 5 écrit** : Grille évaluation **Annexe 5 oral** : Grille évaluation
2	**Etudes de marché et comportements du consommateur**	Mieux connaître son marché et ses consommateurs. S'initier aux principaux processus psychologiques qui sous-tendent les choix, préférences et décisions des consommateurs. Connaître la démarche et la mise en œuvre de la recherche Marketing.	cf Plan de cours	Soutenance collective de projet **30mn : Soutenance** **20mn : Echange jury** **10mn : Délibérations jury** 2 évaluateurs par jury dont le formateur	9	**Annexe 3.7** : Fiche BECS **Annexe 6 écrit** : Grille évaluation **Annexe 6 oral** : Grille évaluation
-	**Anglais**	Entraînement pour amener l'étudiant à un niveau B2 en anglais des affaires qui lui permettra de fonctionner de manière autonome dans un contexte professionnel.	Pas d'évaluation	Pas d'évaluation	3	-

MSE 1 – 2ème semestre

BLOC	MODULE	OBJECTIF	Contrôle en cours de formation	Partiel Modalités et Durée	Nombre de séances	Annexes
-	**Créativité digitale**	Découvrir les principales fonctionnalités de Photoshop ou Photopea.	Pas d'évaluation	Pas d'évaluation	2	-
1	**Stratégie commerciale**	Développer un savoir-faire commercial concret et opérationnel transposable, par exemple, à un projet de création d'entreprise.	cf plan de cours	Ecrit 2h	6	**Annexe 3.8** : Fiche BECS
1	**Droit des affaires**	Maîtriser les règles juridiques fondamentales qui régissent la création et la vie des sociétés.	Pas d'évaluation	Ecrit 1h	3	**Annexe 3.9** : Fiche BECS
1	**Business model durable et collaboratif**	Fournir aux étudiants une compréhension approfondie des entreprises circulaires et régénératrices, tout en les engageant activement dans des projets pratiques et collaboratifs.	Oral projet en groupe, à prévoir sur la dernière séance : 15 minutes de présentation 10 minutes d'échange jury Cf modalités dans le plan de cours	Pas d'évaluation	6	**Annexe 3.10** : Fiche BECS **Annexe 7 écrit** : Grille évaluation **Annexe 7 oral** : Grille évaluation
2	**Stratégie de marque**	Savoir définir une stratégie de marque au sein d'un groupe multimarques, une stratégie et un plan de communication et les piloter.	Cf modalités dans plan de cours	Soutenance collective de projet **30mn : Soutenance** **20mn : Echange jury** **10mn : Délibérations jury** 2 évaluateurs par jury dont le formateur	6	**Annexe 3.11** : Fiche BECS **Annexe 8** : Grille évaluation
2	**Marketing opérationnel**	Définir et mettre en place le plan d'action marketing client omnicanal.	Cf modalités dans plan de cours	Soutenance collective de projet **30mn : Soutenance** **20mn : Echange jury** **10mn : Délibérations jury** 2 évaluateurs par jury dont le formateur	7	**Annexe 3.12** : Fiche BECS **Annexe 9** : Grille évaluation
2	**Distribution et logistique**	Connaître les dimensions de la distribution logistique afin d'optimiser les flux commerciaux et les stocks pour améliorer la rentabilité de l'entreprise.	cf Plan de cours	Ecrit 3h	8	**Annexe 3.13** : Fiche BECS
-	**Mémoire de projet professionnel**	Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée. Développer sa capacité d'analyse et d'argumentation. Structurer son raisonnement. Améliorer ses qualités rédactionnelles. Diagnostiquer l'environnement de l'entreprise. Prendre du recul par rapport à ses missions et les rattacher à la stratégie globale de l'entreprise.	Evaluation formateur : Coeff 2 *(note reportée au semestre 2 de 2ème année)*	Pas d'évaluation	7	**Annexe 14a** : Grille évaluation formateur CCF M1 semestre 2
-	**Anglais**	Entraînement pour amener l'étudiant à un niveau B2 en anglais des affaires qui lui permettra de fonctionner de manière autonome dans un contexte professionnel.	Test blanc en dernière séance	Pas d'évaluation	4	-

MSE 2 – 1er semestre						
BLOC	**MODULE**	**OBJECTIF**	**Contrôle en cours de formation**	**Partiel Modalités et Durée**	**Nombre de séances**	**Annexes**
3	**Leadership**	Asseoir son leadership par un management situationnel afin de promouvoir les compétences individuelles et collectives de l'équipe pour développer motivation, autonomie et efficience collaborative.	cf plan de cours	Ecrit 2h	5	**Annexe 3.14** : Fiche BECS
3	**Management de projet**	Conduire un projet en termes de performances commerciales, de qualité, de contrôle des coûts et de maîtrise des délais. Coordonner une équipe autour d'un projet global.	Oral projet en groupe, à prévoir sur la dernière séance : 20 min : présentation 10 min : échange jury Cf modalités dans le plan de cours	Pas d'évaluation	6	**Annexe 3.15** : Fiche BECS **Annexe 10** : Grille évaluation
-	**Mémoire de projet professionnel**	Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée. S'approprier une problématique propre à l'entreprise et à un secteur d'activité. Adopter une vision globale stratégique. Anticiper les défis d'avenir, comparer avec l'existant, s'informer sur le sujet et les différentes théories, bâtir des hypothèses et les expérimenter sur le terrain, valider ou invalider des hypothèses en confrontant les données littéraires et les données empiriques, formuler des recommandations stratégiques à l'entreprise argumentées, adaptées, innovantes et plausibles.	Evaluation formateur : Coeff 2 sur 7	Soutenance individuelle - 1ère partie de mémoire : Coeff 5 sur 7 **25mn : Soutenance** **10mn : Echange jury** **5mn : Délibération jury** 2 évaluateurs par jury dont le formateur + 1 professionnel ou formateur	8	**Annexe 14b** : Grille évaluation formateur CCF M2 semestre 1 **Annexe 14c** : Grille évaluation oral M2 semestre 1
-	**Anglais**	Atteindre un niveau B2 en anglais des affaires qui permettra d'attester de la capacité de l'étudiant à fonctionner de manière autonome dans un contexte professionnel.	Pas d'évaluation	Pas d'évaluation	4	-

MSE 2 – 2ème semestre

BLOC	MODULE	OBJECTIF	Contrôle en cours de formation	Partiel Modalités et Durée	Nombre de séances	Annexes
3	**Politique de communication interne**	Bâtir la stratégie de communication interne d'une entreprise et sa marque employeur et la décliner en plan de communication.	Soutenance collective : 20' de présentation 10' d'échange jury cf modalités plan de cours	Pas d'évaluation	6	**Annexe 3.26** : Fiche BECS Grilles évaluation : . **Annexes 11 diagnostic** . **Annexes 11 écrit** . **Annexe 11 oral**
3	**Conduite du changement**	Piloter un changement en entreprise, en construisant le système de pilotage, de formation et de communication.	cf plan de cours	Ecrit 2h	5	**Annexe 3.27** : Fiche BECS **Annexe 12** : Grille évaluation
-	**Anglais**	Atteindre un niveau B2 en anglais des affaires qui permettra d'attester de la capacité de l'étudiant à fonctionner de manière autonome dans un contexte professionnel.	Pas d'évaluation	Test de niveau 2h	3	-
-	**Mémoire de projet professionnel**	Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée. S'approprier une problématique propre à l'entreprise et à un secteur d'activité. Adopter une vision globale stratégique. Anticiper les défis d'avenir, comparer avec l'existant, s'informer sur le sujet et les différentes théories, bâtir des hypothèses et les expérimenter sur le terrain, valider ou invalider des hypothèses en confrontant les données littéraires et les données empiriques, formuler des recommandations stratégiques à l'entreprise argumentées, adaptées, innovantes et plausibles.	Evaluation formateur : Coeff 2 sur 9 Evaluation tuteur : Coeff 1 sur 9 + Evaluation formateur 1ère année Coeff 2 *(report de note)*	Soutenance individuelle totalité mémoire – coeff 6 sur 9 **40mn : Soutenance** **10mn : Echange jury** **10mn : Délibérations jury** 2 évaluateurs par jury composé uniquement de professionnels. Les jurys doivent justifier d'un diplôme de niveau 7 ou d'une expérience professionnelle significative dans le domaine visé. Les tuteurs peuvent assister à la soutenance en qualité d'observateur mais ils doivent quitter la salle d'examen au moment de la délibération du jury.	8	**Annexe 14d** : Grille évaluation formateur CCF M2 semestre 2 **Annexe 14e** : Grille évaluation tuteur CCF M2 semestre 2 **Annexe 14f** : Grille évaluation grand oral M2 semestre 2
-	**LE PITCH "Définir une stratégie d'entreprise"** **EPREUVE FINALE DE FIN DE M2**	Définir une stratégie d'entreprise basée sur un diagnostic pertinent et des préconisations et recommandations de qualité, pour le compte d'un annonceur réel ou fictif (travail en groupe). Chaque groupe devra être force de proposition. L'accent sera mis sur la stratégie commerciale, marketing et de communication de l'entreprise objet de l'étude. Le PITCH n'est pas un module de formation mais une épreuve de fin d'année. Il n'y a donc aucun plan de cours. Les 8 séances, qui sont des séances d'accompagnement des groupes, doivent toutes être programmées sur une semaine complète (du lundi au jeudi) **entre le 07/06/2027 et le 25/06/2027. Le vendredi est consacré aux évaluations des soutenances orales de groupe.**	Pas d'évaluation	Soutenance collective projet (choix de l'annonceur et problématique à faire valider par Ecoris **avant le 31 mai**) **45mn : Soutenance** **20mn : Echange jury** **10mn : Délibérations jury** 2 évaluateurs min. par jury dont le formateur en charge de l'accompagnement + 1 représentant min. de l'entreprise sélectionnée	8 séances d'accompagnement (du lundi au jeudi) + Soutenances orales le vendredi	**Annexe 15** : Grille évaluation PITCH soutenance orale

MSE 2 – 1er semestre / Performance commerciale et entrepreneuriat						
BLOC	**MODULE**	**OBJECTIF**	**Contrôle en cours de formation**	**Partiel Modalités et Durée**	**Nombre de séances**	**Annexes**
4 option 1.1	**Expertise commerciale**	Maitriser la négociation avec les acheteurs professionnels, établir des propositions commerciales adaptées, se faire connaitre dans les réseaux et clubs d'entreprises.	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h30	5	**Annexe 3.16** : Fiche BECS
4 option 1.1	**Stratégie d'Achats**	Connaître le rôle stratégique de la fonction achats, son impact sur les résultats, et acquérir des aptitudes à négocier et contractualiser les acquis de la négociation.	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h30	8	**Annexe 3.17** : Fiche BECS
4 option 1.1	**Culture entrepreneuriale**	Développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise mais aussi transmettre cette culture à son équipe.	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h00	6	**Annexe 3.18 P1** : Fiche BECS
MSE 2 – 2ème semestre / Performance commerciale et entrepreneuriat						
BLOC	**MODULE**	**OBJECTIF**	**Contrôle en cours de formation**	**Partiel Modalités et Durée**	**Nombre de séances**	**Annexes**
4 option 1.1	**Culture entrepreneuriale**	Développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise mais aussi transmettre cette culture à son équipe.	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h30	5	**Annexe 3.18 P2** : Fiche BECS
4 option 1.1	**Culture et négociation**	Réussir son développement commercial à l'international grâce à la compréhension des différences culturelles.	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h00	5	**Annexe 3.28** : Fiche BECS
4 option 1.1	**Management de la force de vente**	Manager et motiver une équipe commerciale, fidéliser les collaborateurs.	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h30	5	**Annexe 3.29** : Fiche BECS

Les spécialités suivantes peuvent se substituer à la spécialité « Performance commerciale et entrepreneuriat » :

MSE 2 – 1er semestre / International Business						
BLOC	**MODULE**	**OBJECTIF**	**Contrôle en cours de formation**	**Partiel Modalités et Durée**	**Nombre de séances**	**Annexes**
4 option 1.2	**International Law**	Understanding the international law environnent so as to manage properly import/export operations. → Cours dispensé en anglais	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h00 ***Epreuve en Français ou en Anglais***	5	**Annexe 3.19** : Fiche BECS
4 option 1.2	**International Finance**	Analyzing a multinational company financial situation through the financial diagnostic, help managers in the decision making process of choosing the best investment and the best financing method, lead them to best manage Import/Export Operations. → Cours dispensé en anglais	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h30 ***Epreuve en Français ou en Anglais***	9	**Annexe 3.20** : Fiche BECS
4 option 1.2	**Marketing**	Identify potential countries. Define a launch strategy. → Cours dispensé en anglais	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h30 ***Epreuve en Français ou en Anglais***	5	**Annexe 3.21 P1** : Fiche BECS
MSE 2 – 2ème semestre / International Business						
BLOC	**MODULE**	**OBJECTIF**	**Contrôle en cours de formation**	**Partiel Modalités et Durée**	**Nombre de séances**	**Annexes**
4 option 1.2	**Marketing**	Identify potential countries. Define a launch strategy → Cours dispensé en anglais	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h30 ***Epreuve en Français ou en Anglais***	5	**Annexe 3.21 P2** : Fiche BECS
4 option 1.2	**Culture et négociation**	Réussir son développement commercial à l'international grâce à la compréhension des différences culturelles. → Cours dispensé en français	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h00	5	**Annexe 3.28** : Fiche BECS
4 option 1.2	**Management de la force de vente**	Manager et motiver une équipe commerciale, fidéliser les collaborateurs. → Cours dispensé en français	cf modalités plan de cours	Ecrit 1h30	5	**Annexe 3.29** : Fiche BECS

MSE 2 – 1er semestre / Communication digitale et Image de marque

BLOC	MODULE	OBJECTIF	Contrôle en cours de formation	Partiel Modalités et Durée	Nombre de séances	Annexes
4 option 2	**Webmarketing**	Maîtriser les différents leviers webmarketing et les outils d'analyse et de mesure.	cf modalités plan de cours	Soutenance collective 1ère partie projet **30mn : Soutenance** **20mn : Echange jury** **10mn : Délibérations jury** Jury composé au minimum de deux formateurs parmi ces 4 matières.	5	**Annexe 3.22 P1** : Fiche BECS
4 option 2	**Développement de sites internet**	Maîtriser les différentes étapes de l'élaboration d'un site internet.	cf modalités plan de cours		4	**Annexe 3.23 P1** : Fiche BECS
4 option 2	**Créativité digitale**	Définir et piloter une stratégie de communication digitale.	cf modalités plan de cours		6	**Annexe 3.24 P1** : Fiche BECS
4 option 2	**Content marketing**	Comprendre l'importance du content marketing dans une stratégie digitale globale. Maîtriser les différents formats de contenu : articles de blog, vidéos, infographies, e-books. Identifier les besoins des audiences cibles pour proposer des contenus à forte valeur ajoutée.	cf modalités plan de cours		4	**Annexe 3.25 P1** : Fiche BECS **Annexe 13 P1** : Grille évaluation Spécialité Communication digitale

MSE 2 – 2ème semestre / Communication digitale et Image de marque

BLOC	MODULE	OBJECTIF	Contrôle en cours de formation	Partiel Modalités et Durée	Nombre de séances	Annexes
4 option 2	**Webmarketing**	Maîtriser les différents leviers webmarketing et les outils d'analyse et de mesure.	cf modalités plan de cours	Soutenance collective finale du projet **30mn : Soutenance** **20mn : Echange jury** **10mn : Délibérations jury** Jury composé au minimum de deux formateurs parmi ces 4 matières.	4	**Annexe 3.22 P2** : Fiche BECS
4 option 2	**Développement de sites internet**	Maîtriser les différentes étapes de l'élaboration d'un site internet.	cf modalités plan de cours		5	**Annexe 3.23 P2** : Fiche BECS
4 option 2	**Créativité digitale**	Définir et piloter une stratégie de communication digitale.	cf modalités plan de cours		3	**Annexe 3.24 P2** : Fiche BECS
4 option 2	**Content marketing**	Comprendre l'importance du content marketing dans une stratégie digitale globale. Maîtriser les différents formats de contenu : articles de blog, vidéos, infographies, e-books. Identifier les besoins des audiences cibles pour proposer des contenus à forte valeur ajoutée.	cf modalités plan de cours		3	**Annexe 3.25 P2** : Fiche BECS **Annexe 13 P2** : Grille évaluation Spécialité Communication digitale

H/ Jurys de validation et de certification

Les Blocs de compétences sont répartis sur deux années.

- ✓ 1ère année : validation du bloc 1 et bloc 2
- ✓ 2ème année : validation du bloc 3, bloc 4 et bloc « Projet professionnel ».

Chaque année est validée de manière indépendante :

1ère année

Un jury de validation est organisé **en fin de 1ère année** par le certificateur afin de valider le passage des candidats en 2ème année. Ce jury nécessite que les écoles partenaires remettent au certificateur, au moins 3 semaines avant la tenue du jury, les éléments suivants :

- L'ensemble des notes de CCF et d'examens de partiels (saisie sur Ecoris Note)

- **La base comportement-assiduité** pour chaque candidat, complétée sur Ecoris Note

Le jury de validation pourra, le cas échéant :

- ✓ Valider le passage en 2ème année si les conditions de validation de la 1ère année sont réunies,
- ✓ Valider le passage en 2ème année sous condition de réussite de la 1ère année,
- ✓ Confirmer le refus de passage en 2ème année. **Les demandes de refus de passage en 2ème année devront impérativement être soumises par l'établissement d'accueil, accompagnées de justificatifs appropriés (notamment pour les candidats en contrat d'apprentissage).**

A l'issue de la 1ère année, chaque candidat se verra délivrer un relevé de notes global mentionnant les crédits ECTS obtenus ainsi que la décision du jury de validation relative à son admission en 2ème année.

2ème année

Deux jurys de certification par an ont lieu à Ecoris : **l'un en avril et l'autre en juillet.**
Ils sont organisés par le certificateur et les candidats sont présentés par le certificateur ou une école partenaire.
Les candidats doivent respecter le référentiel de certification par la voie académique et ses pré- requis (cf II.).
Pour les candidats soumis à la voie executive, se référer au chapitre III.

Ces jurys de certification nécessitent que les écoles partenaires remettent au certificateur, au moins 3 semaines avant la tenue du jury, les éléments suivants :

- L'ensemble des notes de CCF et de partiels (écrits et oraux) saisi sur Ecoris Note,

- La base comportement-assiduité pour chaque candidat, complétée sur Ecoris Note,

- Et les attestations des certifications permettant d'obtenir des points bonus (Voltaire, PCIE, Linguaskill Business …).

Le jury de certification pourra, le cas échéant :

- ✓ Valider l'obtention du titre si les conditions de validation de la 1ère et de la 2ème année sont réunies,
- ✓ Valider l'admission de la 2ème année uniquement (cas des candidats admis sous condition n'ayant pas validé la 1ère année)
- ✓ Valider le refus d'obtention du titre.

A l'issue de la 2ème année, chaque candidat se verra délivrer un relevé de notes global, mentionnant les crédits ECTS obtenus ainsi que la décision du jury de certification.

Le titre sera délivré par Ecoris si les conditions de validation sont réunies sur la 1ère ET sur la 2ème année.
Si un candidat ne remplit pas l'une des conditions de validation, la délivrance du titre sera suspendue (cf II) F/ 11. Le report des notes).

Aucune session de rattrapage n'est prévue, en 1ère année comme en 2ème année.

Tout dossier incomplet ne sera pas présenté au jury de certification

I/ Equivalences par un diplôme étranger

Certains diplômes MBA obtenus auprès d'une université étrangère peuvent permettre d'obtenir, par équivalence, la majeure partie des ECTS de la certification objet du présent référentiel. Le candidat devra toutefois passer les épreuves orales de période 2 de 2ème année (mémoire professionnel et PITCH).
Pour savoir si le diplôme visé à l'étranger est éligible à cette équivalence, l'école partenaire devra se rapprocher du certificateur.

III) REFERENTIEL DE FORMATION PAR LA VOIE EXECUTIVE

Les candidats à la certification par la formation y accèdent par la voie dite académique s'ils sont en poursuite d'études. Ils suivent dans ce cas le référentiel de formation par la voie académique (voir II.).
La certification est également accessible pour un public sorti du système scolaire, c'est la voie dite Executive, qui nécessite les prérequis définis ci-dessous.

A) EVALUATION PAR CAPITALISATION DE BLOCS

1) Définition d'un bloc de compétences

Un titre professionnel est composé de plusieurs blocs de compétences représentant chacun un ensemble cohérent de compétences, aptitudes et connaissances.

2) Prérequis

❖ Dans le cadre de la validation d'un bloc indépendant

Tout candidat ayant au minimum 1 année d'expérience professionnelle post-bac dans le secteur tertiaire, peut préparer indépendamment un bloc de compétences selon les prérogatives de la loi sur la formation professionnelle du 5 mars 2014.

❖ Dans le cadre de la validation de la certification

Le candidat doit répondre aux conditions d'admission suivantes :

- Bac+3 validé et 3 années d'expérience professionnelle post-bac dans le secteur tertiaire
- Ou Bac+2 validé et 3 années d'expériences professionnelles post bac+2 dans le secteur tertiaire.
- Passage du test d'entrée en formation

L'expérience professionnelle acquise par le biais d'un contrat en alternance, ou d'un contrat de service civique, est valorisée aux deux tiers.
Les sportifs de haut niveau et assimilés, pourront valider le titre s'ils justifient d'un bac+2 suivi de 3 années d'expériences professionnelles (expérience sportive comprise) et s'ils justifient d'une inscription sur la liste ministérielle des sportifs de haut niveau prévue à l'article L. 221-2 du Code du sport au moment de leur inscription.

S'il est éligible à la VAE, le candidat pourra faire valoir les blocs de compétences validés pour obtenir la certification par la VAE (cf chapitre III. B)).

3) Validation du titre RNCP par capitalisation des blocs de compétences

La validation du titre RNCP est subordonnée à :

- La validation des blocs communs (blocs n° 1, 2, 3), d'un bloc optionnel (bloc n°4)
- La validation du PITCH « définir une stratégie d'entreprise »
- La présentation écrite et orale d'un mémoire réalisé autour d'une problématique professionnelle choisie par le candidat et en lien avec le secteur d'activité de la certification
- La présentation d'une attestation de présence en entreprise de 60 jours minimum ou 420h

Le MBA Ecoris est validé lorsque le candidat répond aux critères de validation du titre RNCP, énoncés ci-dessus, et justifie d'un niveau d'anglais équivalent au niveau B2 au CECRL.
Ce niveau peut être attesté par le biais de l'une des certifications suivantes :

- LINGUASKILL Business : niveau B2
- TOEIC : entre 785 et 944 points
- Bright Language : entre 3.5 et 3.9

4) Volume horaire par bloc de compétences

- **BLOC 1 :** « Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement »
- **BLOC 2 :** « Elaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle »
- **BLOC 3 :** « Développer son leadership et fidéliser les équipes »
- **BLOC 4 – option 1.1 :** « Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale »
- **BLOC 4 – option 1.2 :** « Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale (nationale et/ou internationale) »
- **BLOC 4 – option 2** : « Piloter et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale »

Bloc	Matières	Durée (en heures)[6]	Volume total du bloc (en heures)[6]
1	***Stratégie d'entreprise***	***31***	150 h
	Veille stratégique et juridique	19	
	Stratégie marketing	23	
	Management de la qualité	19	
	Stratégie commerciale	23	
	Droit des affaires*	12	
	Business model durable et collaboratif	23	
2	***Pilotage stratégique et opérationnel***	***19***	158 h
	Stratégie e-business et omnicanale	23	
	Etude de marché et comportements du consommateur	35	
	Stratégie de marque	23	
	Marketing opérationnel	27	
	Distribution et logistique*	31	
3	***Leadership***	***19***	84 h
	Management de projet	23	
	Conduite du changement	19	
	Politique de communication interne	23	
4 Option 1.1	***Culture entrepreneuriale***	***42***	130 h
	Expertise commerciale	19	
	Stratégie d'achats	31	
	Culture et négociation	19	
	Management de la force de vente	19	
4 Option 1.2	***Culture et négociation***	***19***	130 h
	International law	19	
	Marketing	38	
	International finance	35	
	Management de la force de vente	19	
4 Option 2	***Webmarketing***	***35***	130 h
	Développement de sites internet	34	
	Créativité digitale	34	
	Content marketing	27	
-	Mémoire professionnel	-	-
-	PITCH	-	-
-	Anglais	-	-

[6] *Sont compris la durée de formation (pour des séances de 3,5h) et la durée du jury pour une évaluation par la voie executive.*

**NB : Dans le cadre de la certification par la VAE, les modules « Droit des affaires » du bloc 1 et « Distribution logistique » du bloc 2 ne sont pas évalués.*

5) Modalités d'évaluation

Chaque bloc de compétences se valide de manière indépendante. Deux cas de figure :

❖ **Validation des compétences par mise en situation professionnelle**

Le candidat doit acquérir les compétences et savoirs des différents modules du bloc de compétences par le biais de la formation.

Modalités d'évaluation : Il s'agit d'un cas pratique qui est soumis au candidat. Un contexte en entreprise est présenté ainsi qu'une ou plusieurs problématiques. Il porte sur une ou plusieurs des compétences associées au module principal du bloc de compétences (module en gras et italique indiqué dans le tableau ci-dessus).

Durée de l'évaluation :
- Le candidat dispose de 45 minutes, dans une salle réservée et surveillée, pour préparer sa soutenance.
- Le candidat expose ensuite au jury le fruit de sa réflexion, de manière structurée, pendant 15 minutes. S'en suit un jeu de questions-réponses avec le jury pendant 15 minutes afin de clarifier certains points et approfondir les notions abordées durant la soutenance.
- Le jury évalue ensuite les autres modules constitutifs du bloc. Pour cela, le jury dispose de 15 minutes par module.

❖ **Validation des compétences par l'expérience**

Le candidat justifie d'une expérience professionnelle significative lui permettant d'attester la validation des compétences des différents modules du bloc de compétences.

Modalités d'évaluation : Le candidat complète la partie du livret 2 VAE relative au bloc de compétences visé. Tout type de preuve est accepté (formations internes, projet professionnel, etc…). Par ce biais, le candidat démontrera qu'il possède le catalogue des compétences visées par les modules du bloc de compétences.

Durée de l'évaluation : Après avoir pris connaissance des éléments retranscrits dans le livret 2 VAE, le jury disposera de 30 minutes pour interroger le candidat et vérifier l'acquisition des compétences visées par le bloc, non démontrées dans le livret 2. Le jury devra également approfondir son questionnement relatif aux compétences déclarées comme acquises par le candidat.

l'intégralité des modules visés par le bloc de compétences doit être évaluée lors de l'évaluation.

6) Organisation du jury d'évaluation

L'organisation des jurys d'évaluation des blocs de compétences est à la charge de chaque organisme préparant à la certification.
Le candidat sera évalué par un jury constitué d'au moins 3 personnes pour un bloc de compétences et au minimum à 50% de professionnels.

➢ En cas de validation des compétences par mise en situation professionnelle, l'organisme préparant à la certification s'engage à communiquer la date du jury et les blocs de compétences visés à Ecoris 3 semaines avant la tenue du jury afin qu'Ecoris procède à la conception des cas pratiques.
1 semaine avant la tenue du jury, Ecoris transmet les sujets de mises en situation professionnelle.

7) Conditions de validation d'un bloc de compétences

❖ **En cas de validation de l'ensemble des modules composant le bloc de compétences :**

La validation d'un bloc de compétences suppose l'acquisition de chaque compétence qui le constitue. Dans le cas d'une décision favorable (bloc de compétences validé), les conclusions du jury seront agrémentées pour chaque module des mentions Passable, Assez Bien, Bien ou Très Bien.

Pour faire valoir la validation du bloc de compétences, l'organisme préparant à la certification, devra fournir à Ecoris les éléments suivants :

- La grille d'évaluation du bloc de compétences,
- Les CV des membres du jury et la feuille d'émargement,
- Le CV du candidat

Dès réception de ces éléments, Ecoris fournira une attestation de réussite du bloc de compétences.

❖ **En cas de validation partielle du bloc de compétences :**

Le candidat sera évalué lors d'un prochain jury, sur le ou les module(s) non validé(s) uniquement.

Modalités d'évaluation : L'évaluation consiste en une présentation devant le jury d'une argumentation visant à justifier l'acquisition des compétences visées par le biais de l'expérience professionnelle ou de la formation. Tout type de preuve sera accepté.
Le jury interrogera également le candidat par le biais d'un jeu de questions-réponses.

Durée de l'évaluation : Le candidat disposera de 20 minutes pour exposer son argumentation. Le jury disposera ensuite de 15 minutes par module pour interroger le candidat.

En cas d'échec à un bloc de compétences mais acquisition d'au moins un module, le candidat pourra conserver le bénéfice des résultats obtenus à chaque module acquis pendant 3 ans. Il ne pourra cependant bénéficier des résultats obtenus pour la validation de la certification tant que le bloc de compétences ne sera pas validé dans son intégralité.

Attention, dans le cadre de la validation de la certification dans son intégralité, le candidat est soumis aux critères de validation du référentiel en vigueur au moment du jury de certification.

8) Jury de certification

Le candidat ayant validé l'intégralité des blocs de compétences et répondant aux conditions de validation du titre (cf III) A) 3)), pourra être présenté devant le jury de certification organisé par Ecoris.
Deux jurys de certifications ont lieu par an : en avril et en juillet.

L'organisme préparant à la certification devra alors inscrire le candidat sur Ecoris Note au moins 1 mois avant la tenue du jury et fournir au certificateur les éléments suivants :

- Tout document permettant d'attester de l'expérience professionnelle requise pour la validation du titre (cf III. - A) - 2)),
- La copie du dernier diplôme obtenu,
- La grille d'évaluation de chaque bloc de compétences ainsi que la fiche synthèse complétée par l'organisme préparant à la certification,
- La grille d'évaluation du mémoire professionnel P2 du candidat,
- Les feuilles d'émargements des différents jurys (jurys d'évaluation des blocs de compétence et jurys de la soutenance du mémoire),
- Les CV des membres du jury.
- Le cas échéant, l'attestation de certification du niveau d'anglais (MBA Ecoris).

Rappel, tout candidat inscrit dans une démarche de validation des blocs de compétences, disposera de 3 années pour valider l'ensemble des modules constitutifs du titre, s'il souhaite valider la certification.
A compter des jurys de certification 2025, tout candidat souhaitant obtenir le titre, devra justifier de l'acquisition de l'ensemble des modules du référentiel de formation en vigueur, au moment de sa présentation au jury. L'école devra donc veiller à ce que le candidat ait été évalué sur l'ensemble des modules du référentiel en vigueur et remettre éventuellement en cause la validation d'un bloc obtenu les années antérieures.

Tout dossier incomplet ne sera pas présenté au jury de certification

B) EVALUATION PAR LA VAE

1) Définition

Reconnue par le Code du travail, la VAE (Validation des Acquis de l'Expérience) permet de faire reconnaître son expérience, professionnelle ou non, afin d'obtenir un diplôme, un titre ou un certificat de qualification professionnelle. Ces diplômes, titres et certificats sont ainsi accessibles grâce à l'expérience (et non uniquement par le biais de la formation initiale ou continue), selon les modalités définies par le certificateur.

2) La VAE : à quelles conditions ?

La VAE est un droit ouvert à tous : salariés (en contrat à durée indéterminée ou déterminée, intérimaires…), non-salariés, demandeurs d'emploi, bénévoles, agents de la fonction publique, ….
Et ce, quels que soit(ent) le(s) diplôme(s) précédemment obtenu(s) ou le niveau de qualification.

Compte-tenu du niveau visé par la certification (niveau 7), pour être éligible à la VAE, un candidat devra justifier de responsabilités opérationnelles d'encadrement ou d'autonomie couvrant l'ensemble des domaines d'activités de la certification. Dans le cas contraire, le candidat devra viser la certification par la formation.

Pour toute information complémentaire, vous pouvez contacter Ecoris Executive : **executive@ecoris.com**

3) Validation du titre RNCP par la VAE

Dans le cadre de la certification par la VAE, le candidat :

- Doit valider les 3 blocs communs (blocs 1, 2 et 3)
- Doit obligatoirement valider un bloc optionnel (bloc 4 au choix)
- Est dispensé des modules, « *Droit des affaires* » du bloc n°1 et « *Distribution et logistique* » du bloc n°2.
- Est dispensé du PITCH

Le MBA Ecoris est validé lorsque le candidat répond aux critères de validation du titre RNCP, énoncés ci-dessus, et justifie d'un niveau d'anglais équivalent au niveau B2 au CECRL.

Ce niveau peut être attesté par le biais de l'une des certifications suivantes :

- LINGUASKILL Business : niveau B2
- TOEIC : entre 785 et 944 points
- Bright Language : entre 3.5 et 3.9

4) Déroulement de la VAE

La VAE se déroule selon les modalités suivantes :

- Evaluation de la validité de la demande à partir du livret 1. L'étude de la recevabilité d'un candidat au parcours VAE est systématiquement réalisée par Ecoris qui validera, ou non, l'admissibilité du candidat sur ce type de parcours. Le dossier d'admissibilité doit être transmis, par mail, à Ecoris Executive (executive@ecoris.com).
- Accompagnement pour aider le candidat à constituer les preuves de ses compétences et son rapport d'activité,
- Soutenance finale devant un jury composé au minimum de 3 membres dont :
  - 2 représentants qualifiés des professions visées par le titre,
  - 1 représentant de l'établissement.

Les membres du jury doivent par ailleurs justifier :

- de l'obtention d'une certification de niveau 7 ;
- Ou d'une expérience professionnelle significative dans le domaine visé par le titre (minimum 5 ans)

5) Accompagnement à la VAE

Tout candidat souhaitant obtenir la certification par la VAE peut être accompagné dans son parcours par une personne d'Ecoris, d'une école partenaire ou un AAP (Architecte Accompagnateur de Parcours).
A l'issue de son parcours d'accompagnement, le candidat passe devant le jury d'évaluation VAE. Ce jury est organisé par l'organisme préparant à la certification dans le respect des consignes du présent référentiel.

6) Jury d'évaluation VAE

Le candidat à la VAE est évalué lors d'un entretien professionnel à partir de son dossier VAE (livret 2).
Le livret 2 permet au candidat de décrire et analyser son expérience professionnelle afin de démontrer qu'il possède les compétences requises pour obtenir la certification visée.

Ce document doit être rédigé de manière détaillée et précise, en mettant en avant les réalisations, les méthodes de travail, et les situations professionnelles rencontrées par le candidat. L'objectif final est de convaincre le jury VAE de la pertinence et de la validité de ses acquis professionnels.

- ❖ Soutenance orale

Les membres du jury auront pris connaissance du Livret 2 du candidat en amont de la soutenance. L'oral consiste en un échange avec le jury, d'une durée de 40 à 45 minutes. L'objectif est de vérifier l'acquisition des compétences objet du référentiel, non démontrées dans le livret 2. Le jury devra également approfondir son questionnement relatif aux compétences déclarées comme acquises par le candidat.

Suite à cela, le jury prononce :
- la validation totale,
- la validation partielle. Le jury précise dans ce cas, la nature des connaissances et aptitudes devant faire l'objet d'un contrôle complémentaire,
- le refus de validation lorsque le jury estime que les conditions de compétences, d'aptitudes et de connaissances ne sont pas remplies.

En cas de validation partielle ou de refus, le jury conseille le candidat sur la marche à suivre pour valider la certification lors d'un jury ultérieur, par la VAE ou par la formation

7) Jury de certification VAE

A l'issue du jury d'évaluation VAE, l'école partenaire veillera à transmettre à Ecoris le dossier du candidat comprenant les éléments suivants :
- Le livret 1 complété avec les pièces demandées,
- Le livret 2 complété,
- Les grilles d'évaluation VAE,
- La feuille d'émargement et les CV des membres du jury d'évaluation VAE.
- Le cas échéant, l'attestation de certification du niveau d'anglais (MBA Ecoris).

Le candidat passe devant le jury de certification, organisé par le certificateur deux fois par an : en avril ou en juillet. L'école partenaire veillera à ce que ces éléments soient transmis au plus tard 1 mois avant la tenue du jury de certification.

Tout candidat inscrit dans une démarche de VAE, disposera de 3 années pour valider l'ensemble des modules constitutifs du titre.

Tout dossier incomplet ne sera pas présenté au jury de certification

ANNEXES

Annexe 1 : Programme de la formation

Annexe 2 : Exemples de missions réalisables dans le cadre du mémoire et de la thèse

Annexes 3 : Fiches BECS (Bilan d'Evaluation des Compétences et des Savoirs)

1ère ANNEE

1er semestre

BLOC 1 - STRATEGIE D'ENTREPRISE 3.1
BLOC 1 - VEILLE STRATEGIQUE ET JURIDIQUE..... 3.2
BLOC 1 - STRATEGIE MARKETING..... 3.3
BLOC 1 - MANAGEMENT DE LA QUALITE..... 3.4
BLOC 2 - PILOTAGE STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL..... 3.5
BLOC 2 - STRATEGIE E-BUSINESS ET OMNICANALE 3.6
BLOC 2 - ETUDE DE MARCHE ET COMPORTEMENTS DU CONSOMMATEUR 3.7

2ème semestre

BLOC 1 - STRATEGIE COMMERCIALE..... 3.8
BLOC 1 - DROIT DES AFFAIRES..... 3.9
BLOC 1 - BUISNESS MODEL DURABLE ET COLLABORATIF 3.10
BLOC 2 - STRATEGIE DE MARQUE..... 3.11
BLOC 2 - MARKETING OPERATIONNEL..... 3.12
BLOC 2 - DISTRIBUTION ET LOGISTIQUE 3.13

2ème ANNEE

1er semestre

BLOC 3 - LEADERSHIP 3.14
BLOC 3 - MANAGEMENT DE PROJET..... 3.15

Spécialité Performance Commerciale

BLOC 4 option 1.1 - EXPERTISE COMMERCIALE..... 3.16
BLOC 4 option 1.1 - STRATEGIE D'ACHATS 3.17
BLOC 4 option 1.1 - CULTURE ENTREPRENEURIALE..... 3.18 P1

Spécialité International Business

BLOC 4 option 1.2 - INTERNATIONAL LAW..... 3.19
BLOC 4 option 1.2 - INTERNATIONAL FINANCE..... 3.20
BLOC 4 option 1.2 - MARKETING 3.21 P1

Spécialité Communication Digitale et Image de marque

BLOC 4 option 2 - WEBMARKETING semestre 1 ..... 3.22 P1
BLOC 4 option 2 - DEVELOPPEMENT DE SITES INTERNET semestre 1 ..... 3.23 P1
BLOC 4 option 2 - CREATIVITE DIGITALE semestre 1..... 3.24 P1
BLOC 4 option 2 - CONTENT MARKETING semestre 1..... 3.25 P1

2ème semestre

BLOC 3 - POLITIQUE DE COMMUNICATION INTERNE..... 3.26
BLOC 3 - CONDUITE DU CHANGEMENT..... 3.27

Spécialité Performance Commerciale

BLOC 4 option 1.1 - CULTURE ENTREPRENEURIALE..... 3.18 P2
BLOC 4 option 1.1 - CULTURE ET NEGOCIATION..... 3.28
BLOC 4 option 1.1 - MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE 3.29

Spécialité International Business

BLOC 4 option 1.2 - MARKETING 3.21 P2
BLOC 4 option 1.2 - CULTURE ET NEGOCIATION..... 3.28
BLOC 4 option 1.2 - MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE 3.29

Spécialité Communication Digitale et Image de marque

BLOC 4 option 2 - WEBMARKETING semestre 2 ..... 3.22 P2
BLOC 4 option 2 - DEVELOPPEMENT DE SITES INTERNET semestre 2 ..... 3.23 P2
BLOC 4 option 2 - CREATIVITE DIGITALE semestre 2..... 3.24 P2
BLOC 4 option 2 - CONTENT MARKETING semestre 2..... 3.25 P2

Annexe 4 : Grille évaluation Veille stratégique et juridique

Annexe 5 écrit : Grille évaluation Stratégie e-business et omnicanale CCF écrit
Annexe 5 oral : Grille évaluation Stratégie e-business et omnicanale soutenance orale P1

Annexe 6 écrit : Grille évaluation Etude de marché et comportements du consommateur CCF
Annexe 6 oral : Grille évaluation Etude de marché et comportements du consommateur oral P1

Annexe 7 écrit : Grille évaluation Business model durable et collaboratif CCF écrit
Annexe 7 oral : Grille évaluation Business model durable et collaboratif CCF oral

Annexe 8 : Grille évaluation Stratégie de marque

Annexe 9 : Grille évaluation Marketing opérationnel

Annexe 10 : Grille évaluation Management de projet écrit et oral

Annexe 11 diagnostic : Grille évaluation Politique de communication interne CCF diagnostic
Annexe 11 écrit : Grille évaluation Politique de communication interne CCF dossier écrit
Annexe 11 oral : Grille évaluation Politique de communication interne CCF soutenance orale

Annexe 12 : Grille évaluation Conduite du changement

Annexe 13 P1 : Grille évaluation Spécialité Communication digitale et Image de marque oral P1
Annexe 13 P2 : Grille évaluation Spécialité Communication digitale et Image de marque oral P2

Mémoire professionnelle M2

Annexe 14a : Grille évaluation formateur CCF M1 semestre 2
Annexe 14b : Grille évaluation formateur CCF M2 semestre 1
Annexe 14c : Grille évaluation oral M2 semestre 1
Annexe 14d : Grille évaluation formateur CCF M2 semestre 2
Annexe 14e : Grille évaluation tuteur CCF M2 semestre 2
Annexe 14f : Grille évaluation grand oral M2 semestre 2

Annexe 15 : Grille évaluation PITCH soutenance orale

Annexe 16 : Référentiel Gestion de Patrimoine et Finance

Annexe 17 : Référentiel Management et Audit Financier

Manager en Stratégie d'Entreprise
2025-2027

2 ans – 777 h (volume horaire minimum)

Programme 1ère année

• SÉMINAIRE D'INTÉGRATION
Team building
Outils linguistiques
Créativité digitale

• BLOC 1 : Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement

Stratégie d'entreprise
- Le processus de gestion : la planification, l'organisation, la direction et le contrôle, la prise de décisions
- Mise en place d'une démarche RSE
- Les concepts de base liés à l'analyse stratégique
- Les principaux outils (matrices) du diagnostic stratégique
- Les choix stratégiques possibles dans le cadre d'une démarche structurée

Veille stratégique et juridique
- Connaissance des sources juridiques fiables
- Culture générale sur les règles juridiques qui régissent la vie en société et son environnement

Stratégie marketing
- Les outils de diagnostic stratégique et marketing
- La démarche pour réaliser une stratégie marketing
- Les choix fondamentaux d'une stratégie marketing (ciblage, positionnement)
- La déclinaison du mix marketing

Management de la qualité
- 'Les "signes de la qualité", les différences entre la qualité finale d'un produit ou d'un service et la notion de SMQ.
- Le déroulement de la démarche de mise en place d'un SMQ jusqu'à l'audit de certification. Gérer, au-delà de l'audit, la notion d'amélioration continue (cycle PDCA).

Stratégie commerciale
- Les tendances en stratégie commerciale. La création de ses propres outils de diagnostic commercial (grilles détaillées d'évaluation)
- Les informations stratégiques fiabilisées indispensables à l'action commerciale
- Le Plan d'Action Commerciale, feuille de route de l'entreprise

Droit des affaires
- Les démarches à effectuer pour créer une société
- La réglementation législative concernant les entreprises en difficulté.
- La définition d'une augmentation de capital et les procédures adaptées.
-Les différentes étapes d'une procédure en règlement judiciaire et d'une procédure en liquidation judiciaire.

Business model durable et collaboratif
- Les concepts fondamentaux d'une économie circulaire et d'une économie régénérative.
- Les différents modèles d'affaires durables, les écosystèmes et écosystèmes d'affaires.
- Les principes et mesures des impacts environnementaux, sociaux et économiques de l'économie circulaire ; les critères de l'économie régénératives.
- La méthodologie d'élaboration de modèle d'affaires d'une entreprise circulaire ou régénérative.
- Les résistances et les freins psychologiques à la transition écologique et énergétique.

• BLOC 2 : Élaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle

Pilotage stratégique et opérationnel
- Le contrôle de gestion comme outil de pilotage de l'organisation
- Le contrôle de gestion comme acteur du diagnostic stratégique et opérationnel
- L'établissement des budgets et le contrôle et l'analyse des écarts
- Le contrôle de gestion comme acteur du pilotage stratégique et opérationnel

Stratégie e-business et omnicanale
- Les typologies d'entreprise et leurs enjeux digitaux
- La méthodologie d'une stratégie digitale dont les modèles économiques et les étapes clés
- Les outils / leviers digitaux et les retours attendus KPI.
- Les étapes pour réaliser un parcours client.
- La méthodologie d'une stratégie omnicanale, les différents modèles d'organisation et le déploiement

Etudes de marché et comportements du consommateur
- Le problème marketing et le problème étude
- Les sources secondaires internes et externes
- Le guide d'entretien, le questionnaire et le choix de l'échantillon
- Les techniques d'analyse des données quantitatives (tris à plat, tris croisés et exploitation)
- Les variables explicatives psychologiques, sociologiques et culturelles et les facteurs qui influencent le processus de décision

Stratégie de marque
- Les phases clés de l'élaboration d'un audit de communication et d'une stratégie de marque
- Les concepts clés du capital marque, la gestion de portefeuille de marque et la stratégie créative.
- Les composantes d'un plan de communication.
- Les KPI de la communication.

Marketing opérationnel
- Les méthodes permettant d'analyser l'efficacité d'un plan marketing existant / un parcours client / un portefeuille client
- La méthodologie de réalisation d'un plan marketing client, y compris budget, planning et indicateurs
- Le choix des KPI et la réalisation d'un tableau de bord marketing.
- Les composantes d'un plan de prospection et de fidélisation et d'un parcours client

Distribution et Logistique
- Les techniques de merchandising de la grande distribution et les 19 règles de B TRUJILO.
- Les bâtiments logistiques, les règles de sécurité, gestes et postures en manutention
- Les différentes formes de business models
- Analyser les performances de distribution du Cross-docking au Co-Packing.
- Impact du digital et de l'IA sur les organisations logistiques des années à venir

Manager en Stratégie d'Entreprise
2025-2027

2 ans – 777 h (volume horaire minimum)

Programme 2ème année

• BLOC 3 : Développer son leadership et fidéliser les équipes

Management de projet
- Outils d'évaluation de besoins : QQOQCP, diagramme d'Ishikawa
- Outils de planification et d'affectation de tâches : matrice RACI
- Outils de planification et d'affectation de tâches PERT
- Outils de planification et d'affectation de tâches : diagramme de Gantt
-Gestion d'équipe : matrice des compétences, objectifs, indicateurs de performance et suivi

Leadership
- Définir le leadership et appréhender les styles de leadership
- La différence entre Manager et Leader
- Techniques de prise de parole en public
- Mieux se connaitre et développer sa confiance en soi
- Les outils et méthodes pour fédérer, valoriser et faire performer une équipe

Politique de communication interne
- L'identité de marque et la marque employeur
- Les enjeux de la communication interne. Les différents interlocuteurs et leur rôle dans la communication
- Les phases clés de son plan de communication interne
- Les outils de la communication interne

Conduite du changement
- Le processus de changement : types de changement, facteurs déclenchants
- Les outils de diagnostic et de pilotage
- Construction d'un projet, les outils organisationnels de co-construction et de veille
- Élaboration d'un plan d'accompagnement et formation des équipes. Outils et leviers de motivation. Gestion des enjeux, risques et impacts
- Les outils et l'application des méthodes agiles

• BLOC 4 : Piloter et mettre en œuvre une stratégie commerciale

➢ PERFOMANCE COMMERCIALE ET ENTREPRENEURIAT

Expertise Commerciale
- De la notion de devis à la notion de proposition commerciale complète
- Le métier d'acheteur, les solutions pour résister à la pression et les techniques de négociation
- La complémentarité entre réseaux virtuels et réseaux physiques, les associations professionnelles
- Les spécificités des marchés potentiels, la culture commerciale, la règlementation

Stratégie d'achats
- Les enjeux de la fonction Achats, son impact sur les résultats
- Connaître les méthodes de marketing amont et les 5 parangonnages (5 types de benchmark Achats Mode Projet)
- Connaître les points clefs d'une négociation et les points essentiels d'un contrat et savoir les mettre en œuvre.
- Connaître les bases de la RSE
- Savoir mesurer et améliorer le business model en termes de Valeur Ajouté et de compétitivité

Culture entrepreneuriale
- Le phénomène "création d'entreprises", les qualités entrepreneuriales. La recherche d'idées, l'approche du marché et le plan d'actions commerciales (axes stratégiques + plan opérationnel)
- Les bases d'un concept de création d'une entreprise à fort potentiel de développement (L'équipe, les locaux, le statut, le matériel, les prévisions chiffrées, les financements).
- Les liens entre culture entrepreneuriale et innovation, les enjeux RSE.
- Les tendances de management, les profils de responsables d'équipes, la communication, l'exercice de l'autorité, la reconnaissance, la capacité à déléguer, les aptitudes à construire un" moral gagnant".
- Les modèles économiques numériques, les outils et technologies pour l'entrepreneur, les opportunités offertes par le numérique pour les entrepreneurs.

Culture et negotiation
- Analyses des modèles culturels
- S'appuyer sur les différences culturelles en vue d'établir une collaboration positive
- Principales caractéristiques culturelles
- Processus de négociation interculturelle

Management de la force de vente
- Les nouveaux enjeux du management des équipes de vente.
- Les attitudes et outils adaptés pour manager, motiver et fidéliser au quotidien l'équipe de vente.
- Les approches efficientes du management à distance, du pilotage de projets.

OU AUTRE SPECIALITE AU CHOIX :

➢ INTERNATIONAL BUSINESS

International Law
- Knowing international contracts laws
-Knowing the industrial standards, export controls and Import licences – Antiboycott compliance – Immigration and customs compliance – ATA carnet – Incoterms)
- Chosing the best sales development contracts in consideration of the company and market situation (Distribution – Agent – Branch or subsidiary – Joint Venture) / Private and Public Tenders
- Understanding issues of competition laws and intellectual property

Marketing
- Knowing how to use marketing research tools and decision matrices taking into account the specificities related to the international context
- Knowing the different segmentation methods and understanding international brand strategies
- Understanding cultural factors to develop an effective communication strategy
- Knowing how to define international packaging taking into account all the related constraints
- Knowing how to define a price based on company and targeted country strategy

International Finance
- Knowing how to build an Operation Balance sheet
- Knowing the Working Capital – Working Capital Requirements – Treasury – Ratios / Identifying client solvency / Risks
- Knowing the entry strategies – VAT Principles – Tax System and declarations
- Knowing the means of financing – Understanding and analyzing forecasted net cash flows and studying the economic profitability of a project
- Choosing the best financing method. Evaluation of the costs factors in the determination of the financing method / Defending the Financial Plan

Culture et negotiation
- Analyses des modèles culturels
- S'appuyer sur les différences culturelles en vue d'établir une collaboration positive
- Principales caractéristiques culturelles
- Processus de négociation interculturelle

Management de la force de vente
- Les nouveaux enjeux du management des équipes de vente.
- Les attitudes et outils adaptés pour manager, motiver et fidéliser au quotidien l'équipe de vente.
- Les approches efficientes du management à distance, du pilotage de projets.

Manager en Stratégie d'Entreprise
2025-2027

2 ans – 777 h (volume horaire minimum)

OU AUTRE SPECIALITE AU CHOIX :

- **COMMUNICATION DIGITALE ET IMAGE DE MARQUE**

Webmarketing
- Comprendre les enjeux du webmarketing
- Savoir optimiser son site web afin d'améliorer son référencement
- Comprendre l'utilité du partenariat, affiliation et échanges de liens
- Mise en place d'une campagne d'emailing ciblée (acquisition et fidélisation).
- Obligations légales en communication.
- Savoir mesurer ses actions (Google Analytics, Matomo, …)

Développement de site internet
- La différence entre les différents langages de programmation web
- La plateforme de publication Wordpress, ses qualités et défauts
- La plateforme de vente WooCommerce.
- La récupération d'adresses mail via formulaire et l'envoi de newsletter
- La gestion d'équipe et la gestion des demandes client

Créativité digitale
- Les différents supports de communication digitale
- Savoir utiliser le bon outil de création pour la tâche demandée
- Adapter son projet à l'expérience utilisateur
- Connaître et utiliser les outils visuels pour son entreprise
- Les différents éléments graphiques pour son site web en adéquation avec sa cible et objectif
- Création d'éléments graphiques de bonne qualité (attention à la pixellisation, au placement, à la-taille de l'image…)

Content marketing
- Connaître les principes fondamentaux du content marketing et son rôle dans une stratégie digitale globale.
- Maîtriser les techniques de création de personas et d'analyse des comportements des utilisateurs.
- Savoir utiliser des outils d'audit de contenu comme SEMrush, Ahrefs ou Google Analytics.
- Connaître les méthodologies de planification éditoriale et les outils comme Notion ou Trello.
- Comprendre les principes du SEO (choix des mots-clés, balises, maillage interne, et structure d'un contenu).
- Maîtriser l'utilisation des réseaux sociaux, des plateformes de gestion de contenu, et des outils de suivi des KPI (Key Performance Indicators).
- Connaître les règles juridiques liées aux droits d'auteur, à la propriété intellectuelle, et à la protection des données personnelles.

- **BLOC : PROJETS PROFESSIONNELS**

Cas de synthèse : le Pitch « Définir une stratégie d'entreprise »

MEMOIRE DE PROJET PROFESSIONNEL
1ère année
- Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée.
- Développer sa capacité d'analyse et d'argumentation.
- Structurer son raisonnement.
- Améliorer ses qualités rédactionnelles.
- Diagnostiquer l'environnement de l'entreprise.
- Prendre du recul par rapport à ses missions et les rattacher à la stratégie globale de l'entreprise.

MEMOIRE PROFESSIONNELLE
2ème année
- Adopter une démarche de gestion de projet efficace et structurée.
- S'approprier une problématique propre à l'entreprise et à un secteur d'activité.
- Adopter une vision globale stratégique.
- Anticiper les défis d'avenir, comparer avec l'existant, s'informer sur le sujet et les différentes théories, bâtir des hypothèses et les expérimenter sur le terrain, valider ou invalider des hypothèses en confrontant les données littéraires et les données empiriques, formuler des recommandations stratégiques à l'entreprise argumentées, adaptées, innovantes et plausibles.

- **Bloc complémentaire (validation du MBA Ecoris)**

Anglais (1ère et 2ème année)
- Compréhension orale : comprendre de longs discours et suivre une argumentation complexe dans des contextes professionnels.
- Compréhension écrite : comprendre les idées principales et repérer les détails importants de textes complexes et variés sur des sujets professionnels.
- Test de lexique professionnel dans le domaine de spécialité : connaître la terminologie professionnelle afin de permettre l'employabilité et l'insertion professionnelle.

- *Préparation et passage du test de niveau en Anglais*

- **ÉVALUATIONS**

Les résultats des soutenances et des contrôles sur chaque module détermineront l'obtention de la certification « **Manager en Stratégie d'Entreprise** » inscrite au RNCP en qualité de Titre niveau 7 (par arrêté ministériel du 23/11/2022).

Manager en Stratégie et d'Entreprise

Fiche actions

Cette liste comporte des exemples d'actions réalisables en entreprise, elle n'est pas exhaustive

Concevoir une politique d'entreprise adaptée à ses spécificités et à son environnement

Analyser la stratégie de l'entreprise sur les forces et les opportunités de l'environnement de l'entreprise :

- Analyse de l'environnement de l'entreprise dans un contexte en mutation.
- Maitrise des règles juridiques qui régissent la vie des sociétés.
- Élaboration d'un système de veille juridique et règlementaire.
- Élaboration de plusieurs hypothèses de développement envisageables

Identifier les différents choix stratégiques possibles puis prendre une décision stratégique dans le cadre d'une démarche structurée :

- Etudes des environnements internes et externes de l'entreprise.
- Analyse des ressources disponibles et des données d'activité de la structure.
- Identification des facteurs clés de succès de l'entreprise sur les domaines d'activité visés.
- Définition d'objectifs stratégiques envisagés pour l'entreprise à moyen et long terme.

Elaborer la stratégie de l'entreprise et vérifier sa mise en œuvre opérationnelle

Élaboration d'une stratégie d'entreprise « omnicanale » :

- Identification des attentes et des évolutions des domaines d'activité ciblés par les objectifs stratégiques de l'entreprise.
- Mise en place d'une cellule de veille opérationnelle.
- Analyse de la supply chain management (gestion de la chaîne logistique) pour atteindre les objectifs stratégiques de l'entreprise.
- Réalisation d'un diagnostic digital.
- Analyse du positionnement de la marque.
- Réalisation d'un parcours client « omnicanal »
- Choix d'un plan de communication.

Elaboration du business plan :

- Définition du plan d'action opérationnel, tout en mesurant les risques liés.
- Identification des risques induits par la stratégie d'entreprise.
- Mise en œuvre d'outils de gestion adaptés à l'activité (ERP, CRM et outils de prospection).
- Élaboration des objectifs opérationnels.
- Validation du budget et du planning à moyen et long terme.

Conception du pilotage opérationnel de l'entreprise en cohérence avec sa stratégie :

- Identification des indicateurs de performance nécessaires au contrôle et suivi.
- Mise en place des tableaux de bord nécessaires au pilotage opérationnel.
- Définition d'étapes clés avec les responsables de fonction, et le planning correspondant.
- Choix des bons outils et KPI (indicateurs clés)

Evaluation de la mise en œuvre de la Stratégie :

- Planification des phases de contrôle des indicateurs de performance.
- Sélection des équipes en charge du suivi des indicateurs de performances et des tableaux de bord.
- Formation aux outils sélectionnés pour le contrôle, si nécessaire.
- Adaptation du plan d'actions opérationnel en cas d'écart constaté

Développer son leadership et fidéliser les équipes

Gestion des équipes par un management situationnel :

- Développement de son leadership pour développer motivation, autonomie et efficience collaborative au sein des équipes.
- Prise en compte des compétences individuelles et collectives de chacun dans la planification opérationnelle.
- Mobilisation des équipes autour des projets stratégiques de l'entreprise.

Pilotage et coordination d'une équipe autour d'un projet :

- Organisation du fonctionnement de l'équipe en fonction du projet et/ou de l'activité.
- Élaboration des objectifs, indicateurs de suivis et de performance de l'équipe (individuels et collectifs)
- Mobilisation des équipes autour d'un projet, de ses enjeux et de ses priorités en matière d'objectifs, de délais, de budgets.
- Évaluation de la performance de l'équipe et identification des écarts.

Mise en œuvre et accompagnement du changement au sein des équipes :

- Élaboration d'un plan d'accompagnement des équipes.
- Identification et usage des leviers de motivation des équipes projets.
- Identification et prise en compte des enjeux, risques et impacts sur l'environnement humain.

Communication efficace auprès des parties prenantes internes de l'entreprise :

- Élaboration de l'argumentation et des messages à faire passer.
- Identification et usage des canaux de communication.
- Déclinaison du plan de communication interne.

Piloter et mettre en œuvre une stratégie performante en fonction de son expertise.

- *Performance commerciale et entrepreneuriat* : Accompagner l'entreprise dans la définition et la mise en œuvre de sa stratégie commerciale - Détecter les opportunités de croissance et de développement pour l'entreprise – Réaliser des études de marché – Développer son réseau professionnel

- *International Business* : Négocier à l'international - Définir une cible et une stratégie de développement à l'international - Mettre en place un plan d'actions marketing adapté

- *Communication digitale et image de marque* : Définir, mettre en œuvre et piloter une stratégie de communication digitale - Piloter un plan d'actions web - Concevoir un site internet – Superviser la création de contenus

- *Gestion de patrimoine et Finance* : Etablir un diagnostic patrimonial en phase avec les objectifs du client – Proposer des solutions de financement en corrélation avec les besoins de du client - Contrôler et analyser les risques et leviers d'optimisation, afin de proposer des solutions d'amélioration de la performance et de la rentabilité

- *Audit financier* : Effectuer un diagnostic de l'entreprise afin d'optimiser la performance - Mettre le contrôle de gestion au service de la stratégie de l'entreprise.

Le candidat en Bac+5 doit accomplir des missions ou élaborer des projets qui participent à la mise en œuvre de la stratégie générale de l'entreprise. Pour ce faire, on demande au candidat d'avoir une vision claire de la stratégie de l'entreprise, à court, moyen et long terme et de l'environnement de cette dernière. Grâce à cette vision stratégique, il sera à même d'être force de proposition et d'orienter l'entreprise sur de nouveaux axes stratégiques en lien avec son domaine d'activité.

La vision stratégique n'exclut pas un travail opérationnel. En effet, tout projet est forcément opérationnel. L'essentiel réside dans le fait que les missions réalisées en entreprise soient l'expression opérationnelle d'une stratégie définie en amont et maitrisée. Le candidat doit entreprendre une démarche proactive et faire preuve de curiosité pour ensuite pouvoir être force de proposition. Il devra se mettre dans la peau d'un consultant, sollicité par l'entreprise dans le but de solutionner un problème diagnostiqué en amont ou de créer ou améliorer un processus existant.

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1 ☑ Période 2 ☐**
BLOC : 1
Matière : Stratégie d'entreprise
Objectif : Assimiler et maîtriser les concepts d'opérationnalisation d'une stratégie d'entreprise.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Mettre en perspective la stratégie de l'entreprise et son marché			
C2	Maîtriser l'analyse stratégique			
C3	Réaliser un diagnostic stratégique			
C4	Saisir les différentes orientations stratégiques pour prendre des décisions			
C5	Introduction à la démarche qualité et RSE			

Codes	Savoirs	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Le processus de gestion : la planification, l'organisation, la direction et le contrôle, la prise de décisions			
S2	Mise en place d'une démarche RSE			
S3	Les concepts de base liés à l'analyse stratégique			
S4	Les principaux outils (matrices) du diagnostic stratégique			
S5	Les choix stratégiques possibles dans le cadre d'une démarche structurée			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1 ☒ Période 2 ☐**
BLOC : 1

Matière : Veille stratégique et juridique

Objectif : Analyser l'entreprise et son environnement grâce à la réalisation d'une veille juridique.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Effectuer des recherches sur l'environnement juridique d'une entreprise			
C2	Analyser l'environnement juridique d'une entreprise			
C3	Accompagner une entreprise face à l'évolution de son environnement juridique			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Connaissance des sources juridiques fiables			
S2	Culture générale sur les règles juridiques qui régissent la société et son environnement			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1 ☒ Période 2 ☐**
BLOC : 1
Matière : STRATÉGIE MARKETING
Objectif : Bâtir une stratégie marketing d'entreprise et la décliner en plan marketing mix en BtoB comme BtoC**.**

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Réaliser un diagnostic marketing			
C2	Définir la stratégie marketing d'une entreprise, dont segmentation et positionnement			
C3	Réaliser un plan marketing mix			
C4	Mettre en place des outils de contrôle			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	**Partiellement acquis**	**Non acquis**
S1	Les outils de diagnostic stratégique et marketing			
S2	La démarche pour réaliser une stratégie marketing			
S3	Les choix fondamentaux d'une stratégie marketing (ciblage, positionnement)			
S4	La déclinaison du mix marketing			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1** ✔ **Période 2** ☐
BLOC : 1
Matière : **Management de la Qualité**
Objectif : Intégrer une démarche qualité (SMQ) au seuil de l'entreprise en s'appuyant sur des normes ISO telles que la norme ISO 9001:2015

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Etre capable d'identifier l'impact de la qualité et des SMQ comme facteur de progrès à tous les niveaux de l'entreprise et de son environnement.			
C2	Etre capable de mettre en œuvre et de gérer un SMQ selon des référentiels tels que la norme ISO 9001:2015.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Les "signes de la qualité", les différences entre la qualité finale d'un produit ou d'un service et la notion de SMQ.			
S2	Le déroulement de la démarche de mise en place d'un SMQ jusqu'à l'audit de certification. Gérer, au-delà de l'audit, la notion d'amélioration continue (cycle PDCA).			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1** ✔ **Période 2** ☐
BLOC : 2
Matière : Pilotage stratégique et opérationnel

Objectif : Mettre en œuvre le pilotage stratégique et opérationnel de l'entreprise au travers des outils du contrôle de gestion.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Mettre en œuvre la démarche du contrôle de gestion dans le pilotage de l'organisation			
C2	Analyser le contrôle de gestion comme aide au diagnostic pour appréhender les axes stratégiques			
C3	Construire les budgets de l'entreprise			
C4	Analyser comment le contrôle de gestion participe au pilotage stratégique et opérationnel			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Le contrôle de gestion comme outil de pilotage de l'organisation			
S2	Le contrôle de gestion comme acteur du diagnostic stratégique et opérationnel			
S3	L'établissement des budgets et le contrôle et l'analyse des écarts			
S4	Le contrôle de gestion comme acteur du pilotage stratégique et opérationnel			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1** ✔ **Période 2** ☐
BLOC : 2
Matière : STRATEGIE E-BUSINESS ET OMNICANALE

Objectif : Élaborer une stratégie omnicanale et matérialiser l'expérience client

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Concevoir une stratégie digitale, du modèle économique au déploiement e-commerce.			
C2	Réaliser un diagnostic digital à partir de ses objectifs et cibles.			
C3	Choisir les bons outils digitaux et messages par rapport aux cibles et objectifs et choisir les bons KPI.			
C4	Réaliser un parcours client omnicanal.			
C5	Élaborer une stratégie omnicanale et sa mise en œuvre (fonctionnalités ROPO/ store to web, choix d'organisation, KPI, etc.).			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Les typologies d'entreprise et leurs enjeux digitaux.			
S2	La méthodologie d'une stratégie digitale dont les modèles économiques et les étapes clés.			
S3	Les outils / leviers digitaux et les retours attendus KPI.			
S4	Les étapes pour réaliser un parcours client.			
S5	La méthodologie d'une stratégie omnicanale, les différents modèles d'organisation et le déploiement.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1 ☒ Période 2 ☐**
BLOC : 2
Matière : Etudes de marché et comportement du consommateur

Objectif : Mieux connaître son marché et ses consommateurs. S'initier aux principaux processus psychologiques qui sous-tendent les choix, préférences et décisions des consommateurs. Connaître la démarche et la mise en œuvre de la recherche Marketing.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Mettre en place la démarche des études de marché.			
C2	Utiliser les différentes catégories d'études de marché en fonction de leurs spécificités.			
C3	Analyser des résultats et proposer une synthèse pertinente, attractive et pédagogique des résultats.			
C4	Utiliser les facteurs explicatifs d'un comportement d'achat pour prendre une décision.			
C5	Utiliser le processus de décision et d'achat des clients pour mettre en place son mix.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Le problème marketing et le problème étude.			
S2	Les sources secondaires internes et externes.			
S3	Le guide d'entretien, le questionnaire et le choix de l'échantillon.			
S4	Les techniques d'analyse des données quantitatives (tris à plat, tris croisés et exploitation).			
S5	Les variables explicatives psychologiques, sociologiques et culturelles et les facteurs qui influencent le processus de décision.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1 ☐ Période 2 ☒**
BLOC : 1
Matière : Stratégie commerciale
Objectif : Développer un savoir-faire commercial concret et opérationnel transposable, par exemple, à un projet de création d'entreprise.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Etre capable de réaliser un choix éclairé de grandes orientations stratégiques et de maitriser la réalisation de diagnostics commerciaux précis et structurés.			
C2	Etre capable de fiabiliser ses études de marché et ses enquêtes de satisfaction, de faire de la prospective, de mettre en place une cellule de veille.			
C3	Etre capable d'organiser un PAC (axes stratégiques puis plan opérationnel qui en découle). Intégrer la notion de "force de vente".			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	**Partiellement acquis**	**Non acquis**
S1	Les tendances en stratégie commerciale. La création de ses propres outils de diagnostic commercial (grilles détaillées d'évaluation).			
S2	Les informations stratégiques fiabilisées indispensables à l'action commerciale.			
S3	Le Plan d'Action Commerciale, "feuille de route" de l'entreprise.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1 ☐ Période 2 ☒**
BLOC : 1
Matière : DROIT DES AFFAIRES
Objectif : Maîtriser les règles juridiques fondamentales qui régissent la création et la vie des sociétés.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Définir les différents types de sociétés.			
C2	Préciser les raisons du choix d'une société en fonction de l'activité économique envisagée.			
C3	Apporter un conseil relatif au mode de fonctionnement d'une société et les rapports des actionnaires avec les organes de direction.			
C4	Évaluer les différents risques encourus par les dirigeants d'entreprise dans l'exercice de leurs fonctions.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Les démarches à effectuer pour créer une société.			
S2	La réglementation législative concernant les entreprises en difficulté.			
S3	La définition d'une augmentation de capital et les procédures adaptées.			
S4	Les différentes étapes d'une procédure en règlement judiciaire et d'une procédure en liquidation judiciaire.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1** ☐ **Période 2** ✔
BLOC : 1
Matière : Business model durable et collaboratif

Objectif : Fournir aux étudiants une compréhension approfondie des entreprises circulaires et régénératrices, tout en les engageant activement dans des projets pratiques et collaboratifs. Maîtriser les concepts clés des entreprises circulaires et régénératrices et les appliquer de manière pratique et stratégique dans leur futur environnement professionnel.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Comprendre la chaîne de valeur d'une organisation, identifier les impacts sociaux et environnementaux de celle-ci et envisager des pistes de travail pour contribuer à une économie régénérative ou circulaire.			
C2	Elaborer et planifier un modèle d'affaires circulaire ou régénératif.			
C3	Modifier les pratiques et les frontières de l'entreprise pour travailler conjointement avec les différents acteurs nécessaires à la circularisation ou à la régénération de l'activité.			
C4	Mesurer, évaluer et suivre la mise en œuvre du modèle d'affaires circulaire ou régénératif ; effectuer le reporting ESG.			
C5	Communiquer et sensibiliser en interne et en externe pour opérationnaliser et promouvoir l'économie circulaire ou régénérative ; pour faire valoir et savoir les externalités positives obtenues, ainsi que permettre le partage de retours d'expérience.			

Codes	Savoirs	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Les concepts fondamentaux d'une économie circulaire et d'une économie régénérative.			
S2	Les différents modèles d'affaires durables, les écosystèmes et écosystèmes d'affaires.			
S3	Les principes et mesures des impacts environnementaux, sociaux et économiques de l'économie circulaire ; les critères de l'économie régénératives.			
S4	La méthodologie d'élaboration de modèle d'affaires d'une entreprise circulaire ou régénérative.			
S5	Les résistances et les freins psychologiques à la transition écologique et énergétique.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1** ☐ **Période 2** ✔
BLOC : 2
Matière : Stratégie de marque

Objectif : Savoir définir une stratégie de marque au sein d'un groupe multimarques, une stratégie et un plan de communication et les piloter

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Réaliser un diagnostic pour savoir évaluer la perception de sa marque et l'efficacité d'un plan de communication.			
C2	Définir ou redéfinir l'identité de marque d'une entreprise (valeurs, positonnement etc.) et sa stratégie de communication.			
C3	Définir un plan de communication.			
C4	Bâtir le tableau de bord du plan de communication avec les bons indicateurs pour piloter le plan de communication.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	**Partiellement acquis**	**Non acquis**
S1	Les phases clés de l'élaboration d'un audit de communication et d'une stratégie de marque.			
S2	Les concepts clés du capital marque, la gestion de portefeuille de marque et la stratégie créative.			
S3	Les composantes d'un plan de communication.			
S4	Les KPI de la communication.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1 ☐ Période 2 ☒**
BLOC : 2
Matière : MARKETING OPERATIONNEL

Objectif : Définir et mettre en place le plan d'action marketing client omnicanal.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Élaborer le business plan / plan d'actions opérationnel en lien avec la stratégie définie en amont, en identifiant également les risques liés aux objectifs fixés par la direction.			
C2	Évaluer la mise en œuvre de la stratégie afin de mettre en place des actions correctives si les objectifs ne sont pas atteints.			
C3	Assurer le suivi des plans d'actions et objectifs en mettant en œuvre les outils de gestion nécessaires au contrôle des opérations et de l'atteinte des objectifs.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	**Partiellement acquis**	**Non acquis**
S1	Les méthodes permettant d'analyser l'efficacité d'un plan marketing existant / un parcours client / un portefeuille client.			
S2	La méthodologie de réalisation d'un plan marketing client, y compris budget, planning et indicateurs.			
S3	Le choix des KPI et la réalisation d'un tableau de bord marketing.			
S4	Les composantes d'un plan de prospection et de fidélisation et d'un parcours client.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2025-2026 **Période 1 ☐ Période 2 ✔**
BLOC : 2
Matière : Distribution et logistique
Objectif : Connaître les dimensions de la Distribution Logistique afin d'optimiser les flux commerciaux et les stocks pour améliorer la rentabilité de l'entreprise

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Analyser les stratégies et méthodes de la grande distribution.			
C2	Piloter, optimiser, ordonnancer et gérer les flux de commercialisation et logistique.			
C3	Evaluer l'importance de la chaîne de valeurs dans le business model et son impact concurrentiel.			
C4	Savoir optimiser la logistique en fonction des besoins des différents modèles économiques.			
C5	Apprendre à bien gérer les stocks et les flux pour optimiser la trésorerie.			

Codes	Savoirs	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Les techniques de merchandising de la grande distribution et les 19 règles de B TRUJILO.			
S2	Les bâtiments logistiques, les règles de sécurité, gestes et postures en manutention.			
S3	Les différentes formes de business models.			
S4	Analyser les performances de distribution du Cross-docking au Co-Packing.			
S5	Impact du Digital et de l'IA sur les organisations logistiques des années à venir.			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en stratégie d'entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ✔ Période 2 ☐**
BLOC : 3
Matière : Leadership
Objectif : Asseoir son leadership par un management situationnel afin de promouvoir les compétences individuelles et collectives de l'équipe pour développer motivation, autonomie et efficience collaborative.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Adopter et développer une posture de leader.			
C2	Définir et faire adhérer à sa vision.			
C3	Faire adhérer en communiquant efficacement.			
C4	Valoriser et Encourager ses équipes.			
C5	Identifier ses préférences comportementales pour s'adapter à celles de ses interlocuteurs.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Définir le leadership et appréhender les styles de leadership.			
S2	La différence entre Manager et Leader.			
S3	Techniques de prise de parole en public.			
S4	Mieux se connaître et développer sa confiance en soi.			
S5	Les outils et méthodes pour fédérer, valoriser et faire performer une équipe.			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026/2027 **Période 1 ✔** **Période 2 ☐**
BLOC : 3
Matière : Management de projet

Objectif : Conduire un projet en termes de performances commerciales, de qualité, de contrôle des coûts et de maîtrise des délais. Coordonner une équipe autour d'un projet global.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Evaluer les besoins et définir les objectifs d'un projet			
C2	Ecrire le cahier des charges et planifier le projet			
C3	Conduire et piloter un projet			
C4	Clôturer et évaluer un projet			
C5	Piloter et coordonner une équipe autour d'un projet global			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Outils d'évaluation de besoins : QQOQCP, diagramme d'Ishikawa			
S2	Outils de planification et d'affectation de tâches : matrice RACI			
S3	Outils de planification et d'affectation de tâches PERT			
S4	Outils de planification et d'affectation de tâches : diagramme de Gantt			
S5	Gestion d'équipe : matrice des compétences, objectifs, indicateurs de performance et suivi			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☒ Période 2 ☐**
BLOC : 4 option 1.1
Matière : Expertise commerciale
Objectif : Maitriser la négociation avec les acheteurs professionnels, établir des propositions commerciales adaptées, se faire connaitre dans les réseaux et clubs d'entreprises**.**

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Etre capable de construire des propositions commerciales qui sortent du lot.			
C2	Etre capable de négocier avec des acheteurs professionnels et réussir à tenir ses marges.			
C3	Etre capable de développer son réseau d'affaires en mode virtuel et physique.			
C4	Etre capable de s'implanter dans un pays limitrophe et de négocier avec ses interlocuteurs.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	De la notion de devis à la notion de proposition commerciale complète.			
S2	Le métier d'acheteur, les solutions pour résister à la pression, les techniques de négociation.			
S3	La complémentarité entre réseaux virtuels et réseaux physiques, les associations professionnelles…			
S4	Les spécificités d'un marché potentiel étranger, la culture commerciale, la réglementation…			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1** ✔ **Période 2** ☐
BLOC : 4 option 1.1
Matière : Stratégie d'Achats

Objectif : Connaître le rôle stratégique de la fonction Achats, son impact sur les résultats, et acquérir des aptitudes à négocier et contractualiser les acquis de la négociation.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Etre capable de faire un diagnostic de la fonction Achats, ses méthodes, ses performances.			
C2	Etre capable de définir un CDCF (Cahier Des Charges Fonctionnel) dans les projets d'achats pour Savoir concevoir et rédiger un contrat commercial Achats.			
C3	Etre capable de savoir analyser le marché fournisseur, de faire un audit sur l'apport stratégique des Achats.			
C4	Savoir convertir des achats avec une approche RSE , et Economie circulaire et de préparer un contrat issu d'une bonne négociation.			
C5	Etre capable d'identifier la Valeur Ajouté des achats dans l'amélioration du Business Model de l'entreprise.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	**Partiellement acquis**	**Non acquis**
S1	Les enjeux de la fonction Achats, son impact sur les résultats.			
S2	Connaître les méthodes de marketing amont et les 5 parangonnages (5 types de benchmark Achats Mode Projet).			
S3	Connaître les points clefs d'une négociation et les points essentiels d'un contrat et savoir les mettre en œuvre.			
S4	Connaître les bases de la RSE.			
S5	Savoir mesurer et améliorer le business model en termes de Valeur Ajouté et de compétitivité.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1** ✔ **Période 2** ☐
BLOC : 4 option 1.1
Matière : Culture entrepreneuriale
Objectif : Développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise mais aussi transmettre cette culture à son équipe**.**

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Etre capable de développer un esprit entrepreneurial, de développer ses réflexes de créativité et de commercialisation.			
C2	Etre capable de maitriser les aspects humains, techniques juridiques et financiers de la création.			
C3	Etre capable de construire un projet d'entreprise en tenant compte de la RSE et de l'innovation.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	**Partiellement acquis**	**Non acquis**
S1	Le phénomène "création d'entreprises", les qualités entrepreneuriales. La recherche d'idées, l'approche du marché et le plan d'actions commerciales (axes stratégiques + plan opérationnel).			
S2	Les bases d'un concept de création d'une entreprise à fort potentiel de développement (L'équipe, les locaux, le statut, le matériel, les prévisions chiffrées, les financements).			
S3	Les liens entre culture entrepreneuriale et innovation, les enjeux RSE.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1** ☐ **Période 2** ✔
BLOC : 4 option 1.1
Matière : Culture entrepreneuriale
Objectif : Développer un esprit entrepreneurial en vue de créer sa propre entreprise mais aussi transmettre cette culture à son équipe**.**

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C4	Etre capable de développer son leadership, de créer motivation et implication de son équipe dans le cadre d'une startup.			
C5	Etre capable d'accompagner son projet grâce à la transformation numérique.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	**Partiellement acquis**	**Non acquis**
S4	Les tendances de management, les profils de responsables d'équipes, la communication, l'exercice de l'autorité, la reconnaissance, la capacité à déléguer, les aptitudes à construire un" moral gagnant".			
S5	Les modèles économiques numériques, les outils et technologies pour l'entrepreneur, les opportunités offertes par le numérique pour les entrepreneurs.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☑ Période 2 ☐**
BLOC : 4 option 1.2
Matière : International Law

Objectif : Understanding the international law environnent so as to manage properly import/export operations.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Protecting trade confidentiality – Understanding basics of international contracts			
C2	Dealing with foreign law compliance during the exporting process			
C3	Managing overseas international development - Knowing how to use the international trade documentation			
C4	Managing the marketing development liability – Intellectual property ad competition law			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Knowing international contracts laws			
S2	Knowing the industrial standards, export controls and Import licences – Antiboycott compliance – Immigration and customs compliance – ATA carnet – Incoterms)			
S3	Chosing the best sales development contracts in consideration of the company and market situation (Distribution – Agent – Branch or subsidiary – Joint Venture) / Private and Public Tenders			
S4	Understanding issues of competition laws and intellectual property			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS
Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1** ✔ **Période 2** ☐
BLOC : 4 option 1.2
Matière : International Finance

Objectif : Analyzing a multinational company financial situation through the financial diagnostic, help managers in the decision making process of choosing the best investment and the best financing method, lead them to best manage Import/Export Operations.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Understanding the international accounting system and preparing the financial analysis			
C2	Leading a company financial analysis / Managing Trade Risks			
C3	Understanding the entry strategies to penetrate a market in respect of tax system rules / Choosing Best Payment Method			
C4	Overviewing international companies investments and ROI -VAN value determination – Index of profitability			
C5	Choosing the best investment and understanding the economic profitability / Issuing Financial Plan			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Knowing how to build an Operational Balance sheet			
S2	Knowing the Working Capital – Working Capital Requirements – Treasury – Ratios / Identifying client solvency / Risks			
S3	Knowing the entry strategies – VAT Principles – Tax System and declarations.			
S4	Knowing the means of financing - Understanding and analysing forecasted net cash flows and studying the economic profitability of a project.			
S5	Choosing the best financing method. Evaluation of the costs factors in the determination of the financing method / Defending the Financial Plan			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☒ Période 2 ☐**
BLOC : 4 option 1.2
Matière : Marketing
Objectif : Identify potential countries. Define a launch strategy.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Managing international marketing research process			
C2	Knowing where and how to develop			
C3	Choosing marketing target in one country and develop a brand strategy			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Knowing how to use marketing research tools and decision matrices taking into account the specificities related to the international context			
S2	Knowing the different segmentation methods and understanding international brand strategies			
S3	Understanding cultural factors to develop an effective communication strategy			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☐ Période 2 ✔**
BLOC : 4 option 1.2
Matière : Marketing
Objectif : Identify potential countries. Define a launch strategy.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C4	Defining a Product strategy combined with a Price strategy			
C5	Defining an international product launch communication strategy			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Knowing how to use marketing research tools and decision matrices taking into account the specificities related to the international context			
S3	Understanding cultural factors to develop an effective communication strategy			
S4	Knowing how to define international packaging taking into account all the related constraints			
S5	Knowing how to define a price based on company and targeted country strategy			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☒ Période 2 ☐**
BLOC : 4 option 2
Matière : Webmarketing

Objectif : Maîtriser les différents leviers webmarketing et les outils d'analyse et de mesure.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Etre capable de maîtriser les chiffres clés et les tendances du webmarketing.			
C2	Etre capable de mettre en place une stratégie de référencement sur les différents types de référencement.			
C3	Etre capable de coordonner une stratégie de partenariats et liens entrants et sortants.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Comprendre les enjeux du webmarketing.			
S2	Savoir optimiser son site web afin d'améliorer son référencement.			
S3	Comprendre l'utilité du partenariat, affiliation et échanges de liens.			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☐ Période 2 ☒**
BLOC : 4 option 2
Matière : Webmarketing

Objectif : Maîtriser les différents leviers webmarketing et les outils d'analyse et de mesure.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Être capable de mettre en place une stratégie d'emailing.			
C2	Être capable de mettre en place une stratégie de Marketing de contenu.			
C3	Être capable d'affiner et mieux comprendre sa cible client ainsi que l'avatar idéal en utilisant un outil comme Google Analytics (RGPD).			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Mise en place d'une campagne d'emailing ciblée (acquisition et fidélisation).			
S2	Obligations légales en communication.			
S3	Savoir mesurer ses actions (Google Analytics, Matomo, …)			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :

Date :

Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☒ Période 2 ☐**

BLOC : 4 option 2

Matière : Développement de sites internet

Objectif : Maîtriser les différentes étapes de l'élaboration d'un site internet.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Créer une page web "from scratch" style portfolio (html + css)			
C2	Administrer un site avec Wordpress o Installation et modification d'un thème o Ajout de modules o Interfaçage avec Google Analytics ou équivalent (RGPD)			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	**Partiellement acquis**	**Non acquis**
S1	La différence entre les différents langages de programmation web.			
S2	La plateforme de publication Wordpress, ses qualités et défauts.			
Observations, remarques :			**Evalué par :** **Signature :**	

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :

Date :

Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☐ Période 2 ☒**

BLOC : 4 option 2

Matière : Développement de sites internet

Objectif : Maîtriser les différentes étapes de l'élaboration d'un site internet.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Administrer une boutique Woocommerce o Création d'article o Modification de l'interface client o Ajout de modules			
C2	Gérer un module de contact et newsletter.			
C3	Gérer un ou plusieurs développeurs, intégrateurs, graphistes et gérer les demandes client.			
C4	Sécuriser son site marchand.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	La plateforme de vente WooCommerce.			
S2	La récupération d'adresses mail via formulaire et l'envoi de newsletter.			
S3	La gestion d'équipe et la gestion des demandes client.			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :

Date :

Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☒ Période 2 ☐**

BLOC : 4 option 2

Matière : **Créativité digitale**

Objectif : Définir et piloter une stratégie de communication digitale.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Être capable de comprendre les objectifs d'une communication digitale.			
C2	Être capable de connaître les outils de création Adobe.			
C3	Être capable de connaître les outils de création de prototypage web.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Les différents supports de communication digitale.			
S2	Savoir utiliser le bon outil de création pour la tâche demandée.			
S3	Adapter son projet à l'expérience Utilisateur.			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :

Date :

Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☐ Période 2 ☒**

BLOC : 4 option 2

Matière : **Créativité digitale**

Objectif : Définir et piloter une stratégie de communication digitale.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Être capable de maîtriser sa communication digitale.			
C2	Être capable de connaître les outils de création Adobe dont Photoshop.			
C3	Être capable d'utiliser photoshop pour réaliser un flyer ou retoucher un document.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Connaître et utiliser les outils visuels pour son entreprise.			
S2	Les différents éléments graphiques pour son site web en adéquation avec sa cible et objectif.			
S3	Création d'éléments graphiques de bonne qualité (attention à la pixellisation , au placement, à la-taille de l'image…).			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1** ✔ **Période 2** ☐
BLOC : 4 option 2
Matière : Content Marketing
Objectifs :
Comprendre l'importance du content marketing dans une stratégie digitale globale. Maîtriser les différents formats de contenu : articles de blog, vidéos, infographies, e-books. Identifier les besoins des audiences cibles pour proposer des contenus à forte valeur ajoutée.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Être capable de définir les objectifs d'une stratégie de content marketing.			
C2	Être capable d'identifier et analyser les besoins des audiences cibles.			
C3	Être capable d'effectuer un audit de contenu existant et une analyse concurrentielle.			
C4	Être capable d'élaborer un calendrier éditorial structuré et cohérent.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Connaître les principes fondamentaux du content marketing et son rôle dans une stratégie digitale globale.			
S2	Maîtriser les techniques de création de personas et d'analyse des comportements des utilisateurs.			
S3	Savoir utiliser des outils d'audit de contenu comme SEMrush, Ahrefs ou Google Analytics.			
S4	Connaître les méthodologies de planification éditoriale et les outils comme Notion ou Trello.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1** ☐ **Période 2** ✔

BLOC : 4 option 2

Matière : Content Marketing

Objectifs : Comprendre l'importance du content marketing dans une stratégie digitale globale. Maîtriser les différents formats de contenu : articles de blog, vidéos, infographies, e-books. Identifier les besoins des audiences cibles pour proposer des contenus à forte valeur ajoutée.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Être capable de rédiger et créer des contenus optimisés pour le référencement naturel (SEO).			
C2	Être capable de diffuser les contenus sur les canaux appropriés et de mesurer leur performance.			
C3	Être capable de respecter les contraintes légales et éthiques dans la création de contenus.			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Comprendre les principes du SEO (choix des mots-clés, balises, maillage interne, et structure d'un contenu).			
S2	Maîtriser l'utilisation des réseaux sociaux, des plateformes de gestion de contenu, et des outils de suivi des KPI (Key Performance Indicators).			
S3	Connaître les règles juridiques liées aux droits d'auteur, à la propriété intellectuelle, et à la protection des données personnelles.			

Observations, remarques :	**Evalué par :** **Signature :**

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☐ Période 2 ✔**
BLOC : 3
Matière : Politique de communication interne

Objectif : Bâtir la stratégie de communication interne d'une entreprise et sa marque employeur et la décliner en plan de communication.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Savoir définir la plateforme de marque employeur en lien avec l'identité de marque globale.			
C2	Définir les différentes cibles, les objectifs de communication interne spécifiques à la problématique de l'entreprise.			
C3	Élaborer un plan de communication interne cohérent, notamment en termes de messages et de moyens, en fonction du budget, des objectifs et des cibles.			
C4	Organiser et gérer le déploiement de sa communication interne.			

Codes	Savoirs	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	L'identité de marque et la marque employeur.			
S2	Les enjeux de la communication interne. Les différents interlocuteurs et leur rôle dans la communication.			
S3	Les phases clés de son plan de communication interne.			
S4	Les outils de la communication interne.			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 ☐ Période 2 ☒**
BLOC : 3
Matière : Conduite du changement

Objectif : Piloter un changement en entreprise, en construisant le système de pilotage, de formation et de communication.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Préparer un projet de changement : périmètre du projet, enjeux risques impact, choix de la stratégie appliquée			
C2	Construire un système de pilotage du projet de changement, susciter et mesurer l'implication des parties prenantes en établissant un plan de communication, de formation intégrant la dimension RSE			
C3	Identifier les principaux changements à venir en effectuant un travail de veille (métier, réglementaire, organisationnelle, écologique…) afin de rendre l'entreprise plus agile			
C4	Mise en œuvre et accompagnement du changement au sein des équipes (plan d'accompagnement, formation, leviers de motivation adaptés à chaque profil, identification et prise en compte des enjeux, risques et impacts sur l'environnement humain)			
C5	Mise en place de méthodes agiles			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Le processus de changement : types de changement, facteurs déclenchant			
S2	Les outils de diagnostic et de pilotage			
S3	Construction d'un projet, les outils organisationnels de co-construction et de veille			
S4	Élaboration d'un plan d'accompagnement et formation des équipes. Outils et leviers de motivation. Gestion des enjeux, risques et impacts			
S5	Les outils et l'application des méthodes agiles			

Observations, remarques :

Evalué par :

Signature :

BILAN D'EVALUATION DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'Entreprise

Nom / Prénom du candidat :
Date :
Année scolaire : 2026-2027 **Période 1 Période 2 ☒**
BLOC : 4 (option 1.1 / option 1.2)
Matière : CULTURE ET NEGOCIATION
Objectif : Réussir son développement commercial à l'international grâce à la compréhension des différences culturelles.

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Comprendre la Culture et ses implications dans le commerce international			
C2	Faire des affaires dans une approche interculturelle			
C3	Etre capable de diriger des équipes multiculturelles			
C4	Mener des négociations dans un contexte interculturel			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Analyses des modèles culturels			
S2	S'appuyer sur les différences culturelles en vue d'établir une collaboration positive			
S3	Principales caractéristiques culturelles			
S4	Processus de négociation interculturelle			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

BILAN D'EVALUATION
DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

Manager en Stratégie d'entreprise

Nom / Prénom du candidat :

Date :

Année scolaire : 2026-2027 **Période 1** ☐ **Période 2** ✔

Bloc : 4 (option 1.1 / option 1.2)

Matière : MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE

Objectif : Manager et motiver une équipe commerciale, fidéliser les collaborateurs

Codes	Compétences	Vérifié		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
C1	Etre capable d'identifier les enjeux actuels et futurs dans le management des forces de vente.			
C2	Etre capable de manager, motiver et fidéliser au quotidien une équipe de vente et ses collaborateurs.			
C3	Etre capable de manager dans des cadres plus spécifiques : distanciel, pilotage de projets…			
Codes	**Savoirs**	**Vérifié**		
		Acquis	Partiellement acquis	Non acquis
S1	Les nouveaux enjeux du management des équipes de vente.			
S2	Les attitudes et outils adaptés pour manager, motiver et fidéliser au quotidien l'équipe de vente.			
S3	Les approches efficientes du management à distance, du pilotage de projets.			

Observations, remarques :	Evalué par : Signature :

ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

2025-2026

GRILLE ÉVALUATION
VEILLE STRATEGIQUE ET JURIDIQUE
Soutenance orale finale

NOM : Prénom :
Date :

Critères d'évaluation	Note Jury	Observations
Evaluation collective		
Pertinence du contenu des recherches	/6	
Enchaînement logique des développements	/4	
Qualité de la prestation globale orale (organisation, rythme...)	/2	
Qualité du(des) support(s) de présentation	/2	
Qualité du questionnaire de fin d'exposé	/1	
Total 1	**/15**	
Evaluation individuelle		
Niveau d'implication dans le projet	/2	
Qualité de l'expression orale individuelle	/2	
Qualité de l'écoute des autres exposés	/1	
Total 2	**/5**	
Total 1 + 2	**/20**	
NOTE FINALE	**/20**	
Commentaires :		
Nom et signature de l'évaluateur :		

ECORIS 2025-2026

GRILLE D'EVALUATION – CONTRÔLE EN COURS DE FORMATION
STRATEGIE E-BUSINESS ET OMNICANALE

NOMS-PRENOMS GROUPE :	
DATE :	

Evaluation du diagnostic intermédiaire

CRITERES	BAREME	NOTE	COMMENTAIRES
Contexte – présentation de l'entreprise sur son marché, enjeux et problématique omnicanale	0 à 3		
Analyse de la cible et de son comportement avec sources datées / pertinence du parcours (points de contact)	0 à 4		
Benchmark digital et identification des bonnes pratiques omnicanales des concurrents à comparer avec les pratiques actuelles de l'entreprise choisie - bonnes pratiques hors secteur	0 à 4		
Analyse interne (dont si existant parcours et pratiques digitales / phygitales)	0 à 4		
Pertinence du diagnostic	0 à 3		
Cohérence globale	0 à 2		
TOTAL			

COMMENTAIRE GENERAL :	**Noms et signatures évaluateur :**

Evaluation de la stratégie (optionnelle)

CRITERES	BAREME	NOTE	COMMENTAIRES
Contexte	0 à 2		
Diagnostic (cf diagnostic intermédiaire)	0 à 4		
Stratégie omnicanale/crosscanale : parcours ideal versus minimal Pertinence de l'expérience proposée	0 à 4		
Pertinence du choix des outils digitaux et des fonctionnalités webtostore/phygitales retenues	0 à 3		
Avec la materialisation de 2 ou 3 dispositifs clés du parcours	0 à 2		
Conditions de réussite au déploiement : pertience de l'organisation CRM, logistique etc.	0 à 3		
Cohérence globale	0 à 1		
Qualité de la présentation écrite	0 à 1		
TOTAL			

COMMENTAIRE GENERAL :	**Noms et signatures évaluateur :**

faire la moyenne des deux notes sur 20 pour une note finale de CCF

ECORIS 2025-2026

GRILLE D'EVALUATION – PARTIEL SOUTENANCE ORALE
STRATEGIE E- BUSINESS ET OMNICANALE

NOMS-PRENOMS GROUPE :			
DATE :			
1. EVALUATION COLLECTIVE	**BAREME**	**NOTE**	**COMMENTAIRES**
Contexte – présentation de l'entreprise sur son marché, enjeux et problématique omnicanale	0 à 2		
Analyse de la cible et de son comportement (sources datées) / pertinence du parcours (points de contact)	0 à 3		
Etat des lieux : benchmark digital et identification des bonnes pratiques omnicanales des concurrents à comparer avec les pratiques actuelles de l'entreprise choisie	0 à 3		
Stratégie omnicanale/crosscanale : parcours idéal versus minimal Pertinence de l'expérience proposée	0 à 3		
Pertinence du choix des outils digitaux et des fonctionnalités webtostore/ phygitales retenues, avec la matérialisation de 2 ou 3 dispositifs clés	0 à 3		
Conditions de réussite au déploiement : pertinence de l'organisation CRM, logistique etc.	0 à 3		
Cohérence globale et qualité de la présentation	0 à 3		
TOTAL 1 : /20			
2. EVALUATION INDIVIDUELLE	**BAREME**	**NOTE**	**COMMENTAIRES**
Niveau d'implication dans le projet	0 à 5		
Force d'une argumentation/réponse étayée	0 à 3		
Qualité de l'expression orale	0 à 2		
TOTAL 2 : /10			

TOTAL 1 + 2 : /30

NOTE : /20

COMMENTAIRE GENERAL :	**Noms et signatures jury :**

MSE 1
EVALUATION CCF - Etude de marché et comportement du consommateur

Nom / prénom :
Groupe :

EVALUATION DE GROUPE			Barème	Note attribuée	Commentaires
S1	Qualité du problème marketing et du problème étude + originalité du concept produit proposé (*) Hypothèses de départ qui devront être confirmées/infirmées	Définition du concept produit avec les dimensions intrinsèque, standard, global	5		
S1 - S2 - S3	Qualité de l'étude documentaire	MACRO-ENVIRONNEMENT (et marché support si requis)	5		
		OFFRE (segments produits + acteurs de l'offre)	5		
		DEMANDE(segments potentiels, processus de décision, comportement d'achat, motivations et freins…)	5		
		Synthèse - SWOT	5		
S2-S3	Définition et mise en oeuvre de l'étude qualitative	Profils à interviewer (consommateurs, prescripteurs, distributeurs…) + définition du groupe + guide d'entretien	10		
S4-S5	Définition et mise en œuvre du sondage	Définition de l'échantillon pour le sondage + choix du mode d'administration + rédaction du support d'enquête + programmation/ mise en forme et diffusion	20		
S6-S7	Qualité des analyses quantitatives et qualitatives effectuées à partir des résultats du sondage	Tris à plat, tris croisés, tableaux des moyennes croisés, mise en évidence des résultats sur les strates cibles…	20		
S8-S9	Définition des cibles finales, de leurs besoins, motivations, freins, niveau d'implication, parcours d'achat…		20		
S8-S9	Proposition justifiée du positionnement et des pistes à retenir pour le mix marketing	Retour sur les FCS +4P au minimum	15		
S9	Evaluation du potentiel de marché	Nombre de ventes unitaires prévisionnelles sur année de lancement avec évaluation du CA	10		
		A- TOTAL SUR	**120**	**0**	

EVALUATION INDIVIDUELLE		Barème	Note attribuée	Commentaires
S3	Présentation d'un persona cible	5		
S4	Rédaction d'un mini-questionnaire (10 questions)	5		
S7	Analyse de deux tableaux croisés avec conclusions	5		
S9	Evaluation INDIVIDUELLE du potentiel de marché	5		
S8	CCF connaissance théoriques (quiz et définition)	20		
	B- TOTAL SUR	**40**	**0**	

A+B - TOTAL SUR	**160**	**0**

NOTE FINALE CCF SUR 20	**0**

(*) Si le travail a été réalisé à partir de l'étude de cas "Le Refuge des Lorettes", il conviendra d'évaluer l'originalité des recettes et la cohérence de la gamme

MSE1
BLOC 2
Année 2025-2026

GRILLE ÉVALUATION
PARTIEL ORAL - ÉTUDE DE MARCHE ET COMPORTEMENTS DU CONSOMMATEUR

NOM / PRENOM :
DATE :

A- PARTIE COLLECTIVE	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**
1. Qualité du problème marketing et du problème étude qui s'en suit. Hypothèses de départ qui devront être confirmées/infirmées					
2. Qualité de l'étude documentaire du MACRO Environnement et, si requis, du marché support					
3. Qualité de l'étude documentaire en termes d'offre (y compris concurrents et situation concurrentielle)					
4. Qualité de l'étude documentaire en termes de demande (segments potentiels, processus de décision, comportement d'achat, motivations et freins…)					
5. Définition de l'échantillon pour le sondage + choix du mode d'administration+ rédaction du support d'enquête					
6. Qualité des analyses quantitatives et qualitatives effectuées à partir des résultats du sondage (tris à plat, tris croisés, tableaux des moyennes croisés, mise en évidence des résultats sur les strates cibles…)					
7. Qualité de l'étude qualitative (interviews d'experts, questions posées, enseignements…)					
8. Confrontation des résultats et réponses aux hypothèses de départ (cibles, positionnement…)					
9. Évaluation du potentiel de marché (le calcul des ventes potentielles doit être justifié/étayé par les données de l'étude documentaire et les résultats du sondage)					
10. Pertinence des pistes retenues pour le futur mix marketing (4P)					
11. Attractivité du contenu de la présentation (illustrations, diaporama, démonstration)					
12. Respect du temps imparti + Bonne cohésion et coordination de groupe + interventions équitables					
				TOTAL A :	**/48**
B- PARTIE INDIVIDUELLE	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**
1. Niveau d'implication dans le projet (conformément au CCF)					
2. Pertinence des réponses apportées aux questions individuelles posées par le jury					
3. Qualité de la communication orale (posture professionnelle, voix affirmée, écoute, sourire…)					
				TOTAL B :	**/12**
				TOTAL A+ B :	**/60**
				TOTAL :	**/20**

MSE 1e année
2025-2026

GRILLE D'ÉVALUATION
CCF ÉCRIT
Business model durable et collaboratif

Date :

NOM : PRENOM :

Evaluation de la qualité des écrits produits	Note du groupe	Points
La présentation écrite respecte le cahier des charges du module		**2**
Les documents présentés sont professionnels (dans la forme : maîtrise de la langue française, vocabulaire riche et adapté, contenus mis en valeur), le plan est cohérent, les supports attractifs		**1**
Contribution individuelle au travail du groupe		**3**
Nombre de points A		**6**
SOUS TOTAL A		**/6**
Evaluation de la qualité du dossier et des contenus	**Note du groupe**	**Points**
Qualité de l'étude documentaire : méthodologie choisie, pertinence, cohérence, richesse des recherches personnelles		**2**
Qualité de la problématisation : concepts, ressources, contraintes, limites, projet d'entreprise et de Territoire		**3**
Qualité des objectifs décidés : pertinents, chiffrés, adaptés		**3**
Qualité et diversité des analyses réalisées		**5**
Qualité des propositions faites : pertinence, impacts, variété, argumentation		**4**
Qualité de l'évaluation proposée : adaptée, réalisable		**3**
Maitrise des outils et concepts exploités		**4**
Nombre de points B		**24**
SOUS TOTAL B		**/24**
TOTAL A + B		**/30**
TOTAL EPREUVE		**/20**

OBSERVATIONS

Signatures du jury :

MSE 1e année
2025-2026

GRILLE D'ÉVALUATION
CCF ORAL
Business model durable et collaboratif

Date :

NOM : PRENOM :

Evaluation de la qualité des écrits produits et de la prestation orale	Note du groupe	Points
La présentation orale est professionnelle (durée, rythme, force de conviction, prise de parole équilibrée, interactivité, clareté)		3
Les documents présentés sont professionnels (dans la forme : maîtrise de la langue française, vocabulaire riche et adapté, contenus mis en valeur), le plan est cohérent, les supports attractifs		3
Nombre de points A		6
SOUS TOTAL A		/6

Evaluation de la qualité de l'argumentation et des contenus	Note du groupe	Points
* Le contexte interne et externe d'étude est clairement décrit, fondé sur les supports annexés au sujet ou sur ceux remis par le dirigeant, mais également sur un travail plus large de recherche * Les problématiques, contraintes, etc., sont identifiées et pertinentes * La matrice Risques et Opportunités d'une économie circulaire/régénérative proposée est pertinente		3
* La désignation des parties prenantes actuelles est cohérente avec les problématiques, leur nombre et leurs qualités argumentés * L'analyse de la chaîne de valeur actuelle à l'échelle mondiale et du marché est précise et étayée, les parties prenantes sont repérées		4
* Les objectifs sont clairement définis * Le redesign de la nouvelle chaine de valeur circulaire/régénérative est cohérente, pertinente et prend en compte les limites * La nouvelle proposition de valeur est formulée, étayée et argumentée * Les parties prenantes à mobiliser sont identifiées		6
* Le plan d'actions de la transition est pertinent et cohérent * Un plan de financement réaliste est présenté * Les parties prenantes sont associées et mobilisées		4
* La méthodologie déployée pour construire et structurer la stratégie de circularisation/régénération est présente et argumentée * Les outils déployés et exploités sont adaptés		3
* Le modèle d'affaires circulaire/régénératif est récapitulé * La gouvernance des 3 capitaux (naturels, vivants, financiers) est présentée		4
* L'évaluation de la performance de circularité est étudiée * Des indicateurs de suivi sont proposés et décrits		3
* Le groupe fait montre de recul et a su convaincre * Le groupe a mis en avant sa veille, le sourcing réalisé et les recherches personnelles menées		3
Nombre de points B		30
SOUS TOTAL B		/30
TOTAL A + B		/36
TOTAL EPREUVE		/20

OBSERVATIONS

Signatures du jury :

ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

2025-2026

GRILLE ÉVALUATION
STRATEGIE DE MARQUE

Soutenance orale finale

NOM : Prénom :

Date :

Critères d'évaluation	Note Jury	Observations
Evaluation collective		
1. Contexte : présentation du projet/ mix, de l'entreprise et de son groupe, dans son environnement marché.	/3	
2. Méthodologie globale de l'analyse de la marque (étude documentaire, guide d'entretien, pertinenace de l'échantilon).	/2	
3. Anayse des cibles : segmentation, attentes, freins motivations, comportement (étude documentaire).	/5	
4. Diagnostic du positionnement de communication des concurrents, Set de leur plan de communication.	/4	
5. Analyse de la stratégie de gestion des marques du groupe (auquel votre marque appartient) et de ses choix de communication (univers marque, codes, etc).	/4	
6. Définition ou réfinition de l'image voulue en lien avec votre positionnement et le groupe choisi (au minium valeurs et culture d'entreprise, etc).	/3	
7. Pertinence de l'analyse de la confrontation de l'image voulue et de l'image perçue (si CREATION réaliser en amont des hypothèses de namings et scénarios) par la cible finale et leur justification (verbatims etc).	/3	
8. Matérialisation de l'identité de marque Naming+ nom de domaine (vérification de la disponibilité) logo (optionnel) signature. Bien justifier les choix en fonction de la stratégie du groupe. Possibilité de point d'appui par une copy strategy.	/4	
9. Pertinence de la déclinaison de l'univers de marque au choix (storytelling,mood board, post etc.) minimum 2 déclinaisons > graphisme non jugé.	/4	
10. Pertinence du plan de communication dont le tableau de bord.	/6	
11. Cohérence des propositions en lien avec le groupe et le projet.	/3	
12. Structuration et démonstration de la présentation - respect du temps imparti.	/4	
Total 1	**/45**	
Evaluation individuelle		
13. Niveau d'implication dans le projet.	/5	
14. Qualité de l'expression orale et argumentation.	/5	
15. Pertinence des réponses aux questions : prise de hauteur et capacité d'analyse.	/5	
Total 2	**/15**	
Total 1 + 2	**/60**	
NOTE FINALE		**/20**
Commentaires :		
Nom et signature de l'évaluateur :		

MSE1
Année 2025 2026

GRILLE ÉVALUATION
ORAL - MARKETING OPERATIONNEL

NOM : Prénom :

Date :

1. EVALUATION COLLECTIVE	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1. Le contexte						
2. Pertinence du diagnostic marketing client						
3. Pertinence des grands axes de la stratégie marketing client sur 3 ans (dosage, evolution, parcours client,etc°						
4. Pertience des moyens du plan de communication (image notoriété)						
5. Pertience des moyens du plan de prospection (adéquation des moyens / objectifs et cibles)						
6. Pertience du plan de fidélisation (ciblages, mécanismes, récompenses, budget)						
7. Pertinence de la structuration de la base de données						
8. Les plannings, budgets et tableaux de bord						
9. Cohérence avec les objectifs et plan d'action						
10. Respect du temps imparti et structure de l'exposé						
TOTAL 1. /40						
2. EVALUATION INDIVIDUELLE	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1. Niveau d'implication dans le projet						
2. Force d'une argumentation/réponse étayée						
3. Qualité de l'expression orale						
TOTAL 2. /10						
TOTAL 1 + 2 /60						
NOTE /20						
Commentaires :						
Noms et signatures jury :						

ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

MSE 2
BLOC 3
Année 2026-2027

GRILLE ÉVALUATION CCF

MANAGEMENT DE PROJET - MSE2 / MRH2

Noms et prénoms des membres du groupe :	* * * *
Intitulé du projet :	
Date :	

1. ECRIT COLLECTIF		**NOTE**	**Commentaires**
Analyse des besoins Définir les objectifs	Le contexte (problème - causes)	/4	
	Objectifs (SMART) hiérarchisés	/5	
	Faisabilité et opportunité (SWOT et PESTEL)	/3	
	Définir le projet: QQOQCCP	/3	
Cadrer	Présentation du WBS	/3	
	Présentation du OBS	/3	
	Matrice des compétences	/4	
	Présentation de la matrice RACI	/6	
Planifier	Présentation du diagramme de PERT	/5	
	Présentation du diagramme de Gantt	/5	
	Présentation du budget	/3	
Piloter	Objectifs et indicateurs de suivi de performance	/3	
Gestion des risques	Identifier les risques	/3	
	Prioriser les risques : construire et présenter votre matrice de risques	/3	
	Prévenir les risques : établir et présenter votre plan de prévention	/3	
TOTAL 1.			**/56**

2. SOUTENANCE ORALE	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**
1. Structure de l'exposé (plan, phrases construites, richesse du vocabulaire)					
2. Qualité du contenu de la présentation (illustrations, diaporama, démonstration)					
3. Attitude générale (aisance du mouvement, regard, qualité de la voix, conviction, dynamisme)					
TOTAL 2.					**/12**

3. ENTRETIEN AVEC LE JURY	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**
1. Qualité de l'argumentation					
2. Pouvoir de conviction					
3. Pertinence des réponses apportées au jury					
TOTAL 3.					**/12**

TOTAL 1+2+3	**/80**
NOTE	**/20**
Commentaires :	
Noms et signatures jury :	

ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

2026-2027

GRILLE ÉVALUATION
POLITIQUE DE COMMUNICATION INTERNE

Diagnostic écrit (évaluation optionnelle mais recommandée)

NOM : Prénom :

Date :

Critères d'évaluation	Note Jury	Observations
1. Contexte (présentation de l'entreprise, enjeux, problématique)	/2	
2. Identité et culture d'entreprise VS Marque employeur	/2	
3. Perception interne	/2	
4. Analyse des dispositifs de communication interne	/2	
5. Analyse des supports de communication	/2	
6. Bonnes pratiques autre entreprises	/3	
7. Méthodologie structurée, enchaînement logique des rubriques	/2	
8. Conclusion diagnostic	/3	
9. Qualité de l'écrit (présentation, orthographe, synthèse…)	/2	
NOTE	**/20**	
Commentaires :		
Nom et signature de l'évaluateur :		

ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

2026-2027

GRILLE ÉVALUATION
POLITIQUE DE COMMUNICATION INTERNE

Dossier écrit final

NOM : Prénom :

Date :

Critères d'évaluation	Note Jury	Observations
1. Contexte (présentation de l'entreprise, enjeu, problématique)	/1,5	
2. Analyse et diagnostic	/4	
3. Stratégie, marque employeur, grands axes	/3	
4. Plan de communication de l'année	/7	
5. Mise en œuvre sur au minimum un outil	/2	
6. Méthodologie structurée, enchaînement logique des rubriques	/1,5	
9. Qualité de l'écrit (présentation, orthographe, synthèse…)	/1	
NOTE	**/20**	
Commentaires :		
Nom et signature de l'évaluateur :		

ECORIS
L'ÉCOLE DE L'ENTREPRISE

2026-2027

GRILLE ÉVALUATION
POLITIQUE DE COMMUNICATION INTERNE

Soutenance orale finale

NOM : Prénom :

Date :

Critères d'évaluation	Note Jury	Observations
Evaluation collective		
1. Contexte (présentation de l'entreprise, enjeux, problématique)	/2	
2. Qualité du diagnostic et profondeur de l'analyse	/4	
3. Stratégie, marque employeur, grands axes	/3	
4. Plan de communication de l'année	/7	
5. Mise en œuvre sur au minimum un outil	/2	
6. Méthodologie structurée, enchaînement logique des rubriques	/2	
Total 1	**/20**	
Evaluation individuelle		
7. Niveau d'implication dans le projet	/5	
8. Qualité de l'expression orale et argumentation	/3	
9. Prise de hauteur et capacité d'analyse	/2	
Total 2	**/10**	
Total 1 + 2	**/30**	
NOTE FINALE	**/20**	
Commentaires :		
Nom et signature de l'évaluateur :		

Contrôle en cours de formation - MSE2 / MRH2
CONDUITE DU CHANGEMENT

Noms et prénoms des membres du groupe	
Intitulé du changement	
Date oral CCF	

		Base	Note	Commentaires
Contexte du changement	Présentation synthétique de l'entreprise (dont sctructure organisationnelle actuelle)	3		
	Anal. Int./ext. (SWOT) + conclusion (situation constatée / besoin) intégration RSE	5		
	Facteurs principaux int. et/ou ext. à l'origine de cette situation	2		
Périmètre du changement	Objectifs et enjeux du changement	2		
	Domaine(s), livrable(s), degré, représentation(s), zone(s), stratégie, du changement	6		
	Type de changement selon la matrice du changement (Hope Hailey-Balogun-Viardot) + justification	2		
	Type de changement selon la matrice Autissier-Moutot + justification	2		
	Type de changement selon Paul Watzlawicz + justification	2		
Risques et impacts du changement	Risques sur la mise en place du changement*	3		
	Ressources de l'entreprise impactées et/ou nécessaires	3		
	Impacts du changement (individuels, collectifs, intra-entreprise, intersites s'il y a lieu, extra-entreprise)	3		
Parties prenantes du changement	Identification, analyse et gestion des parties prenantes (int./ext.)	5		
	Repérer et présenter / expliquer les possibles jeux d'acteurs / de pouvoir	2		
Résistance au changement	Niveau(x) de possible(s) résistance(s)	2		
	Causes (individuelles, collectives, structurelles & conjoncturelles) de résistance	2		
	Formes possibles de résistance selon les acteurs	2		
	Processus psychologiques en cause selon la courbe du changement	2		
	Gestion des résistances + justification	2		
Déploiement / pilotage du changement	Présentation des principaux systèmes de pilotage de ce changement	2		
	KPI's du changement + justification	2		
	Utilisation (prévisionnelle) du modèle ICAP	2		
	Plan de communication envers les parties prenantes	2		
	Plan de formation	2		
	Plan d'accompagnement	2		
Méthodes et outils organisationnels	Analyser la pertinence (ou non) d'utiliser une/des méthode(s) agile(s)	2		
	Outils digitaux collaboratifs choisis + justification	2		
	Modèle de conduite du changement choisi + justification	2		
	Présenter (en mode projet) les actions liées au modèle choisi	4		
Présentation orale	Qualité de la présentation orale	3		
	Qualité du support de présentation	3		
	Respect du temps imparti (25 mn)	2		
	TOTAL	**80**	**0**	
		20	**0,0**	

* A énoncer. Pas de calcul ni de matrice à présenter

Commentaire général	

Grille d'évaluation Communication digitale – MSE 2
Période 1

Nom - Prénom du candidat : .....

Date :.....

Critères d'évaluation	Très Insuffisant (0)	Insuffisant (0.5)	Moyen (1)	Satisfaisant (1,5)	Très satisfaisant (2)
I. Evaluation collective :					
1. Analyse marketing cohérente					
2. Cible(s) et Objectifs clairement définis					
3. Arborescence claire et page d'accueil finalisée					
4. Stratégie de référencement cohérente					
5. Pertinence sur le choix des réseaux sociaux					
6. Mobilisation des acquis théoriques (connaissance cours, expériences en entreprise…)					
7. Structure de l'exposé (plan, vocabulaire riche, maîtrise du temps de parole…)					
II. Evaluation individuelle :					
8. Niveau d'implication dans le projet					
9. Force d'argumentation et de conviction					
10. Prise de recul et capacité d'analyse					

TOTAL	**/20**
Observations, remarques :	**Noms et signatures des interrogateurs :**

Grille d'évaluation Communication digitale – MSE 2
Période 2

Nom - Prénom du candidat : .....

Date : .....

Critères d'évaluation	Très Insuffisant (0)	Insuffisant (0.5)	Moyen (1)	Satisfaisant (1,5)	Très satisfaisant (2)
I. Evaluation collective :					
1. Navigation ergonomique					
2. Pertinence et qualité du contenu du site					
3. Communication adaptée à la cible et au projet (réseaux sociaux, emailing...) vision 360°C					
4. Qualité du référencement du site					
5. Analyse des actions (site web, réseaux sociaux, newsletters) et mise en place de tableaux de bord					
6. Mobilisation des acquis théoriques (connaissance cours, expériences en entreprise…)					
7. Structure de l'exposé (plan, vocabulaire riche, maîtrise du temps de parole…)					
II. Evaluation individuelle :					
8. Niveau d'implication dans le projet					
9. Force d'argumentation et de conviction					
10. Prise de recul et capacité d'analyse					

TOTAL	**/20**

Observations, remarques :	**Noms et signatures des interrogateurs :**

Grille d'évaluation du mémoire de projet professionnel
1ère année - CCF - Fin de 2ème semestre

Nom - Prénom du candidat : .....

Formation : .....

Date : .....

CRITÈRES D'ÉVALUATION **I. Suivi 2ème semestre**	0	0.5	1	1.5	2	OBSERVATIONS
1. Régularité du travail fourni et implication Respect des échéances						
2. Compréhension de la méthodologie Capacité à conduire son projet en autonomie						
TOTAL 1	**/4**					
CRITÈRES D'ÉVALUATION **II. Ecrit**	0	0.5	1	1.5	2	OBSERVATIONS
1. Qualité rédactionnelle (orthographe, syntaxe…)						
2. Qualité de la présentation de l'entreprise, de son organisation, de sa stratégie et de sa place sur le marché – Présentation claire de l'environnement de l'entreprise						
3. Qualité des diagnostics (SWOT avec macro/micro-environnement, analyse fonctionnelle…)						
4. Justification argumentée de la problématique retenue et de la trame du projet (champs d'efficience et de risque, ISHIKAWA)						
5. Structure et clarté du cahier des charges initial avec matrice SMART et/ou QQOCCQP, objectifs quantitatifs et qualitatifs et tableaux de bord de suivi – Ressources requises						
6. Utilisation et pertinence des outils de conduite de projet (APTE, WBS, GANTT…)						
7. Présentation et analyse des résultats quantitatifs et qualitatifs observés, évaluation par rapport aux objectifs						
8. Analyse du retour sur expérience (fiche REX) et conclusion						
TOTAL 2	**/16**					
NOTE FINALE	**/20**					
COMMENTAIRES						

Nom, prénom et signature – Evaluateur :

Grille d'évaluation du mémoire de projet professionnel
2ème année - CCF - Fin de 1er semestre

Nom - Prénom du candidat : .....

Formation : .....

Date : .....

CRITÈRES D'ÉVALUATION **I. Suivi 1er semestre**	0	0.5	1	1.5	2	OBSERVATIONS
1. Régularité du travail fourni et implication Respect des échéances						
2. Compréhension de la méthodologie						
3. Capacité à conduire ses recherches en autonomie						
TOTAL 1	**/6**					
CRITÈRES D'ÉVALUATION **II. Ecrit**	**0**	**0.5**	**1**	**1.5**	**2**	**OBSERVATIONS**
1. Qualité rédactionnelle (orthographe, syntaxe…)						
2. Rappel du contexte de l'entreprise et du marché à la fin de l'année de M1 - qualité d'analyse de la fiche REX et proposition des pistes d'amélioration à envisager						
3. Qualité du plan de recherche documentaire proposé (hypothèses, sélection des ouvrages, recherches de sources additionnelles diversifiées et d'actualité)						
4. Qualité des investigations empiriques proposées (complémentarité des méthodes, respect méthodologie première pour approche quantitative et qualitative…)						
5. Qualité des supports d'enquête/d'entretien (questionnaire, courrier, guide d'entretien, présentation…)						
6. Synthèse des recherches documentaires effectuées						
7. Premières conclusions, à partir de l'étude documentaire, sur les modifications à apporter au plan d'actions du projet réalisé en M1						
TOTAL 2	**/14**					
NOTE FINALE	**/20**					
COMMENTAIRES						

Nom, prénom et signature – Evaluateur :

Grille d'évaluation du mémoire de projet professionnel
2ème année - Soutenance – Fin de période 1

Nom - Prénom du candidat : .....

Formation : .....

Date : .....

CRITÈRES D'ÉVALUATION	INDICATIONS DE CORRECTION	Note Jury	OBSERVATIONS
1. Qualité du diaporama et des supports remis	Un diaporama lisible et dynamique (des schémas…), avec repérage de la progression. Orthographe, syntaxe… Qualité et diversité des autres supports éventuellement remis (ex : SWOT détaillé, maquette de brochure…)	/2	
2. Rappel synthétique du contenu du projet réalisé	Présentation pertinente de la problématique retenue (à partir d'un SWOT synthétique et des champs d'efficience/de risque) et rapide rappel de la façon dont a été conduit le projet	/2	
3. Rappel des résultats obtenus et retour d'expérience	Présentation & analyse de la fiche REX avec les premières pistes de réflexion qui ont conduit à l'élaboration du plan de recherche	/3	
4. Plan de recherche	Présentation du plan de recherche (largeur des hypothèses de recherche) avec les différentes méthodologies (documentaires & empiriques) et les sources retenues (pertinence, récence…)	/4	
5. Synthèse documentaire	Présentation de la synthèse documentaire (structure, pertinence, illustration)	/4	
6. Raisonnement, conviction, clarté des réponses et force d'argumentation	Notamment capacité à justifier les choix faits par le candidat, y compris dans les pistes de recherche, la sélection des experts, la réalisation du sondage… pour enrichir la démarche de projet et élaborer des recommandations futures	/3	
7. Respect du temps imparti	Respect du temps global et équilibre entre les différentes parties	/1	
8. Présentation du candidat, bonne élocution, aisance	Gestuelle, voix (volume, débit, musicalité…), sourire, présentation…	/1	
NOTE FINALE			**/20**
COMMENTAIRE			

Nom, prénom et signature – Examinateur 1	Nom, prénom et signature – Examinateur 2

Grille d'évaluation du mémoire de projet professionnel
2ème année - CCF - Fin de 2ème semestre

Nom - Prénom du candidat : .....

Formation : .....

Date : .....

CRITÈRES D'ÉVALUATION **I. Suivi 2ème semestre**	0	0.5	1	1.5	2	OBSERVATIONS
1. Régularité du travail fourni et implication et respect des échéances						
2. Compréhension de la méthodologie						
3. Capacité à conduire ses analyses et recommandations en autonomie						
TOTAL 1	**/6**					
CRITÈRES D'ÉVALUATION **II. Ecrit**	**0**	**0.5**	**1**	**1.5**	**2**	**OBSERVATIONS**
1. Qualité rédactionnelle (orthographe, syntaxe…)						
2. Rappel du contexte et des principales idées ressortant de la synthèse documentaire						
3. Qualité des analyses quantitatives réalisées						
4. Qualité des analyses qualitatives réalisées						
5. Pertinence et clarté de la confrontation des résultats obtenus entre recherche documentaire et recherches empiriques quantitatives et qualitatives						
6. Pertinence des préconisations et/ou recommandations formulées à l'entreprise (avec intégration des ressources requises et d'une approche de ROI)						
7. Conclusion avec apports professionnels et personnels du travail réalisé sur les 2 années						
TOTAL 2	**/14**					
NOTE FINALE	**/20**					
COMMENTAIRES						

Nom, prénom et signature – Evaluateur :

Mémoire de projet professionnel
Grille d'évaluation d'activité en entreprise par le tuteur
2ème année – CCF – Semestre 2

Nom - Prénom du candidat	**Entreprise**
Formation	**Nom du tuteur**
Poste occupé	**Fonction**

Critères d'évaluation	Insuffisant (1)	Passable (2)	Satisfaisant (3)	Très satisfaisant (4)
1. Savoir-faire				
▪ Compréhension et intégration au sein de l'environnement de l'entreprise des apports méthodologiques enseignés au centre de formation				
▪ Maîtrise des tâches confiées et processus				
▪ Rigueur de la méthodologie de travail				
▪ Esprit de synthèse et capacité à rendre compte				
▪ Qualité de la communication écrite (syntaxe, orthographe…)				
TOTAL 1				**/20**
2. ***Savoir-être***				
▪ Qualité de la communication orale (fluidité, clarté, qualité de l'expression…)				
▪ Collaboration avec les différents intervenants et capacité relationnelle				
▪ Niveau d'implication (entreprise et projet)				
▪ Autonomie dans les missions confiées				
▪ Force de proposition et d'argumentation				
TOTAL 2				**/20**
TOTAL PARTIES 1 et 2				**/40**
Cadre réservé à l'administration de l'école : ***Points malus (Retard ou plagiat) -*** Points soustraits à la note finale de CCF.				
NOTE				**/20**

Présence en entreprise (date de début et date de fin)	**Date**

Observations, remarques	**Nom et signature du tuteur**
	Tampon de l'entreprise

MÉMOIRE DE PROJET PROFESSIONNEL – GRILLE D'ÉVALUATION

2ème année - Grand oral - semestre 2

Nom - Prénom du candidat : .....

Formation : .....

Date : .....

CRITERES D'ÉVALUATION	TI	I	M	S	TS	OBSERVATIONS
Le document écrit (appréciation de la forme)	0	0.25	0.5	0.75	1	
1. Qualité de la présentation écrite (lisibilité, structure, respect des normes de communication, illustrations, schémas...)						
2. Qualité de l'expression écrite (orthographe, syntaxe, clarté, vocabulaire technique, rigueur…)						
Le document écrit (appréciation du fond)						
1. Clarté et pertinence de la présentation de l'organisation et de son environnement (marché, partenaires…)						
2. Qualité des diagnostics externes et internes (incluant diagnostic fonctionnel, diagnostic interne et externe, diagnostic RSE / développement durable)						
3. Capacité à porter un regard critique sur un travail effectué pour dégager de potentiels axes d'amélioration (retour sur fiche REX)						
4. Qualité et pertinence du plan de recherche ; récence, variété et pertinence des sources documentaires sélectionnées						
5. Qualité, variété et pertinence des autres méthodologies de recherche (benchmark, sondage, interviews d'experts…)						
6. Qualité de la synthèse documentaire : structure, enchaînements logiques, pertinence des informations/idées relevées, illustrations…						
7. Qualité et clarté de la confrontation des résultats entre recherches documentaires et empiriques						
8. Qualité des préconisations et/ou recommandations faites à l'entreprise (avec mise en évidence des ressources requises et des ROI attendus)						
NOTE DU DOCUMENT ÉCRIT (sur 10 points)						

***TI** : très insuffisant, **I** : insuffisant, **M** : moyen, **S** : satisfaisant, **TS** : très satisfaisant.*

MÉMOIRE DE PROJET PROFESSIONNEL – GRILLE D'ÉVALUATION

2ème année - Grand oral - semestre 2

Nom - Prénom du candidat : .....

Formation : .....

Date : .....

CRITERES D'ÉVALUATION	TI	I	M	S	TS	OBSERVATIONS
La soutenance (forme)	0	0.25	0.5	0.75	1	
1. Qualité professionnelle du support de présentation écrite (lisibilité, utilisation de masques, plan, illustrations/schémas, structure et repérage dans le déroulement…)						
2. Qualité de l'expression écrite (orthographe, vocabulaire technique…)						
La soutenance (fond)						
1. Qualité de la restitution initiale (rapide présentation de l'entreprise, de la synthèse des diagnostics du projet de M1, rappel des écarts entre résultats obtenus et objectifs ; synthèse de la fiche REX et des pistes d'amélioration envisageable)						
2. Respect du temps imparti globalement et pour chaque partie						
3. Capacité à présenter, de façon solide et argumentée, le plan de recherche élaboré et les sources/méthodologies de recherche retenues						
4. Restitution synthétique et pertinente des recherches documentaires effectuées						
5. Restitution synthétique et pertinente des autres recherches effectuées (benchmark, interviews, sondage…)						
6. Capacité à présenter de façon argumentée et solide les recommandations élaborées pour l'entreprise (valorisation pour l'avenir de l'entreprise)						
7. Conclusion avec un retour d'expérience constructif (méthode, résultats…) et les apports professionnels/personnel du projet/mémoire						
8. Qualité de l'échange avec le jury : écoute, réponses étayées et convaincues aux questions posées par le jury						
NOTE DE LA SOUTENANCE (sur 10 points)						
NOTE GLOBALE (sur 20 points : doc. écrit + soutenance)						

***TI** : très insuffisant, **I** : insuffisant, **M** : moyen, **S** : satisfaisant, **TS** : très satisfaisant.*

Nom, prénom et signature – Examinateur 1	Nom, prénom et signature – Examinateur 2

APPRÉCIATION GÉNÉRALE (à renseigner obligatoirement)

Grille d'évaluation
PITCH 2027

Nom - Prénom du candidat :.....

Date : .....

Critères d'évaluation	0	0.5	1	1.5	2	NOTE
I. Evaluation collective						
1. Présentation de l'agence créée par les candidats (posture du consultant…)						
2. Reformulation et compréhension de la problématique de l'entreprise						
3. Qualité du diagnostic posé et de l'analyse stratégique et opérationnelle						
4. Pertinence et degré de précision des recommandations - Capacité d'adaptation aux contraintes et moyens de l'entreprise						
5. Qualité des supports présentés (diaporamas, outils…)						
SOUS-TOTAL I						**/10**
II. Evaluation individuelle						
6. Niveau d'implication dans le projet						
7. Structure de l'exposé (plan, phrases construites, vocabulaire riche…)						
8. Gestion du temps de parole						
9. Force d'argumentation et de conviction						
10. Prise de recul et capacité d'analyse						
SOUS-TOTAL II						**/10**
TOTAL						**/20**

Observations, remarques	**Noms et signatures des interrogateurs**