

Diplôme Supérieur de Gestion et Management des Entreprises

RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS	COMPÉTENCES	MODALITES D'ÉVALUATION	CRITERES D'ÉVALUATIONS
BLOCS TRANSVERSAUX			
<p style="text-align: center;">UTILISATION EFFICACE DE L'ENVIRONNEMENT DIGITAL DE L'ENTREPRISE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Choix du/des outil(s) numérique(s) le(s) plus pertinent(s) en fonction du contexte et du besoin • Prise en compte de la dimension sociétale et environnementale dans cet usage numérique 	<ul style="list-style-type: none"> • Exploiter le système d'information de l'entreprise en appliquant les règles de sécurité et d'éthique pour garantir l'intégrité et la fiabilité des informations. • Utiliser les progiciels spécialisés en exploitant leurs fonctionnalités avancées pour rationaliser et automatiser les processus opérationnels, améliorer la gestion des ressources et optimiser la performance organisationnelle. • Créer un site internet marchand en exploitant des outils de gestion de contenu et des technologies web pour proposer une interface intuitive, faciliter les transactions en ligne et répondre aux besoins commerciaux en marketing digital. 	<p>Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.</p> <p>Business Game : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.</p> <p>Cas pratique : simulation de situations par rapport desquelles l'étudiant doit prendre des décisions</p> <p>Devoir sur table : évaluation écrite individuelle</p> <p>Business journal/Journal Télévisé : La présentation des résultats d'une enquête thématique est demandée</p>	<p>1. Capacité à choisir et à utiliser les outils numériques adaptés au contexte Critère 1 : Les étudiants sont capables d'identifier et sélectionner les outils numériques les plus pertinents pour répondre aux besoins spécifiques d'une entreprise. Critère 2 : Les étudiants ont validé le test TOSA</p> <p>2. Maîtrise des outils numériques et respect des normes de sécurité et d'éthique Critère : Les étudiants sont capables d'utiliser un progiciel professionnel dans le respect des règles RGPD et des règles de sécurité interne</p> <p>3. Capacité à envisager l'évolution des outils numériques Critère : Les étudiants sont capables d'analyser les évolutions possibles ou souhaitables des outils numériques dans un environnement en constante évolution.</p>

		<p>sous la forme d'un journal papier et/ou d'un journal télévisé.</p> <p>Certification par un organisme tiers</p>	<p>4. Compétence dans la création d'un site internet marchand Critère : Les étudiants sont capables de créer et de gérer un site internet marchand, en prenant en compte les aspects techniques, commerciaux et sécuritaires.</p> <p>5. Capacité à analyser et à présenter des résultats de manière professionnelle Critère : Les étudiants sont capables d'analyser des données et de présenter des résultats de manière claire et professionnelle</p>
<p>COMMUNICATION EN SITUATION PROFESSIONNELLE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication claire pour expliquer une idée / un projet • Approfondissement des connaissances des outils linguistiques oraux, écrits, en français et en anglais • Interaction avec les clients et les fournisseurs de manière formelle 	<ul style="list-style-type: none"> • Définir la stratégie commerciale en analysant le contexte (études de marché, tendances sectorielles, retours clients) via des outils d'analyse stratégique (SWOT, PESTEL, analyse concurrentielle) pour fournir des données pertinentes et contribuer à la formulation d'axes stratégiques. • Établir un rétroplanning réaliste en utilisant des outils de gestion de projet pour déterminer les étapes clés des objectifs commerciaux, intégrer les contraintes internes et externes, et garantir une exécution optimale. 	<p>Études de cas réels dont l'objectif est de définir des axes stratégiques et d'établir des indicateurs de performance</p> <p><i>Business Game</i> : Jeu de simulation, les candidats gèrent une entreprise globale, prennent des décisions, expliquent leurs décisions et stratégies et justifient leurs choix stratégiques devant leurs actionnaires. Par équipe, les étudiants prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel. Les objectifs sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mesurer la capacité à modifier sa stratégie en fonction de l'environnement interne et externe de l'entreprise 	<p>1. Capacité à communiquer clairement et convaincre : Critère : Les étudiants sont capables de s'exprimer de manière claire et convaincante, tant à l'oral qu'à l'écrit, en français et en anglais, pour expliquer une idée ou un projet, et pour persuader les parties prenantes.</p> <p>2. Compétence en élaboration et gestion de stratégies commerciales : Critère : Les étudiants sont capables de mesurer la capacité à définir des axes stratégiques, à rassembler les éléments contextuels, à établir des indicateurs de performance et à concevoir un rétroplanning réaliste en tenant compte des contraintes internes et externes.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Déployer le plan d'action commerciale conformément aux axes stratégiques arrêtés • Mettre en œuvre des actions commerciales en optimisant les ressources, en respectant les stratégies marketing et en assurant un suivi efficace pour une gestion fluide, éthique et impactante. • Gérer une équipe par un leadership participatif, une communication régulière et des décisions alignées sur l'éthique de l'entreprise, favorisant un environnement respectueux et performant. 	<ul style="list-style-type: none"> - mesurer la capacité à expliquer les décisions stratégiques - mesurer la capacité à expliquer une performance 	<p>3. Capacité à déployer un plan d'action commerciale éthique : Critère : Les étudiants sont capables de mettre en œuvre un plan d'action commerciale en respectant les objectifs stratégiques, les enjeux marketing et l'éthique des affaires.</p> <p>4. Leadership et gestion d'équipe dans un cadre éthique : Critère : Les étudiants sont capables d'animer un groupe, en particulier à gérer une équipe tout en respectant les principes éthiques et moraux définis par l'entreprise.</p>
<p>ÉVALUATION DE SES POSTURES ET DE SES COMPÉTENCES DANS LE CADRE PROFESSIONNEL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conception, gestion, production et évaluation des projets • Déclinaison de sa responsabilité sociétale et environnementale dans son métier • Travail en équipe pluridisciplinaire et en mode projet 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer une expertise des compétences clés du secteur en analysant les tendances du marché, les besoins des entreprises et les évolutions technologiques pour anticiper les attentes des employeurs et adapter son parcours. • Assurer la projection professionnelle en analysant le marché, en recueillant des témoignages d'experts et en identifiant les compétences requises pour définir et orienter son parcours. 	<p>Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.</p> <p><i>Business Game</i> : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.</p>	<p>1. Capacité à se positionner en tant qu'acteur stratégique dans une organisation : Critère : Les étudiants sont capables de comprendre leur position et leur rôle dans le développement stratégique de l'organisation et à prendre des décisions pertinentes pour sa croissance.</p> <p>2. Compétence en gestion et évaluation de projets : Critère : Les étudiants sont capables de concevoir, gérer et évaluer des projets de manière autonome et en équipe.</p>

		<p>Cas pratique : simulation de situations par rapport desquelles l'étudiant doit prendre des décisions</p> <p>Devoir sur table : évaluation écrite individuelle</p> <p>Business journal/Journal Télévisé : La présentation des résultats d'une enquête thématique est demandée sous la forme d'un journal papier et/ou d'un journal télévisé.</p>	<p>3. Capacité à innover et à créer de la valeur dans un contexte professionnel : Critère : les étudiants sont capables d'apporter de l'innovation dans un projet ou une activité professionnelle, et à générer de la valeur à partir de solutions créatives.</p> <p>4. Compétence en travail d'équipe et gestion de la responsabilité sociétale et environnementale (RSE) : Critère : Les étudiants sont capables de collaborer efficacement en équipe pluridisciplinaire tout en intégrant les enjeux de responsabilité sociétale et environnementale dans ses décisions professionnelles.</p>
<p>AJUSTEMENT DE SA PRATIQUE PROFESSIONNELLE AUX ENJEUX SOCIÉTAUX ET ENVIRONNEMENTAUX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identification de l'ensemble des parties prenantes d'une organisation • Application des principes du management responsable 	<ul style="list-style-type: none"> • Adapter sa pratique professionnelle aux enjeux sociétaux et environnementaux en intégrant les politiques publiques, les normes écologiques et les attentes sociétales pour un développement responsable et durable. • Avoir une expertise en engagement climatique et sociétal en participant à des initiatives de justice sociale et en adoptant des stratégies innovantes pour réduire l'empreinte écologique et 	<p>Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.</p> <p><i>Business Game</i> : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.</p>	<p>1. Identification et analyse des parties prenantes : Critère : Les étudiants sont capables d'identifier toutes les parties prenantes d'une organisation et à comprendre leurs intérêts et impacts sur l'entreprise.</p> <p>2. Analyse des impacts éthiques et sociétaux des décisions : Critère : Les étudiants sont capables d'analyser les conséquences éthiques et sociétales des décisions prises au sein de l'entreprise, en tenant compte des enjeux environnementaux et sociaux.</p>

	<p>favoriser l'inclusion, alignées sur les objectifs du développement durable.</p>	<p>Cas pratique : simulation de situations dans lesquelles l'étudiant doit prendre des décisions</p> <p>Devoir sur table : évaluation écrite individuelle</p> <p>Test Sulitest</p>	<p>3. Pensée systémique et compréhension des interdépendances : Critère : Les étudiants sont capables d'adopter une approche systémique, en identifiant les interdépendances entre l'activité de l'entreprise et la société, aussi bien en amont qu'en aval.</p> <p>4. Responsabilité individuelle et engagement éthique : Critère : Les étudiants sont capables d'agir de manière responsable, en étant conscient des répercussions de ses actions au sein de l'entreprise et sur la société.</p>
BLOCS DISCIPLINAIRES			
<p style="text-align: center;">ANALYSE DES INFORMATIONS COMMERCIALES, COMPTABLES ET FINANCIERES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluation des propositions commerciales • Enregistrement d'opérations commerciales • Analyse de résultats comptables et financiers 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer une expertise en marketing et en développement commercial en analysant les stratégies, outils et tendances du marché pour concevoir des plans d'action optimisés et renforcer visibilité et rentabilité. • Réaliser une étude de marché en utilisant des méthodes de collecte de données qualitatives et quantitatives pour formuler des recommandations stratégiques pertinentes. • Analyser les informations 	<p><i>Business Game</i> : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.</p> <p>Cas pratique/<i>Consultancy</i> : étude</p>	<p>1. Capacité à analyser et interpréter les informations commerciales, comptables et financières : Critère : Les étudiants sont capables collecter, analyser et exploiter des informations commerciales et financières pour prendre des décisions stratégiques.</p> <p>2. Compétence dans l'élaboration et l'évaluation de propositions commerciales : Critère : Les étudiants sont capables développer des propositions commerciales cohérentes, puis à les évaluer en termes de viabilité et de rentabilité.</p> <p>3. Maîtrise des principes du marketing et du développement commercial :</p>

	<p>comptables et financières à l'aide de logiciels spécialisés pour produire des rapports fiables et guider les décisions stratégiques en optimisant la performance économique.</p>	<p>exploratoire/diagnostic à l'issue de laquelle les étudiants travaillant en groupes doivent remettre un memorandum avec des recommandations</p> <p>Devoir sur table : évaluation écrite individuelle</p>	<p>Critère : Les étudiants sont capables de comprendre et d'appliquer les principes du marketing et du développement commercial dans la résolution de problèmes organisationnels.</p> <p>4. Capacité à travailler en équipe et à défendre des choix stratégiques dans un contexte dynamique :</p> <p>Critère : Les étudiants sont capables d'évoluer en équipe et de collaborer à la prise de décisions partagée.</p>
<p>APPREHENSION DES RESSORTS DU MONDE DES AFFAIRES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développement des connaissances juridiques liées à l'internet et à l'e-commerce • Compréhension des enjeux économiques et gouvernementaux 	<ul style="list-style-type: none"> • S'approprier l'environnement juridique de l'entreprise en analysant les structures juridiques et le droit des affaires pour choisir la forme la plus adaptée à ses besoins et objectifs. • Positionner son activité en utilisant des outils d'analyse économique et concurrentielle pour prendre des décisions éclairées et assurer compétitivité et rentabilité. • Conduire une mission en entreprise en planifiant, organisant et coordonnant les actions avec des méthodologies de gestion de projet pour apporter des solutions adaptées. 	<p>Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.</p> <p><i>Business Game</i> : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.</p> <p>Cas pratique : simulation de situations par rapport auxquelles l'étudiant doit prendre des décisions</p> <p>Devoir sur table : évaluation écrite individuelle</p>	<p>- Compréhension du contexte économique</p> <p>Critère 1 : Les étudiants sont capables d'analyser certains phénomènes économiques provoqués par des décisions gouvernementales ou au niveau du marché mondial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaissance de l'environnement juridique des affaires <p>Critère 1 : Les étudiants savent identifier et évaluer les risques juridiques liés aux activités commerciales (contrats, fiscalité, droits de propriété).</p> <p>Critère 2 : Les étudiants peuvent expliquer les implications fiscales des différents choix de statuts juridiques et en évaluer l'impact sur la gestion de l'entreprise.</p> <p>Critère 3 : Les étudiants sont capables de se repérer en droit social et du travail et d'en utiliser les ressorts</p>

		<p>Business journal/Journal Télévisé : La présentation des résultats d'une enquête thématique est demandée sous la forme d'un journal.</p>	<p>- Aspects légaux de l'internet et du e-commerce Critère 1 : les étudiants sont capables de distinguer entre les droits et les obligations sur internet (pour gérer un site e-commerce, constituer une base de données ou pour protéger son e-réputation.)</p> <p>• Mission en entreprise Critère 1 : Les étudiants sont capables d'exécuter les rôles confiés dans le cadre de l'apprentissage ou des stages. Critère 2 : Les étudiants sont capables de tirer parti de leur expérience à travers le travail critique attendu dans les rapports de stage.</p>
<p>UTILISATION À BON ESCIENT DES TECHNIQUES ET DES OUTILS DE GESTION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construction des indicateurs de performance adaptés pour le pilotage et la prise de décision. • Calcul des coûts, élaboration des tableaux de bord financiers et analyse des écarts budgétaires. • Acquisition des compétences en négociation stratégique 	<ul style="list-style-type: none"> • Assurer le suivi de l'activité en analysant les données avec des outils de gestion et de reporting pour évaluer la performance, optimiser la productivité et ajuster les actions. • Acquérir une expertise en innovation des produits et de l'organisation en assurant une veille stratégique, en analysant les tendances du marché et en favorisant la collaboration pour renforcer compétitivité et satisfaction client. • Utiliser avec expertise les outils de management de projet en 	<p>Devoir sur table : évaluation écrite individuelle</p> <p>Cas pratique : simulation de situations par rapport desquelles l'étudiant doit prendre des décisions</p> <p><i>Business Game</i> : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.</p>	<p>1. Capacité à construire les indicateurs de performance économique de l'entreprise Critère 1 : Les étudiants sont capables d'examiner les états financiers de base, les rapports sur la rentabilité des marques et les ratios financiers du secteur afin de gérer les opérations, la trésorerie et les bénéfices Critère 2 : Les étudiants sont capables d'établir les états financiers de base, les rapports sur la rentabilité des marques et les ratios financiers du secteur afin de gérer les opérations, la trésorerie et les bénéfices</p> <p>2. Compétences en négociation Critère 1 : - Les étudiants sont</p>

	<p>utilisant des logiciels de planification et des plateformes collaboratives pour coordonner efficacement les ressources, respecter délais et budgets, et assurer une gestion optimisée des risques et de la communication.</p>		<p>capables de distinguer entre les stratégies des acheteurs et celles des vendeurs et de gérer les différents cycles de négociation. Critère 2 : Les étudiants sont capables de développer une stratégie 360° pour conduire des négociations réussies.</p> <p>3. Élaboration et gestion de propositions commerciales et financières Critère 1 : Les étudiants sont capables d'élaborer des dossiers opérationnels et financiers pour soutenir les négociations. Critère 2 : Les étudiants sont capables de construire et de présenter une proposition commerciale</p>
<p>PRISE DE RESPONSABILITE OPERATIONNELLE D'UN PROJET MARKETING OU COMMERCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Élaboration de plans d'action Établissement et atteinte des objectifs réalistes (taux de rentabilité/parts de marché) Élaboration de tableaux de suivi 	<ul style="list-style-type: none"> Élaborer un plan d'action commerciale en utilisant des outils d'analyse de marché, la segmentation et des stratégies de communication pour atteindre les objectifs de vente et maximiser la rentabilité. Développer la relation commerciale en adaptant l'approche aux besoins du client grâce à la prospection, la négociation et l'écoute active pour renforcer la fidélisation et accroître les ventes. 	<p>- Stage en entreprise : l'immersion en entreprise/organisation vise la familiarisation avec ses missions, ses structures et ses enjeux.</p> <p>- <i>Business Game</i> : Jeu de simulation transdisciplinaire, les étudiants qui évoluent en groupes prennent des décisions dans un univers dynamique et concurrentiel, argumentent leurs choix stratégiques devant leurs professeurs qui font office d'actionnaires.</p> <p>- Cas pratique/<i>Consultancy</i> : étude exploratoire/diagnostic à l'issue de</p>	<p>1. Capacité à analyser et résoudre des enjeux de commercialisation : Critère : Les étudiants sont capables de développer une stratégie tarifaire et promouvoir un portefeuille de marques en utilisant des stratégies basées sur les besoins du segment, la taille du marché et les niveaux de prix.</p> <p>2. Gestion des situations liées à la commercialisation Critère : Les étudiants sont capables d'établir et de gérer les stocks, les ventes perdues et la capacité excédentaire</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Piloter une équipe en combinant gestion, communication et leadership pour structurer l'organisation, fixer des objectifs clairs et favoriser un environnement collaboratif performant. 	<p>laquelle les étudiants travaillant en groupes doivent remettre un memorandum avec des recommandations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Devoir sur table : évaluation écrite individuelle - Business journal/Journal Télévisé : La présentation des résultats d'une enquête thématique est demandée sous la forme d'un journal papier et/ou d'un journal télévisé. 	<p>3. Compétence dans la définition et la réalisation d'objectifs commerciaux : Critère : Les étudiants sont capables d'établir des objectifs réalistes (rentabilité, parts de marché) et à mettre en œuvre des stratégies pour atteindre ces objectifs de manière quantitative.</p> <p>4. Efficacité dans la gestion d'équipe et l'optimisation des compétences collectives : Critères : Les étudiants sont capables de travailler en équipe, répartir les rôles, gérer le temps et optimiser les compétences pour atteindre les objectifs du projet.</p> <p>5. Capacité à proposer des stratégies commerciales et à prendre des décisions opérationnelles : Critère : Les étudiants sont capables de développer des stratégies de commercialisation alternatives, anticiper les conséquences de différentes options et mettre en œuvre des décisions stratégiques adaptées.</p>
--	--	--	---