



**MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR,
DE LA RECHERCHE
ET DE L'INNOVATION**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

PN LP-BUT GACO 2021

Annexe 12

**Licence professionnelle
« Bachelor Universitaire de Technologie »**

GESTION ADMINISTRATIVE ET COMMERCIALE DES ORGANISATIONS

Programme national

Ce document présente le programme national du B.U.T GACO et complète l'annexe 1 de l'arrêté relatif aux programmes nationaux de la licence professionnelle-bachelor universitaire de technologie.

Objectifs du diplôme, intitulé, secteurs d'activité, métiers, et compétences visées :

Le Bachelor Universitaire de Technologie Gestion Administrative et Commerciale des Organisations (GACO) permet de former de futurs cadres intermédiaires en vue d'occuper des postes de gestionnaires polyvalents, d'assistants managers rattachés à la direction générale d'une PME-PMI ou à une direction fonctionnelle d'une organisation de grande taille (entreprises, administrations...). Les compétences développées durant la formation permettront aux diplômés d'accéder aux nombreux métiers de la gestion commerciale et administrative dans les domaines du commerce, de l'administration, des activités financières ou dans les secteurs culturel ou sportif. La formation offre aux titulaires du B.U.T. GACO de véritables atouts pour s'insérer rapidement sur le marché du travail. Elle permet aussi aux diplômés une éventuelle poursuite d'études en vue d'obtenir un Master.

Le B.U.T. GACO est décliné avec trois blocs de compétences communs la première année, auxquels s'ajoutent des blocs de compétences propres à chaque parcours en année 2 et année 3. Ainsi, quel que soit le parcours choisi, le titulaire du B.U.T. GACO sera formé :

À la gestion d'un projet dans une organisation. Il sera capable de lire les éléments d'un cahier des charges, d'un budget, de respecter un cadrage, de générer des idées au travers d'ateliers de créativité et d'être force de proposition.

Au pilotage interne de l'organisation. Il sera capable d'analyser l'environnement de l'organisation, de diagnostiquer les enjeux économiques, juridiques et environnementaux de l'organisation et d'évaluer la situation financière.

À la conception d'une démarche marketing. Il sera capable d'analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché, d'identifier les acteurs du marché, d'élaborer le mix produit - prix - distribution – communication, de mettre en œuvre de façon adaptée et responsable les opérations de vente, de logistique et de transport pour déployer les activités de l'organisation sur le marché national et les marchés internationaux.

Le parcours **Management responsable de projet et des organisations** est centré sur l'accompagnement à la démarche de responsabilité sociale et environnementale. Le diplômé pourra intervenir dans tout type d'entreprises, associations ou organisations, dans un contexte entrepreneurial de création ou de reprise.

Le parcours **Management des fonctions supports** couvre particulièrement les secteurs d'activité en lien avec le pilotage des ressources humaines et l'approche de conseil à une entreprise ou une organisation quelle qu'elle soit. Le diplômé pourra ainsi exercer les métiers d'assistant comptable, d'assistant en ressources humaines, d'assistant de direction ou encore d'assistant de gestion en PME.

Le parcours **Management commercial et marketing omnicanal** développe les compétences nécessaires au déploiement omnicanal et digital d'une démarche marketing et au développement d'affaires à une entreprise ou une organisation quelle qu'elle soit. Le diplômé pourra ainsi exercer les métiers d'assistant marketing, d'assistant logistique, d'assistant responsable des achats ou encore de chargé de communication.

Le parcours **Management des activités culturelles, artistiques, sportives et de tourisme** forme plus spécifiquement à la gestion des organisations et au développement de structures et d'événements à une entreprise ou une organisation quelle qu'elle soit, dans les secteurs culturel, artistique, sportif ou touristique. Le diplômé pourra ainsi exercer les métiers d'assistant de production, de conseiller en gestion d'organismes culturels, d'assistant chef de projet dans une entreprise ou une fédération sportive, d'assistant chef de projet événementiel, ou encore d'assistant manager d'unités touristiques diverses (office de tourisme, musées, sites historiques, etc.).

Référentiel de compétences du

B.U.T. *Gestion administrative et commerciale des organisations*

Parcours *Management responsable de projets et des organisations*

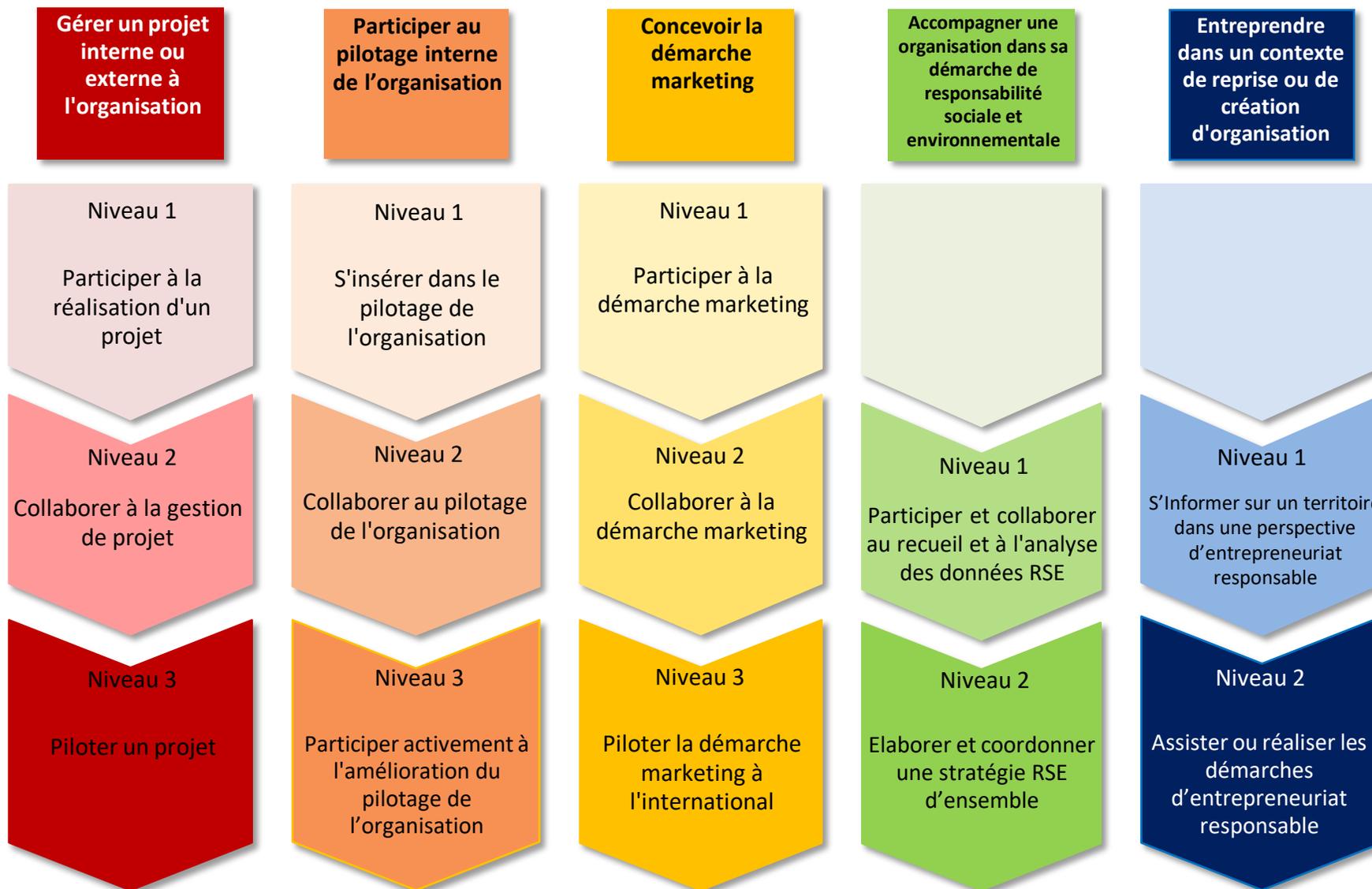
Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en œuvre la compétence.

| | | |
|--|--|---|
| Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | <ul style="list-style-type: none">en tenant compte des attentes et des valeurs de l'organisationen s'inscrivant dans une démarche collaborativeen proposant une méthodologie cohérenteen formulant des préconisations réalistes et pertinentesen choisissant les outils les plus adaptésen tenant compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet |
| Participer au pilotage interne de l'organisation | Participer au pilotage interne de l'organisation | <ul style="list-style-type: none">en respectant la stratégie de l'organisationen collaborant efficacement à la stratégieen respectant les spécificités des différentes fonctions de l'organisationen s'assurant que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs |
| Concevoir la démarche marketing | Concevoir la démarche marketing | <ul style="list-style-type: none">en réalisant des études du marchéen participant à la formulation stratégique au profit de l'organisationpour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisationen développant des outils de communication |
| Accompagner une organisation dans sa démarche de responsabilité sociale et environnementale | Accompagner une organisation dans sa démarche de responsabilité sociale et environnementale | <ul style="list-style-type: none">en valorisant l'impact économique d'une pratique éthique et responsableen identifiant les leviers de développement d'une démarche RSE (labels, financements, appuis, etc.)en mettant en œuvre une veille informationnelle critique/proactive (réglementations, outils, démarches, dispositifs, débats publics sur les questions RSE, etc.)en articulant les attentes des différentes parties prenantes |
| Entreprendre dans un contexte de reprise ou de création d'organisation | Entreprendre dans un contexte de reprise ou de création d'organisation | <ul style="list-style-type: none">en conduisant un diagnostic économique, social et environnemental d'un territoireen intégrant les innovations managérialesen pilotant les axes stratégiques de l'entreprise responsable avec une vision long termeen faisant preuve d'initiative et de créativitéen proposant un plan d'action concret |

Les situations professionnelles

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

| | | |
|--|-----------------------------|--|
| Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation d'engagement dans un équipe projet en vue de fournir un livrableen situation de réalisation d'un diagnosticen situation de mise en œuvre d'un projet conforme à la stratégie de l'organisationen situation de communiquer en langues étrangères dans un contexte professionnel authentique |
| Participer au pilotage interne de l'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de collaboration au sein d'un serviceen situation de collaboration entre les servicesen situation de collaboration avec les partenaires externes de l'organisation |
| Concevoir la démarche marketing | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en réalisant une étude du marchéen situation de diagnostic interne et externeen définissant une stratégie, sa mise en œuvre et en mobilisant les outils d'analyse pour optimiser des opérations marketingen répondant à une problématique de développement à l'international |
| Accompagner une organisation dans sa démarche de responsabilité sociale et environnementale | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de certification ou de normalisationen situation d'audit ou conseilen situation de réorganisation interne |
| Entreprendre dans un contexte de reprise ou de création d'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de création d'entrepriseen situation de réorientation organisationnelleen situation de reprise d'entrepriseen situation d'intrapreneuriat |



Gérer un projet interne ou externe à l'organisation

en tenant compte des attentes et des valeurs de l'organisation
en s'inscrivant dans une démarche collaborative
en proposant une méthodologie cohérente
en formulant des préconisations réalistes et pertinentes
en choisissant les outils les plus adaptés
en tenant compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet

Situations professionnelles

en situation d'engagement dans un équipe projet en vue de fournir un livrable
en situation de réalisation d'un diagnostic
en situation de mise en œuvre d'un projet conforme à la stratégie de l'organisation
en situation de communiquer en langues étrangères dans un contexte professionnel authentique

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Participer à la réalisation d'un projet

Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet
Générer des idées au sein d'ateliers de créativité
Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet
Compléter les outils de suivi
Lire un budget et respecter le cadrage
Communiquer avec les acteurs du projet
Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés

Niveau 2

Collaborer à la gestion de projet

Intégrer les champs de connaissances transversaux au projet
Évaluer les risques de tout ou partie d'un projet
Chiffrer tout ou partie d'un projet
Animer une équipe
Rendre compte aux acteurs du projet
Participer à l'élaboration de la communication du projet
Expliquer les écarts entre les objectifs fixés et les résultats

Niveau 3

Piloter un projet

Orienter vers des champs de connaissances transversaux au projet
Définir les responsabilités et mettre en adéquation les ressources
Manager les acteurs du projet
Gérer et ajuster un budget
Définir et élaborer les éléments de communication du projet
Ajuster ou recadrer des éléments du projet
Clôre un projet

Bachelor Universitaire de Technologie « Gestion administrative et commerciale des organisations » 1ère année

Participer au pilotage interne de l'organisation

en respectant la stratégie de l'organisation
en collaborant efficacement à la stratégie
en respectant les spécificités des différentes fonctions de l'organisation
en s'assurant que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs

Situations
professionnelles

en situation de collaboration au sein d'un service
en situation de collaboration entre les services
en situation de collaboration avec les partenaires externes de l'organisation

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

S'insérer dans le
pilotage de
l'organisation

Positionner l'organisation dans son environnement économique
Identifier l'environnement juridique de l'organisation
Caractériser les différentes fonctions de l'organisation
Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne
Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation
Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation

Niveau 2

Collaborer au pilotage
de l'organisation

Situer l'organisation dans son environnement international
Diagnostiquer les enjeux économiques, juridiques, environnementaux de l'organisation
Restituer une situation juridique donnée et assimiler la solution judiciaire
valuer la situation financière de l'organisation
Déterminer les coûts et la rentabilité pour le pilotage de l'organisation

Niveau 3

Participer activement à
l'amélioration du
pilotage de
l'organisation

Élaborer et suivre les différents tableaux de bord nécessaires au pilotage de l'organisation
Proposer une solution juridique à une situation donnée
Arbitrer entre les solutions de financement pour une situation donnée
Contribuer à la démarche qualité de l'organisation

Bachelor Universitaire de Technologie « Gestion administrative et commerciale des organisations » 1ère année

Concevoir la démarche marketing

en réalisant des études du marché
en participant à la formulation stratégique au profit de l'organisation
pour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisation
en développant des outils de communication

Situations
professionnelles

en réalisant une étude du marché
en situation de diagnostic interne et externe
en définissant une stratégie, sa mise en œuvre et en mobilisant les outils d'analyse pour optimiser des opérations marketing
en répondant à une problématique de développement à l'international

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Participer à la
démarche marketing

Identifier les acteurs du marché : producteurs/fabricants, concurrents, distributeurs, consommateurs, influenceurs, pour déterminer les objectifs de la stratégie marketing
Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise
Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives
Identifier les composantes du mix produit - prix - distribution - communication

Niveau 2

Collaborer à la
démarche marketing

Participer à l'audit et à la formulation stratégique pour aboutir à une proposition de segmentation, ciblage et positionnement, en prenant en compte les forces et faiblesses de l'organisation avec une démarche durable en utilisant des logiciels d'analyse statistique
Élaborer le mix produit - prix - distribution - communication
Concevoir les outils de communication du marketing mix, dans le respect de la législation, en utilisant les outils numériques et la communication écrite
Mesurer l'impact des opérations de communication à l'aide des indicateurs de performance.

Niveau 3

Piloter la démarche
marketing à
l'international

Participer à la stratégie export de l'organisation, en anticipant les risques,
Mettre en œuvre de façon adaptée et responsable, les opérations de vente, de logistique et de transport, pour déployer à l'international les activités de l'organisation
Communiquer efficacement en deux langues étrangères pour réaliser des tâches associées

Accompagner une organisation dans sa démarche de responsabilité sociale et environnementale

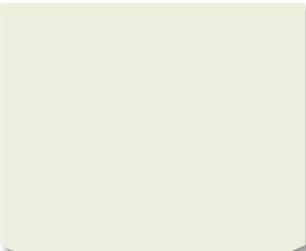
en valorisant l'impact économique d'une pratique éthique et responsable
en identifiant les leviers de développement d'une démarche RSE (labels, financements, appuis, etc.)
en mettant en oeuvre une veille informationnelle critique/proactive (réglementations, outils, démarches, dispositifs, débats publics sur les questions RSE, etc.)
en articulant les attentes des différentes parties prenantes

Situations professionnelles

en situation de certification ou de normalisation
en situation d'audit ou conseil
en situation de réorganisation interne

Niveaux de développement

Apprentissages critiques



Niveau 1

Participer et collaborer au recueil et à l'analyse des données RSE

Appréhender l'histoire des idées RSE et la place de l'éthique dans les organisations (management responsable)
Comprendre l'architecture juridique et normative RSE (droit de l'environnement, normes ISO)
Comprendre et exposer un bilan RSE
Analyser les attentes sociétales et le potentiel d'un marché
Rechercher et synthétiser l'ensemble des informations pertinentes à la mise en oeuvre d'une politique RSE
Appréhender les outils de l'évaluation environnementale (bilan carbone, etc.)

Niveau 2

Elaborer et coordonner une stratégie RSE d'ensemble

Réaliser un diagnostic RSE
Appliquer des normes ISO RSE et les différents aspects du droit de l'environnement
Valoriser les pratiques RSE d'une organisation
Préconiser des changements organisationnels RSE
Mettre en oeuvre une politique de certification
Participer activement à la conduite du changement dans une organisation
Comprendre et agir sur les mécanismes de la gouvernance

Entreprendre dans un contexte de reprise ou de création d'organisation

en conduisant un diagnostic économique, social et environnemental d'un territoire
en intégrant les innovations managériales
en pilotant les axes stratégiques de l'entreprise responsable avec une vision long terme
en faisant preuve d'initiative et de créativité
en proposant un plan d'action concret

Situations
professionnelles

en situation de création d'entreprise
en situation de réorientation organisationnelle
en situation de reprise d'entreprise
en situation d'intrapreneuriat

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

S'Informer sur un territoire
dans une perspective
d'entrepreneuriat
responsable

Étudier un écosystème socio-économique territorial dans la perspective d'entreprendre
Évaluer les divers modèles d'activité
Lire un plan d'affaires
Recueillir, synthétiser et exposer des informations sur les labels, les financements, les appuis et les collaborations disponibles pour la création et reprise d'activités
Identifier les divers types de management dans l'organisation
Accompagner administrativement et commercialement l'ensemble de la création d'une entreprise

Niveau 2

Assister ou réaliser les
démarches
d'entrepreneuriat
responsable

Créer ou reprendre une entreprise
Valoriser son projet
Construire un plan d'affaires dans une optique d'entreprise durable
Conduire l'entreprise en respectant sa mission, son projet et ses valeurs
Évaluer les pratiques entrepreneuriales
Développer un leadership, savoir convaincre et mobiliser l'ensemble des parties prenantes

Bachelor Universitaire de Technologie « Gestion administrative et commerciale des organisations » 1ère année

Référentiel de compétences du

B.U.T. *Gestion administrative et commerciale des organisations*

Parcours *Management des fonctions support*

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en œuvre la compétence.

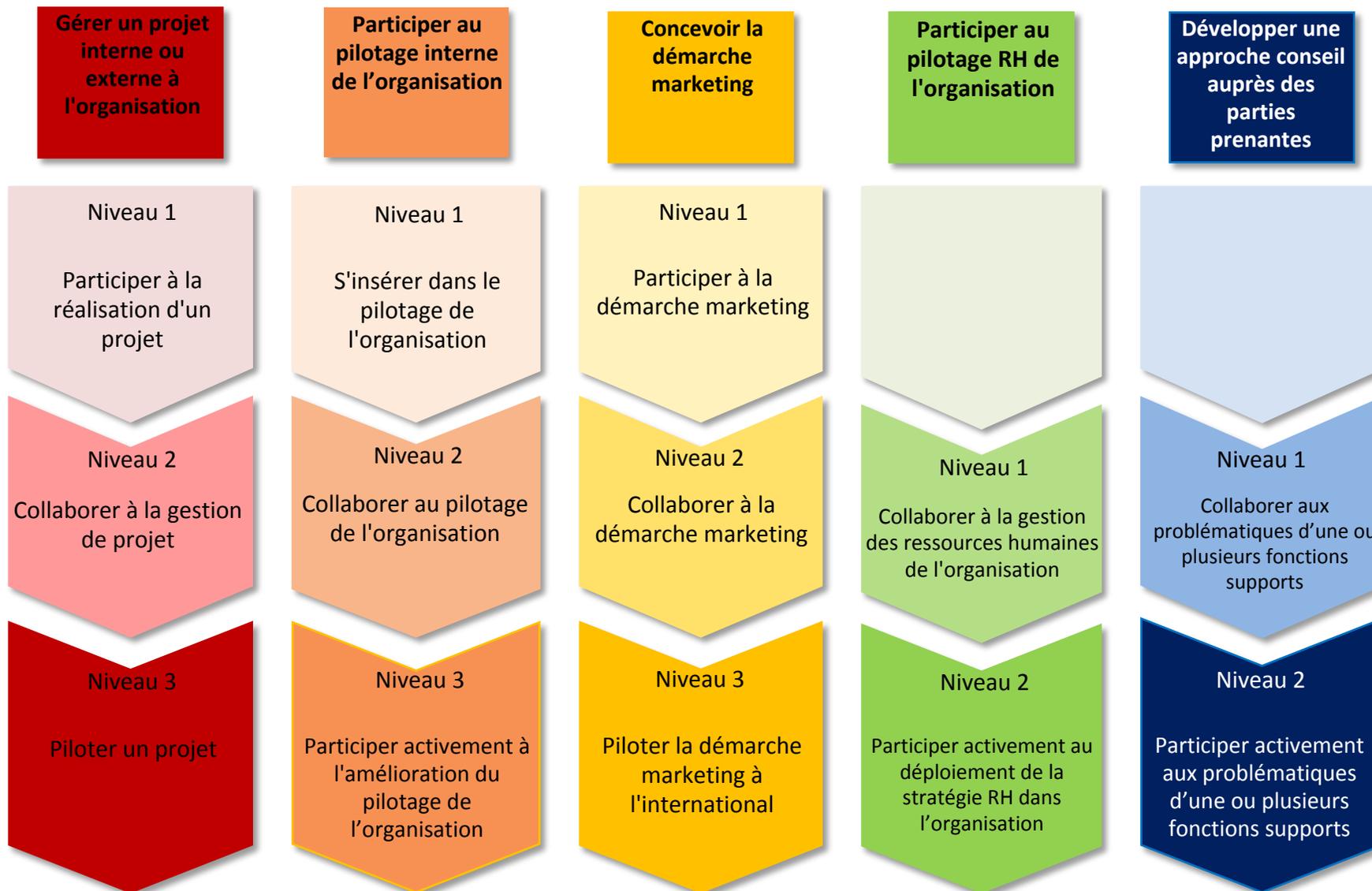
| | | |
|---|---|--|
| Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | <ul style="list-style-type: none">en tenant compte des attentes et des valeurs de l'organisationen s'inscrivant dans une démarche collaborativeen proposant une méthodologie cohérenteen formulant des préconisations réalistes et pertinentesen choisissant les outils les plus adaptésen tenant compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet |
| Participer au pilotage interne de l'organisation | Participer au pilotage interne de l'organisation | <ul style="list-style-type: none">en respectant la stratégie de l'organisationen collaborant efficacement à la stratégieen respectant les spécificités des différentes fonctions de l'organisationen s'assurant que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs |
| Concevoir la démarche marketing | Concevoir la démarche marketing | <ul style="list-style-type: none">en réalisant des études du marchéen participant à la formulation stratégique au profit de l'organisationpour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisationen développant des outils de communication |
| Participer au pilotage RH de l'organisation | Participer au pilotage RH de l'organisation | <ul style="list-style-type: none">en faisant correspondre les compétences des collaborateurs et les besoins de l'organisationen participant à la gestion et l'administration du personnel au quotidienen mettant en œuvre une veille informationnelle en matière de ressources humaines |
| Développer une approche conseil auprès des parties prenantes | Développer une approche conseil auprès des parties prenantes | <ul style="list-style-type: none">en traitant les données du système d'information de l'organisationen étant force de proposition auprès des parties prenantesen respectant le cadre réglementaire et juridique |

Les situations professionnelles

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

| | | |
|---|-----------------------------|--|
| Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation d'engagement dans un équipe projet en vue de fournir un livrableen situation de réalisation d'un diagnosticen situation de mise en œuvre d'un projet conforme à la stratégie de l'organisationen situation de communiquer en langues étrangères dans un contexte professionnel authentique |
| Participer au pilotage interne de l'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de collaboration au sein d'un serviceen situation de collaboration entre les servicesen situation de collaboration avec les partenaires externes de l'organisation |
| Concevoir la démarche marketing | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en réalisant une étude du marchéen situation de diagnostic interne et externeen définissant une stratégie, sa mise en œuvre et en mobilisant les outils d'analyse pour optimiser des opérations marketingen répondant à une problématique de développement à l'international |
| Participer au pilotage RH de l'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de gestion des emplois et des compétencesen situation d'administration des postesen situation d'appréhension des situations conflictuelles |
| Développer une approche conseil auprès des parties prenantes | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de relation avec les parties prenantes internesen situation de relation avec les parties prenantes externes |

Les niveaux de développement des compétences



Gérer un projet interne ou externe à l'organisation

- en tenant compte des attentes et des valeurs de l'organisation
- en s'inscrivant dans une démarche collaborative
- en proposant une méthodologie cohérente
- en formulant des préconisations réalistes et pertinentes
- en choisissant les outils les plus adaptés
- en tenant compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet

Situations professionnelles

- en situation d'engagement dans un équipe projet en vue de fournir un livrable
- en situation de réalisation d'un diagnostic
- en situation de mise en œuvre d'un projet conforme à la stratégie de l'organisation
- en situation de communiquer en langues étrangères dans un contexte professionnel authentique

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Participer à la réalisation d'un projet

- Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet
- Générer des idées au sein d'ateliers de créativité
- Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet
- Compléter les outils de suivi
- Lire un budget et respecter le cadrage
- Communiquer avec les acteurs du projet
- Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés

Niveau 2

Collaborer à la gestion de projet

- Intégrer les champs de connaissances transversaux au projet
- Évaluer les risques de tout ou partie d'un projet
- Chiffrer tout ou partie d'un projet
- Animer une équipe
- Rendre compte aux acteurs du projet
- Participer à l'élaboration de la communication du projet
- Expliquer les écarts entre les objectifs fixés et les résultats

Niveau 3

Piloter un projet

- Orienter vers des champs de connaissances transversaux au projet
- Définir les responsabilités et mettre en adéquation les ressources
- Manager les acteurs du projet
- Gérer et ajuster un budget
- Définir et élaborer les éléments de communication du projet
- Ajuster ou recadrer des éléments du projet
- Clore un projet

Participer au pilotage interne de l'organisation

en respectant la stratégie de l'organisation
en collaborant efficacement à la stratégie
en respectant les spécificités des différentes fonctions de l'organisation
en s'assurant que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs

Situations
professionnelles

en situation de collaboration au sein d'un service
en situation de collaboration entre les services
en situation de collaboration avec les partenaires externes de l'organisation

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

S'insérer dans le
pilotage de
l'organisation

Positionner l'organisation dans son environnement économique
Identifier l'environnement juridique de l'organisation
Caractériser les différentes fonctions de l'organisation
Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne
Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation
Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation

Niveau 2

Collaborer au pilotage
de l'organisation

Situer l'organisation dans son environnement international
Diagnostiquer les enjeux économiques, juridiques, environnementaux de l'organisation
Restituer une situation juridique donnée et assimiler la solution judiciaire
Évaluer la situation financière de l'organisation
Déterminer les coûts et la rentabilité pour le pilotage de l'organisation

Niveau 3

Participer activement à
l'amélioration du
pilotage de
l'organisation

Élaborer et suivre les différents tableaux de bord nécessaires au pilotage de l'organisation
Proposer une solution juridique à une situation donnée
Arbitrer entre les solutions de financement pour une situation donnée
Contribuer à la démarche qualité de l'organisation

Concevoir la démarche marketing

en réalisant des études du marché
en participant à la formulation stratégique au profit de l'organisation
pour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisation
en développant des outils de communication

Situations
professionnelles

en réalisant une étude du marché
en situation de diagnostic interne et externe
en définissant une stratégie, sa mise en œuvre et en mobilisant les outils d'analyse pour optimiser des opérations marketing
en répondant à une problématique de développement à l'international

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Participer à la
démarche marketing

Identifier les acteurs du marché : producteurs/fabricants, concurrents, distributeurs, consommateurs, influenceurs, pour déterminer les objectifs de la stratégie marketing
Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise
Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives
Identifier les composantes du mix produit - prix - distribution - communication

Niveau 2

Collaborer à la
démarche marketing

Participer à l'audit et à la formulation stratégique pour aboutir à une proposition de segmentation, ciblage et positionnement, en prenant en compte les forces et faiblesses de l'organisation avec une démarche durable en utilisant des logiciels d'analyse statistique
Élaborer le mix produit - prix - distribution - communication
Concevoir les outils de communication du marketing mix, dans le respect de la législation, en utilisant les outils numériques et la communication écrite
Mesurer l'impact des opérations de communication à l'aide des indicateurs de performance.

Niveau 3

Piloter la démarche
marketing à
l'international

Participer à la stratégie export de l'organisation, en anticipant les risques,
Mettre en œuvre de façon adaptée et responsable, les opérations de vente, de logistique et de transport, pour déployer à l'international les activités de l'organisation
Communiquer efficacement en deux langues étrangères pour réaliser des tâches associées

Participer au pilotage RH de l'organisation

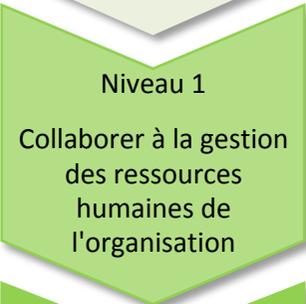
en faisant correspondre les compétences des collaborateurs et les besoins de l'organisation
en participant à la gestion et l'administration du personnel au quotidien
en mettant en œuvre une veille informationnelle en matière de ressources humaines

Situations
professionnelles

en situation de gestion des emplois et des compétences
en situation d'administration des postes
en situation d'appréhension des situations conflictuelles

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques



Niveau 1

Collaborer à la gestion
des ressources
humaines de
l'organisation

Utiliser les outils et techniques de management et de travail en équipe
Utiliser les outils et techniques de recrutement
Contribuer à la réalisation de la paie
Collecter les informations juridiques pertinentes

Niveau 2

Participer activement
au déploiement de la
stratégie RH dans
l'organisation

Identifier une stratégie de Ressources Humaines
S'entraîner à manager une équipe en situation de conflit
Participer activement au processus de recrutement
Participer activement à l'administration du personnel au quotidien
Recenser les compétences des collaborateurs et proposer un plan de formation
Établir une politique de rémunération et participation

Développer une approche conseil auprès des parties prenantes

en traitant les données du système d'information de l'organisation
en étant force de proposition auprès des parties prenantes
en respectant le cadre réglementaire et juridique

Situations
professionnelles

en situation de relation avec les parties prenantes internes
en situation de relation avec les parties prenantes externes

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Collaborer aux
problématiques d'une
ou plusieurs fonctions
supports

Identifier les attentes et contraintes des parties prenantes internes
Répondre aux demandes des parties prenantes internes
Contribuer au dialogue entre la ou les fonctions supports et les parties prenantes externes
Répondre aux obligations réglementaires

Niveau 2

Participer activement
aux problématiques
d'une ou plusieurs
fonctions supports

Élaborer des documents de synthèse
Réaliser un diagnostic
Identifier des pistes d'amélioration
Mettre en œuvre les changements validés par l'organisation
Participer activement au dialogue entre la ou les fonctions supports et les parties prenantes externes
Anticiper pour la ou les fonctions supports les évolutions de l'environnement

Référentiel de compétences du

B.U.T. *Gestion administrative et commerciale des organisations*

Parcours *Management commercial et marketing omnicanal*

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en œuvre la compétence.

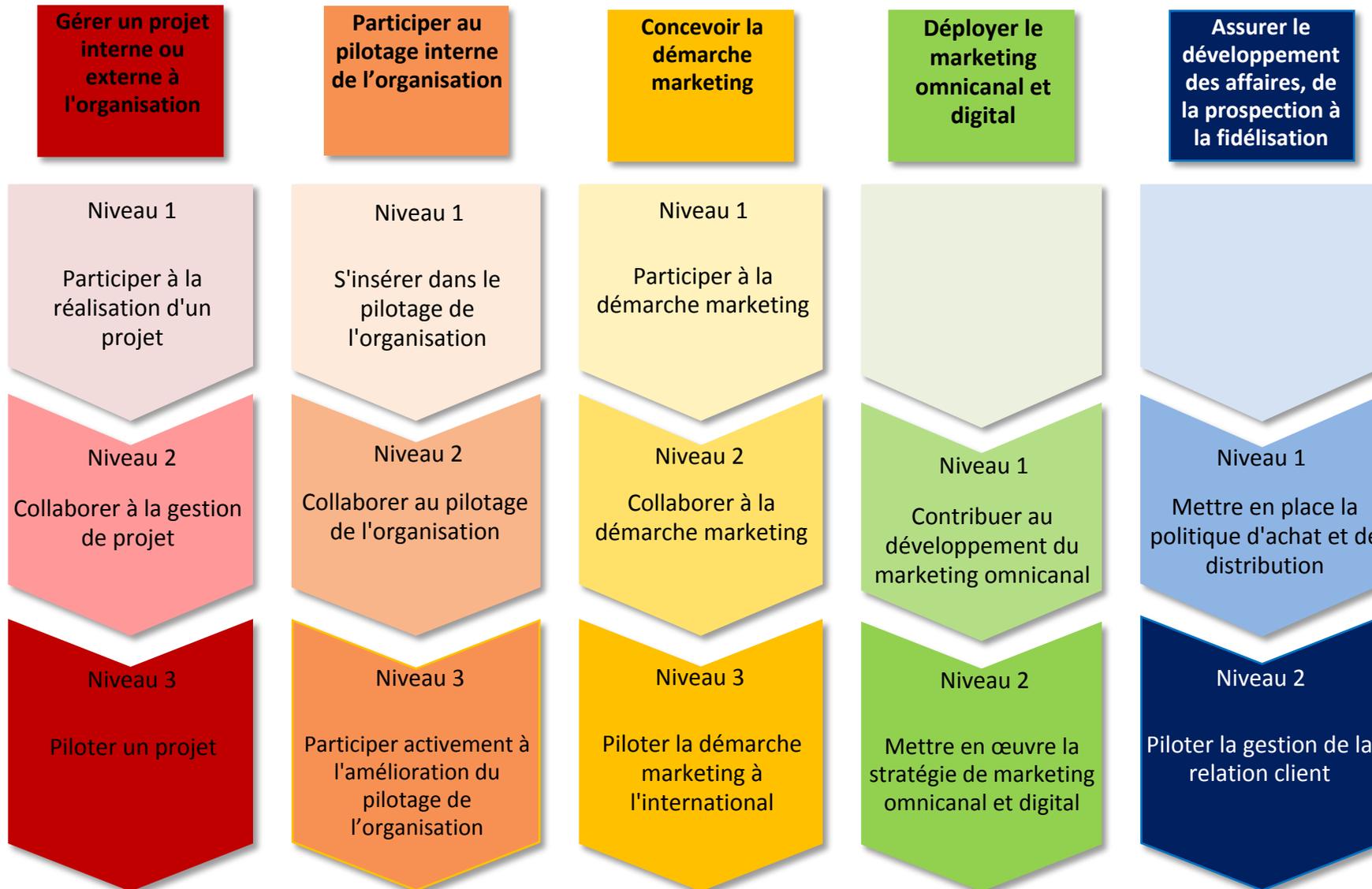
| | | |
|---|---|---|
| Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | <ul style="list-style-type: none">en tenant compte des attentes et des valeurs de l'organisationen s'inscrivant dans une démarche collaborativeen proposant une méthodologie cohérenteen formulant des préconisations réalistes et pertinentesen choisissant les outils les plus adaptésen tenant compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet |
| Participer au pilotage interne de l'organisation | Participer au pilotage interne de l'organisation | <ul style="list-style-type: none">en respectant la stratégie de l'organisationen collaborant efficacement à la stratégieen respectant les spécificités des différentes fonctions de l'organisationen s'assurant que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs |
| Concevoir la démarche marketing | Concevoir la démarche marketing | <ul style="list-style-type: none">en réalisant des études du marchéen participant à la formulation stratégique au profit de l'organisationpour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisationen développant des outils de communication |
| Déployer le marketing omnicanal et digital | Déployer le marketing omnicanal et digital | <ul style="list-style-type: none">en participant à la commercialisation d'un produit en mode e-commerceen formulant une proposition omnicanale optimiséeen définissant de manière éco-responsable, le meilleur mix marketing digital pour une organisation |
| Assurer le développement des affaires, de la prospection à la fidélisation | Assurer le développement des affaires, de la prospection à la fidélisation | <ul style="list-style-type: none">en participant à la conquête de nouveaux clients et en maintenant par la fidélisation les clients acquisen participant à la gestion d'un point de vente en vue de sa pérennisation dans un contexte concurrentielen développant une force de vente performante, grâce à l'utilisation d'outils de management et d'animation d'équipeen veillant au suivi de la force de vente pour répondre aux objectifs commerciaux fixés par la stratégie de distribution |

Les situations professionnelles

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

| | | |
|---|-----------------------------|--|
| Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation d'engagement dans un équipe projet en vue de fournir un livrableen situation de réalisation d'un diagnosticen situation de mise en œuvre d'un projet conforme à la stratégie de l'organisationen situation de communiquer en langues étrangères dans un contexte professionnel authentique |
| Participer au pilotage interne de l'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de collaboration au sein d'un serviceen situation de collaboration entre les servicesen situation de collaboration avec les partenaires externes de l'organisation |
| Concevoir la démarche marketing | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en réalisant une étude du marchéen situation de diagnostic interne et externeen définissant une stratégie, sa mise en œuvre et en mobilisant les outils d'analyse pour optimiser des opérations marketingen répondant à une problématique de développement à l'international |
| Déployer le marketing omnicanal et digital | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de digitalisation de l'entreprise (implémentation ou optimisation)en animant des communautésen concevant une communication digitaleen optimisant l'expérience client |
| Assurer le développement des affaires, de la prospection à la fidélisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en optimisant une politique de distributionen situation d'achat et de venteen situation de gestion de l'administration des ventesen constituant et en animant une équipe commercialeen assurant une stratégie de fidélisation |

Les niveaux de développement des compétences



Gérer un projet interne ou externe à l'organisation

- en tenant compte des attentes et des valeurs de l'organisation
- en s'inscrivant dans une démarche collaborative
- en proposant une méthodologie cohérente
- en formulant des préconisations réalistes et pertinentes
- en choisissant les outils les plus adaptés
- en tenant compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet

Situations professionnelles

- en situation d'engagement dans un équipe projet en vue de fournir un livrable
- en situation de réalisation d'un diagnostic
- en situation de mise en œuvre d'un projet conforme à la stratégie de l'organisation
- en situation de communiquer en langues étrangères dans un contexte professionnel authentique

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Participer à la réalisation d'un projet

- Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet
- Générer des idées au sein d'ateliers de créativité
- Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet
- Compléter les outils de suivi
- Lire un budget et respecter le cadrage
- Communiquer avec les acteurs du projet
- Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés

Niveau 2

Collaborer à la gestion de projet

- Intégrer les champs de connaissances transversaux au projet
- Évaluer les risques de tout ou partie d'un projet
- Chiffrer tout ou partie d'un projet
- Animer une équipe
- Rendre compte aux acteurs du projet
- Participer à l'élaboration de la communication du projet
- Expliquer les écarts entre les objectifs fixés et les résultats

Niveau 3

Piloter un projet

- Orienter vers des champs de connaissances transversaux au projet
- Définir les responsabilités et mettre en adéquation les ressources
- Manager les acteurs du projet
- Gérer et ajuster un budget
- Définir et élaborer les éléments de communication du projet
- Ajuster ou recadrer des éléments du projet
- Clore un projet

Participer au pilotage interne de l'organisation

en respectant la stratégie de l'organisation
en collaborant efficacement à la stratégie
en respectant les spécificités des différentes fonctions de l'organisation
en s'assurant que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs

Situations
professionnelles

en situation de collaboration au sein d'un service
en situation de collaboration entre les services
en situation de collaboration avec les partenaires externes de l'organisation

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

S'insérer dans le
pilotage de
l'organisation

Positionner l'organisation dans son environnement économique
Identifier l'environnement juridique de l'organisation
Caractériser les différentes fonctions de l'organisation
Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne
Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation
Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation

Niveau 2

Collaborer au pilotage
de l'organisation

Situer l'organisation dans son environnement international
Diagnostiquer les enjeux économiques, juridiques, environnementaux de l'organisation
Restituer une situation juridique donnée et assimiler la solution judiciaire
Évaluer la situation financière de l'organisation
Déterminer les coûts et la rentabilité pour le pilotage de l'organisation

Niveau 3

Participer activement à
l'amélioration du
pilotage de
l'organisation

Élaborer et suivre les différents tableaux de bord nécessaires au pilotage de l'organisation
Proposer une solution juridique à une situation donnée
Arbitrer entre les solutions de financement pour une situation donnée
Contribuer à la démarche qualité de l'organisation

Concevoir la démarche marketing

en réalisant des études du marché
en participant à la formulation stratégique au profit de l'organisation
pour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisation
en développant des outils de communication

Situations
professionnelles

en réalisant une étude du marché
en situation de diagnostic interne et externe
en définissant une stratégie, sa mise en œuvre et en mobilisant les outils d'analyse pour optimiser des opérations marketing
en répondant à une problématique de développement à l'international

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Participer à la
démarche marketing

Identifier les acteurs du marché : producteurs/fabricants, concurrents, distributeurs, consommateurs, influenceurs, pour déterminer les objectifs de la stratégie marketing
Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise
Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives
Identifier les composantes du mix produit - prix - distribution - communication

Niveau 2

Collaborer à la
démarche marketing

Participer à l'audit et à la formulation stratégique pour aboutir à une proposition de segmentation, ciblage et positionnement, en prenant en compte les forces et faiblesses de l'organisation avec une démarche durable en utilisant des logiciels d'analyse statistique
Élaborer le mix produit - prix - distribution - communication
Concevoir les outils de communication du marketing mix, dans le respect de la législation, en utilisant les outils numériques et la communication écrite
Mesurer l'impact des opérations de communication à l'aide des indicateurs de performance.

Niveau 3

Piloter la démarche
marketing à
l'international

Participer à la stratégie export de l'organisation, en anticipant les risques,
Mettre en œuvre de façon adaptée et responsable, les opérations de vente, de logistique et de transport, pour déployer à l'international les activités de l'organisation
Communiquer efficacement en deux langues étrangères pour réaliser des tâches associées

Déployer le marketing omnicanal et digital

en participant à la commercialisation d'un produit en mode e-commerce
en formulant une proposition omnicanale optimisée
en définissant de manière éco-responsable, le meilleur mix marketing digital pour une organisation

Situations
professionnelles

en situation de digitalisation de l'entreprise (implémentation ou optimisation)
en animant des communautés
en concevant une communication digitale
en optimisant l'expérience client

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques



Niveau 1

Contribuer au
développement du
marketing omnicanal

Analyser les pratiques des consommateurs attachées au numérique (approche consumer journey, recherche d'informations, interaction avec les marques, influenceurs...)
Appréhender tous les facteurs de réussite d'une stratégie omnicanale, en utilisant les outils du CRM et les techniques digitales
Concevoir une démarche omnicanale dans la stratégie de l'entreprise

Niveau 2

Mettre en œuvre la
stratégie de marketing
omnicanal et digital

Appliquer une stratégie omnicanale optimisant la rencontre client/entreprise (identifier les points de contact; définir les équipements et supports; définir la stratégie de communication digitale...)
Optimiser le mix digital conforme à la stratégie de l'organisation (formation équipes retail ; participer à l'élaboration de la stratégie inbound et outbound; mettre en place et animer une communauté à travers les réseaux sociaux, etc.)

Assurer le développement des affaires, de la prospection à la fidélisation

en participant à la conquête de nouveaux clients et en maintenant par la fidélisation les clients acquis
en participant à la gestion d'un point de vente en vue de sa pérennisation dans un contexte concurrentiel
en développant une force de vente performante, grâce à l'utilisation d'outils de management et d'animation d'équipe
en veillant au suivi de la force de vente pour répondre aux objectifs commerciaux fixés par la stratégie de distribution

Situations professionnelles

en optimisant une politique de distribution
en situation d'achat et de vente
en situation de gestion de l'administration des ventes
en constituant et en animant une équipe commerciale
en assurant une stratégie de fidélisation

Niveaux de développement

Apprentissages critiques



Niveau 1

Mettre en place la politique d'achat et de distribution

Définir une politique de distribution conforme à la stratégie de l'organisation pour développer sa clientèle
Faire des recommandations pour l'implantation d'un point de vente, en fonction des analyses du marché et de la zone de chalandise
Déterminer les facteurs de pérennisation du point de vente, en utilisant les techniques de merchandising et de communication
Participer à la politique d'achats
Négocier en processus achat, en utilisant les techniques d'achat et de communication orale, et en mettant en oeuvre des qualités personnelles propices pour convaincre
Préparer la négociation en utilisant les informations utiles à la connaissance du client ou du prospect et en concevant des supports préparatoires

Niveau 2

Piloter la gestion de la relation client

Faire le suivi des ventes, avec l'aide des documents commerciaux et des rapports du service après vente, pour mettre en place des actions publicitaires et de promotions, ou un programme de fidélisation
Gérer la force de vente, en procédant au recrutement de l'équipe, en veillant à un dimensionnement correct, et en utilisant les outils d'animation et de reporting, pour en maintenir la cohésion, la motivation et la performance
Prospecter et qualifier un fichier client, dans un objectif de déploiement commercial, de démarche qualité ou de programme de fidélisation
Analyser un fichier clients et faire des propositions d'actions
Négocier en processus vente, en utilisant les techniques de vente et de communication orale, et en mettant en oeuvre des qualités personnelles propices pour convaincre
Faire le suivi de la négociation, par le biais des outils du CRM, l'utilisation de la communication écrite et orale, pour veiller à la satisfaction du client et à sa fidélisation

Référentiel de compétences du

B.U.T. *Gestion administrative et commerciale des organisations*

Parcours *Management des activités culturelles, artistiques, sportives et de tourisme*

Une **compétence** est un « **savoir-agir complexe**, prenant appui sur la mobilisation et la combinaison efficaces d'une variété de ressources à l'intérieur d'une famille de situations » (Tardif, 2006). Les ressources désignent ici les savoirs, savoir-faire et savoir-être dont dispose un individu et qui lui permettent de mettre en œuvre la compétence.

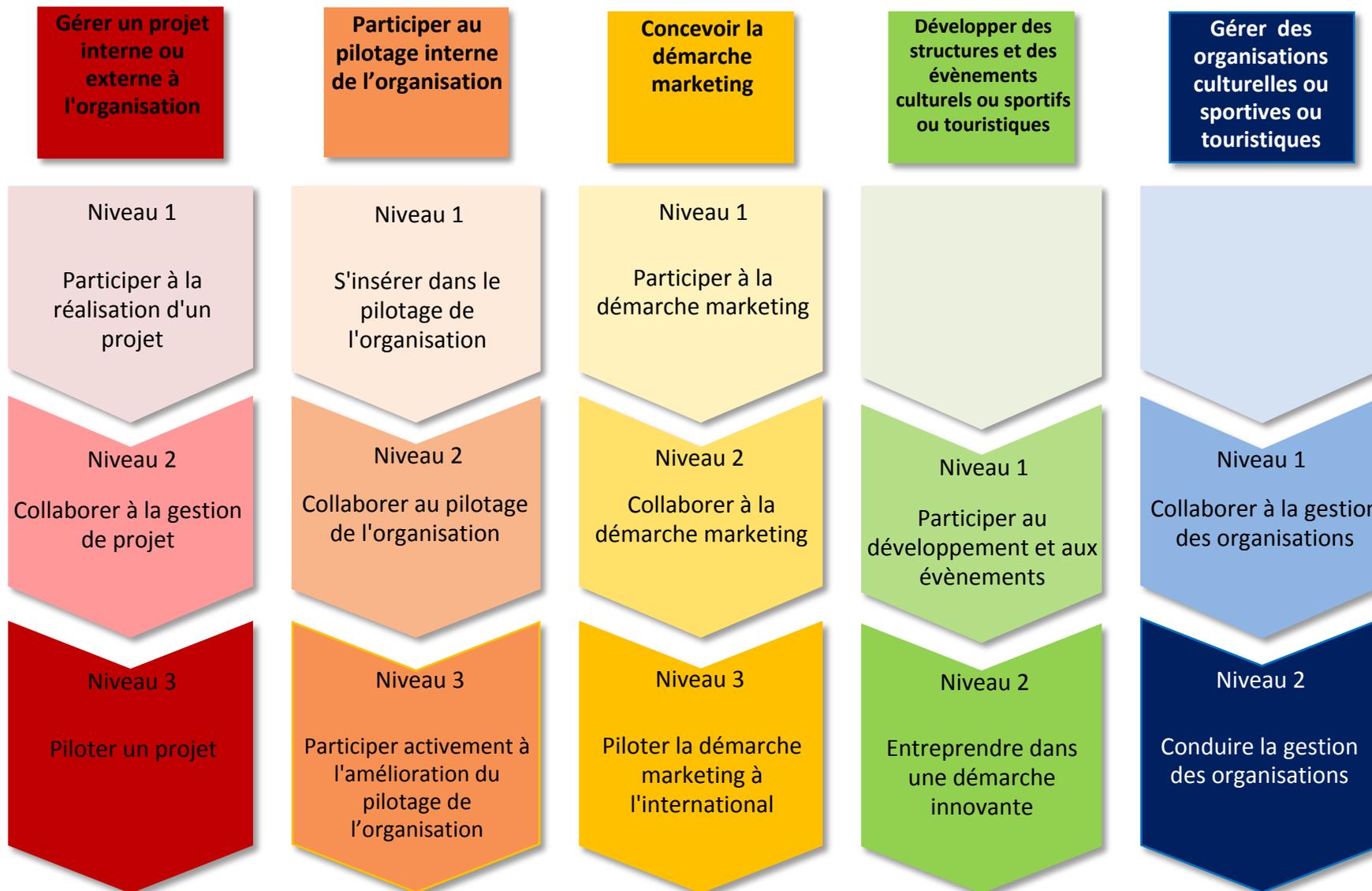
| | | |
|--|--|--|
| Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | <ul style="list-style-type: none">en tenant compte des attentes et des valeurs de l'organisationen s'inscrivant dans une démarche collaborativeen proposant une méthodologie cohérenteen formulant des préconisations réalistes et pertinentesen choisissant les outils les plus adaptésen tenant compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet |
| Participer au pilotage interne de l'organisation | Participer au pilotage interne de l'organisation | <ul style="list-style-type: none">en respectant la stratégie de l'organisationen collaborant efficacement à la stratégieen respectant les spécificités des différentes fonctions de l'organisationen s'assurant que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs |
| Concevoir la démarche marketing | Concevoir la démarche marketing | <ul style="list-style-type: none">en réalisant des études du marchéen participant à la formulation stratégique au profit de l'organisationpour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisationen développant des outils de communication |
| Développer des structures et des événements culturels ou sportifs ou touristiques | Développer des structures et des événements culturels ou sportifs ou touristiques | <ul style="list-style-type: none">en mettant en œuvre des projets culturels ou sportifs ou touristiquesen concevant des projets dans le secteur culturel ou sportif ou touristiqueen respectant les valeurs du secteur culturel ou sportif ou touristique |
| Gérer des organisations culturelles ou sportives ou touristiques | Gérer des organisations culturelles ou sportives ou touristiques | <ul style="list-style-type: none">en assurant la gestion opérationnelle spécifique d'une structure culturelle ou sportive ou touristiqueen tenant compte des enjeux spécifiques des organisations culturelles ou sportives ou touristiquesen respectant les normes du secteur culturel ou sportif ou touristique |

Les situations professionnelles

Les situations professionnelles se réfèrent aux **contextes** dans lesquels les compétences sont mises en jeu. Ces situations varient selon la compétence ciblée.

| | | |
|--|-----------------------------|---|
| Gérer un projet interne ou externe à l'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation d'engagement dans un équipe projet en vue de fournir un livrableen situation de réalisation d'un diagnosticen situation de mise en œuvre d'un projet conforme à la stratégie de l'organisationen situation de communiquer en langues étrangères dans un contexte professionnel authentique |
| Participer au pilotage interne de l'organisation | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de collaboration au sein d'un serviceen situation de collaboration entre les servicesen situation de collaboration avec les partenaires externes de l'organisation |
| Concevoir la démarche marketing | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en réalisant une étude du marchéen situation de diagnostic interne et externeen définissant une stratégie, sa mise en œuvre et en mobilisant les outils d'analyse pour optimiser des opérations marketingen répondant à une problématique de développement à l'international |
| Développer des structures et des événements culturels ou sportifs ou touristiques | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation de réponse à un appel à projet public ou privé d'évènements culturels ou sportifs ou touristiquesen situation de démarche d'entrepreneuriat culturel ou sportif ou touristiqueen situation de création de nouvelles activités au sein d'une structure existante, culturelle ou sportive ou touristique |
| Gérer des organisations culturelles ou sportives ou touristiques | Situations professionnelles | <ul style="list-style-type: none">en situation d'administration quotidienne d'une structure culturelle ou sportive ou touristiqueen situation de production d'activités culturelles ou sportives ou touristiquesen situation de promotion et commercialisation de produits et de services culturels, ou sportifs, ou touristiques |

Les niveaux de développement des compétences



Gérer un projet interne ou externe à l'organisation

- en tenant compte des attentes et des valeurs de l'organisation
- en s'inscrivant dans une démarche collaborative
- en proposant une méthodologie cohérente
- en formulant des préconisations réalistes et pertinentes
- en choisissant les outils les plus adaptés
- en tenant compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet

Situations professionnelles

- en situation d'engagement dans un équipe projet en vue de fournir un livrable
- en situation de réalisation d'un diagnostic
- en situation de mise en œuvre d'un projet conforme à la stratégie de l'organisation
- en situation de communiquer en langues étrangères dans un contexte professionnel authentique

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Participer à la réalisation d'un projet

- Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet
- Générer des idées au sein d'ateliers de créativité
- Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet
- Compléter les outils de suivi
- Lire un budget et respecter le cadrage
- Communiquer avec les acteurs du projet
- Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés

Niveau 2

Collaborer à la gestion de projet

- Intégrer les champs de connaissances transversaux au projet
- Évaluer les risques de tout ou partie d'un projet
- Chiffrer tout ou partie d'un projet
- Animer une équipe
- Rendre compte aux acteurs du projet
- Participer à l'élaboration de la communication du projet
- Expliquer les écarts entre les objectifs fixés et les résultats

Niveau 3

Piloter un projet

- Orienter vers des champs de connaissances transversaux au projet
- Définir les responsabilités et mettre en adéquation les ressources
- Manager les acteurs du projet
- Gérer et ajuster un budget
- Définir et élaborer les éléments de communication du projet
- Ajuster ou recadrer des éléments du projet
- Clore un projet

Participer au pilotage interne de l'organisation

en respectant la stratégie de l'organisation
en collaborant efficacement à la stratégie
en respectant les spécificités des différentes fonctions de l'organisation
en s'assurant que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs

Situations
professionnelles

en situation de collaboration au sein d'un service
en situation de collaboration entre les services
en situation de collaboration avec les partenaires externes de l'organisation

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

S'insérer dans le
pilotage de
l'organisation

Positionner l'organisation dans son environnement économique
Identifier l'environnement juridique de l'organisation
Caractériser les différentes fonctions de l'organisation
Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne
Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation
Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation

Niveau 2

Collaborer au pilotage
de l'organisation

Situer l'organisation dans son environnement international
Diagnostiquer les enjeux économiques, juridiques, environnementaux de l'organisation
Restituer une situation juridique donnée et assimiler la solution judiciaire
Évaluer la situation financière de l'organisation
Déterminer les coûts et la rentabilité pour le pilotage de l'organisation

Niveau 3

Participer activement à
l'amélioration du
pilotage de
l'organisation

Élaborer et suivre les différents tableaux de bord nécessaires au pilotage de l'organisation
Proposer une solution juridique à une situation donnée
Arbitrer entre les solutions de financement pour une situation donnée
Contribuer à la démarche qualité de l'organisation

Concevoir la démarche marketing

en réalisant des études du marché
en participant à la formulation stratégique au profit de l'organisation
pour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisation
en développant des outils de communication

Situations
professionnelles

en réalisant une étude du marché
en situation de diagnostic interne et externe
en définissant une stratégie, sa mise en œuvre et en mobilisant les outils d'analyse pour optimiser des opérations marketing
en répondant à une problématique de développement à l'international

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques

Niveau 1

Participer à la
démarche marketing

Identifier les acteurs du marché : producteurs/fabricants, concurrents, distributeurs, consommateurs, influenceurs, pour déterminer les objectifs de la stratégie marketing
Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise
Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives
Identifier les composantes du mix produit - prix - distribution - communication

Niveau 2

Collaborer à la
démarche marketing

Participer à l'audit et à la formulation stratégique pour aboutir à une proposition de segmentation, ciblage et positionnement, en prenant en compte les forces et faiblesses de l'organisation avec une démarche durable en utilisant des logiciels d'analyse statistique
Élaborer le mix produit - prix - distribution - communication
Concevoir les outils de communication du marketing mix, dans le respect de la législation, en utilisant les outils numériques et la communication écrite
Mesurer l'impact des opérations de communication à l'aide des indicateurs de performance.

Niveau 3

Piloter la démarche
marketing à
l'international

Participer à la stratégie export de l'organisation, en anticipant les risques,
Mettre en œuvre de façon adaptée et responsable, les opérations de vente, de logistique et de transport, pour déployer à l'international les activités de l'organisation
Communiquer efficacement en deux langues étrangères pour réaliser des tâches associées

Développer des structures et des évènements culturels ou sportifs ou touristiques

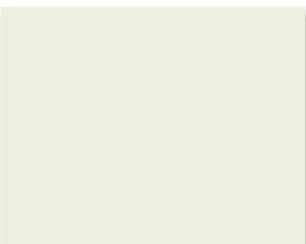
en mettant en œuvre des projets culturels ou sportifs ou touristiques
en concevant des projets dans le secteur culturel ou sportif ou touristique
en respectant les valeurs du secteur culturel ou sportif ou touristique

Situations
professionnelles

en situation de réponse à un appel à projet public ou privé d'évènements culturels ou sportifs ou touristiques
en situation de démarche d'entrepreneuriat culturel ou sportif ou touristique
en situation de création de nouvelles activités au sein d'une structure existante, culturelle ou sportive ou touristique

Niveaux de
développement

Apprentissages critiques



Niveau 1

Participer au
développement et
aux évènements

Appréhender les valeurs, les publics, les pratiques et les usages du secteur culturel ou sportif ou touristique
Identifier les acteurs et les réseaux professionnels (économiques, politiques, historiques, réseaux)
Distinguer les missions spécifiques d'une organisation du secteur culturel ou sportif ou touristique
Identifier les sources de financement spécifiques au secteur culturel ou sportif ou touristique
Contribuer à la réalisation d'un évènement culturel ou sportif ou touristique

Niveau 2

Entreprendre dans
une démarche
innovante

Élaborer et concevoir des produits et des services culturels ou sportifs ou touristiques
Gérer les relations avec les partenaires internes et externes du secteur culturel ou sportif ou touristique
Rechercher des financements spécifiques au secteur culturel ou sportif ou touristique
Coordonner la réalisation de produits et de services culturels ou sportifs ou touristiques
Établir des indicateurs spécifiques de suivi et évaluer l'impact d'actions culturelles ou sportives ou touristiques

Gérer des organisations culturelles ou sportives ou touristiques

en assurant la gestion opérationnelle spécifique d'une structure culturelle ou sportive ou touristique en tenant compte des enjeux spécifiques des organisations culturelles ou sportives ou touristiques en respectant les normes du secteur culturel ou sportif ou touristique

Situations professionnelles

en situation d'administration quotidienne d'une structure culturelle ou sportive ou touristique
en situation de production d'activités culturelles ou sportives ou touristiques
en situation de promotion et commercialisation de produits et de services culturels, ou sportifs, ou touristiques

Niveaux de développement

Apprentissages critiques

Niveau 1
Collaborer à la gestion des organisations

Identifier les métiers et les fonctions d'une organisation culturelle ou sportive ou touristique
Appréhender les outils de gestion spécifiques du secteur culturel ou sportif ou touristique
Intégrer la réglementation spécifique du secteur culturel ou sportif ou touristique
Contribuer à l'administration quotidienne d'une organisation culturelle ou sportive ou touristique
Contribuer à la promotion d'une organisation culturelle ou sportive ou touristique auprès de ses clients et partenaires

Niveau 2
Conduire la gestion des organisations

Maîtriser les outils de gestion du secteur culturel ou sportif ou touristique
Maîtriser la réglementation spécifique du secteur culturel ou sportif ou touristique
Proposer et mettre en œuvre des indicateurs de performance d'une organisation culturelle ou sportive ou touristique
Animer une équipe conformément aux objectifs d'une organisation culturelle ou sportive ou touristique
Piloter la promotion d'un produit ou un service culturel ou sportif ou touristique

SEMESTRE 1

| UE | Compétence | Niveau de la compétence | type de B.U.T. | | | | | | tertiaire | | | | | SAE | | | | | Ressources | | | | | | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|---|---|--|--|---|---|---|-----------|---------------------------------------|-----------------------|-------------|---|---------------------------|------------------------------------|--|--|-----------------------------------|---------------|----|---|---|---|---|---|
| | | | Composantes essentielles | | Apprentissages critiques | | | | S1.01 Mettre en forme le projet d'une organisation | S1.02 Participer au pilotage d'une organisation | S1.03 Concevoir le marketing d'une organisation | S1.04 Identifier les compétences professionnelles | Portfolio | R1.01 - Expression et communication 1 | R1.02 - LV1 - Anglais | R1.03 - LV2 | R1.04 - Fondamentaux de la comptabilité | R1.05 - Culture juridique | R1.06 - Fondamentaux de l'économie | R1.07 - Technologies de l'information et de la communication | R1.08 - Gestion de projet et Management opérationnel | R1.09 - Fondamentaux du Marketing | R1.10 - PPP 1 | | | | | | |
| UE 1.1 | Participer à la réalisation d'un projet | En tenant compte des attentes et des valeurs de l'organisation | En s'inscrivant dans une démarche collaborative | En proposant une méthodologie cohérente | En formulant des préconisations réalistes et pertinentes | En choisissant les outils les plus adaptés | En tenant compte des caractéristiques inter-culturelles d'une gestion de projet | Communiquer avec les acteurs du projet | X | | | | X | X | X | X | | | | X | X | | | | | | | | |
| | | | | | | | | Compléter les outils de suivi | | | | X | X | | | | | | | | | | X | X | | | | | |
| | | | | | | | | Evaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés | | | | X | | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| | | | | | | | | Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet | X | | | X | X | X | X | X | | X | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | Lire un budget et respecter le cadrage | | | | X | | | | | X | X | | | | | | | | | X | | |
| | | | | | | | | Générer des idées au sein d'ateliers de créativité | X | | | X | X | X | X | | | | | | | | | | | | X | X | X |
| | | | | | | | | Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet | X | | | | | | | X | X | X | X | | | | | | | X | | | |
| UE 1.2 | Participer au pilotage interne de l'organisation | S'insérer dans le pilotage de l'organisation | En respectant la stratégie de l'organisation | En collaborant efficacement à la stratégie | En respectant les spécificités des différentes fonctions de l'organisation | En s'assurant que les actions menées permettent d'atteindre les objectifs | | Caractériser les différentes fonctions de l'organisation | | X | | | X | | X | X | | | | | X | X | X | | | | | | |
| | | | | | | | | Identifier l'environnement juridique de l'organisation | X | | | X | | | | | | X | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation | | | | X | X | | X | X | | | | | | | | | | X | X | X | |
| | | | | | | | | Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne | X | | X | X | | | | | X | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | Positionner l'organisation dans son environnement économique | X | | | X | | | X | X | | | X | X | | | X | X | | | | X | |
| | | | | | | | | Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation | X | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | | | | X | X | | | | |
| UE 1.3 | Concevoir la démarche marketing | Participer à la démarche marketing | En réalisant des études du marché | En participant à la formulation stratégique au profit de l'organisation | Pour mettre en œuvre un mix marketing conforme au positionnement stratégique de l'organisation | En développant des outils de communication | | Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise | | X | | X | | | | X | | | | | | X | | | | | | | |
| | | | | | | | | Identifier les acteurs du marché | | X | | X | | | | | | | | | | | X | X | X | | | | |
| | | | | | | | | Identifier les composantes du mix produit - prix - distribution - communication | | X | | X | | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| | | | | | | | | Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives | | | | X | X | X | X | | | | | | | | X | | | | | | |
| Total Volumes horaires | | 370 | | Volume horaire hors projet | | 25 | | 25 | | 25 | | 10 | | 5 | | 20 | | 30 | | 20 | | 30 | | 10 | | | | | |
| dont hTP+heures projets+SAE | | 205 | | dont TP | | 15 | | 10 | | 10 | | | | 10 | | 15 | | 10 | | | | | | 10 | | | | | |
| Rapport (hTP+heures projets+SAE)/total | | 55% | | Heures de Projet | | 10 | | 10 | | 10 | | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Taux minimum | | 40% | | Volume horaire avec projet | | 35 | | 35 | | 35 | | 20 | | 5 | | | | | | | | | | | | | | | |

b. Cadre général

L'alternance

Le diplôme de BUT CACO , quand il est préparé en alternance, s'appuie sur le même référentiel de compétences et sur le même référentiel de formation mais le volume horaire global de chaque semestre est réduit de 15% en première année, de 15% en deuxième année, et de 15% en troisième année

Les situations d'apprentissage et d'évaluation

Les SAÉ permettent l'évaluation en situation de la compétence. Cette évaluation est menée en correspondance avec l'ensemble des éléments structurants le référentiel, et s'appuie sur la démarche portfolio, à savoir une démarche de réflexion et de démonstration portée par l'étudiant lui-même.

Parce qu'elle répond à une problématique que l'on retrouve en milieu professionnel, une SAÉ est une tâche authentique. En tant qu'ensemble d'actions, la SAÉ nécessite de la part de l'étudiant le choix, la mobilisation et la combinaison de ressources pertinentes et cohérentes avec les objectifs ciblés.

L'enjeu d'une SAÉ est ainsi multiple :

- Participer au développement de la compétence ;
- Soutenir l'apprentissage et la maîtrise des ressources ;
- Intégrer l'autoévaluation par l'étudiant ;
- Permettre une individualisation des apprentissages.

Au cours des différents semestres de formation, l'étudiant sera confronté à plusieurs SAÉ qui lui permettront de développer et de mettre en œuvre chaque niveau de compétence ciblé dans le respect des composantes essentielles du référentiel de compétences et en cohérence avec les apprentissages critiques.

Les SAÉ peuvent mobiliser des heures issues des 1800 ou 2000 h de formation et des 600 h de projet. Les SAÉ prennent la forme de dispositifs pédagogiques variés, individuels ou collectifs, organisés dans un cadre universitaire ou extérieur, tels que des ateliers, des études, des challenges, des séminaires, des immersions au sein d'un environnement professionnel, des stages, etc.

La démarche portfolio

Nommé parfois portefeuille de compétences ou passeport professionnel, le portfolio est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. En cela, il répond à l'ensemble des dimensions de la professionnalisation de l'étudiant, de sa formation à son devenir en tant que professionnel. Le portfolio soutient donc le développement des compétences et l'individualisation du parcours de formation. Plus spécifiquement, le portfolio offre la possibilité pour l'étudiant d'engager une démarche de démonstration, de progression, d'évaluation et de valorisation des compétences qu'il acquiert tout au long de son cursus.

Quels qu'en soient la forme, l'outil ou le support, le portfolio a pour objectif de permettre à l'étudiant d'adopter une posture réflexive et critique vis-à-vis des compétences acquises ou en voie d'acquisition. Au sein du portfolio, l'étudiant documente et argumente sa trajectoire de développement en mobilisant et analysant des traces, et ainsi en apportant des preuves issues de l'ensemble de ses mises en situation professionnelle (SAÉ).

La démarche portfolio est un processus continu d'autoévaluation qui nécessite un accompagnement par l'ensemble des acteurs de l'équipe pédagogique. L'étudiant est guidé pour comprendre les éléments du référentiel de compétences, ses modalités d'appropriation, les mises en situation correspondantes et les critères d'évaluation.

Le projet personnel et professionnel

Présent à chaque semestre de la formation et en lien avec les réflexions de l'équipe pédagogique, le projet personnel et professionnel est un élément structurant qui permet à l'étudiant d'être l'acteur de sa formation, d'en comprendre et de s'en approprier les contenus, les objectifs et les compétences ciblées. Il assure également un accompagnement de l'étudiant dans sa propre définition d'une stratégie personnelle et dans la construction de son identité professionnelle, en cohérence avec les métiers et les situations professionnelles couverts par la spécialité «GACO» et les parcours associés. Enfin, le PPP prépare l'étudiant à évoluer tout au long de sa vie professionnelle, en lui fournissant des méthodes d'analyse et d'adaptation aux évolutions de la société, des métiers et des compétences.

Par sa dimension personnelle, le PPP vise à :

- Induire chez l'étudiant un questionnement sur son projet et son parcours de formation ;
- Lui donner les moyens d'intégrer les codes du monde professionnel et socio-économique ;
- L'aider à se définir et à se positionner ;
- Le guider dans son évolution et son devenir ;
- Développer sa capacité d'adaptation.

Au plan professionnel, le PPP permet :

- Une meilleure appréhension des objectifs de la formation, du référentiel de compétences et du référentiel de formation ;
- Une connaissance exhaustive des métiers et perspectives professionnelles spécifiques à la spécialité et ses parcours ;
- L'usage contextualisé des méthodes et des outils en lien avec la démarche de recrutement, notamment dans le cadre d'une recherche de contrat d'alternance ou de stage ;
- La construction d'une identité professionnelle au travers des expériences de mise en situation professionnelle vécues pendant la formation.

Parce qu'ils participent tous deux à la professionnalisation de l'étudiant et en cela sont en dialogue, le PPP et la démarche portfolio ne doivent pourtant être confondus. Le PPP répond davantage à un objectif d'accompagnement qui dépasse le seul cadre des compétences à acquérir, alors que la démarche portfolio répond fondamentalement à des enjeux d'évaluation des compétences.

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| SITUATIONS D'APPRENTISSAGE ET D'ÉVALUATION – SEMESTRE 1 | 1 |
| S1.01 METTRE EN FORME LE PROJET D'UNE ORGANISATION..... | 1 |
| S1.02 PARTICIPER AU PILOTAGE D'UNE ORGANISATION | 3 |
| S1.03 CONCEVOIR LA STRATÉGIE MARKETING D'UNE ORGANISATION | 5 |
| S1.04 IDENTIFIER LES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES | 7 |
| RESSOURCES – SEMESTRE 1 | 8 |
| R1.01 EXPRESSION ET COMMUNICATION | 8 |
| R1.02 LANGUE VIVANTE 1 – ANGLAIS DES AFFAIRES..... | 9 |
| R1.03 LANGUE VIVANTE 2..... | 10 |
| R1.04 FONDAMENTAUX DE LA COMPTABILITÉ | 11 |
| R1.05 CULTURE JURIDIQUE | 12 |
| R1.06 ÉCONOMIE : LES FONDAMENTAUX DE L'ÉCONOMIE..... | 13 |
| R1.07 TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION..... | 14 |
| R1.08 GESTION DE PROJET ET MANAGEMENT OPÉRATIONNEL..... | 15 |
| R1.09 FONDAMENTAUX DU MARKETING..... | 16 |
| R1.10 PROJET PERSONNEL ET PROFESSIONNEL | 17 |
| SITUATIONS D'APPRENTISSAGE ET D'ÉVALUATION – SEMESTRE 2 | 18 |
| S2.01 PARTICIPER À LA RÉALISATION D'UN PROJET..... | 18 |
| S2.02 PARTICIPER AU PILOTAGE D'UNE ORGANISATION | 19 |
| S2.03 MENER UNE ÉTUDE MARKETING..... | 21 |
| S2.04 RÉALISER LE DIAGNOSTIC MANAGÉRIAL D'UNE ORGANISATION..... | 23 |
| S2.05 PROJET TRANSVERSE S2..... | 25 |
| S2.06 STAGE BUT 1..... | 27 |
| RESSOURCES – SEMESTRE 2 | 28 |
| R2.01 EXPRESSION ET COMMUNICATION | 28 |
| R2.02 LANGUE VIVANTE 1 – ANGLAIS DES AFFAIRES | 29 |
| R2.03 LANGUE VIVANTE 2..... | 30 |
| R2.04 PILOTAGE COMPTABLE DES ORGANISATIONS | 31 |
| R2.05 DROIT DE L'ENTREPRISE | 32 |
| R2.06 ÉCONOMIE, ORGANISATIONS ET DÉVELOPPEMENT DURABLE..... | 33 |
| R2.07 TRAITEMENT DE L'INFORMATION | 34 |
| R2.08 MANAGEMENT DES ORGANISATIONS..... | 35 |
| R2.09 MARKETING D'ÉTUDE | 36 |
| R2.10 PROJET PERSONNEL ET PROFESSIONNEL | 37 |

S1.01 Mettre en forme le projet d'une organisation

| | |
|--|--|
| Nom de la SAÉ | S1.01 Mettre en forme le projet d'une organisation |
| Compétence ciblée | BC1 : Gérer un projet interne ou externe à l'organisation Niveau 1 : participer à la réalisation d'un projet |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | Produire un document écrit respectant les normes au sein de l'organisation. Rendre compte des travaux réalisés à travers une présentation orale créative, adaptée, en fonction d'une cible et d'un objectif à atteindre. |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | <ul style="list-style-type: none"> • Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet • Générer des idées au sein d'ateliers de créativité • Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet • Communiquer avec les acteurs du projet |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | R1.01 Expression et communication R1.04 Fondamentaux de la comptabilité R1.07 Technologie de l'Information et la communication R1.08 Gestion de projet et management opérationnel |
| Heures formation (dont TP) | 25h (dont 15 h TP) |
| Heures « projet tutoré » | 10 h |
| Types de livrable ou de production | <ul style="list-style-type: none"> • Dossier ou rapport d'étude avec respect d'une charte de communication précise pour la forme du document. • Présentation orale lors d'une simulation de contexte professionnel avec support TIC |
| Semestre | Semestre 1 |

Afin d'articuler les SAÉ avec l'évaluation des compétences à proprement parler, ces livrables et productions seront les traces que l'apprenant mobilisera comme preuve et analysera dans le cadre du portfolio.

La liste d'exemples de SAÉ, proposée ci-dessous, n'est pas exhaustive. Elle a pour objectif d'aider et d'accompagner les équipes pédagogiques, et n'a aucune valeur prescriptive. Ces exemples expliciteront notamment les formes pédagogiques, les modalités d'évaluation, la durée et l'effectif étudiant.

Liste d'exemples de SAÉ :

Exemple 1 : Contacts formalisés avec des organisations

Prendre contact avec des organisations afin de recueillir des appels à projets. Communication par téléphone et par courrier électronique en respectant les normes d'expression dans un contexte professionnel et compte-rendu à l'écrit et à l'oral. Prolongement possible au S2-S3-S4 dans une SAE de réalisation du projet en réponse à la demande

Exemple 2 : Transcription de la demande d'une organisation

À partir d'une demande spécifique d'une organisation, formaliser la présentation du projet proposé. Prendre appui sur des récits de professionnels qui expriment leurs besoins. Au cours de la SAÉ, la production obtenue (de type cahier des charges) est évaluée et amène à défendre la proposition dans une présentation orale argumentée. Celle-ci permet de nourrir le portfolio de l'étudiant. Prolongement possible au S2-S3-S4 dans une SAE de réalisation du projet en réponse à la demande

Exemple 3 : Mise en forme de la planification et des outils de pilotage

Concevoir une planification structurée à partir de la présentation d'un projet dans sa globalité. Il s'agit de structurer les étapes d'un projet afin de concevoir une planification adaptée au pilotage du projet dans le temps (ex. Diagramme de Gantt). En prolongement, paramétrer un outil de communication pour l'équipe projet.

S1.02 Participer au pilotage d'une organisation

| | |
|--|--|
| Nom de la SAÉ | S1.02 Participer au pilotage d'une organisation |
| Compétence ciblée | BC2 : Participer au pilotage interne de l'organisation Niveau 1 : S'insérer dans le pilotage de l'organisation |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | Émettre des recommandations à partir de la problématique d'une organisation. |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | <ul style="list-style-type: none"> • Positionner l'organisation dans son environnement économique • Identifier l'environnement juridique de l'organisation • Caractériser les différentes fonctions de l'organisation • Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | R1.01 Expression Communication R1.02 - R1.03 Langues vivantes R1.04 Fondamentaux de la comptabilité R1.05 Culture juridique R1.06 Économie : Les fondamentaux de l'économie R1.07 Technologie de l'information et de la communication R1.09 Fondamentaux du marketing |
| Heures formation (dont TP) | 25 heures (dont 10 heures TP) |
| Heures « projet tutoré » | 10 heures |
| Types de livrable ou de production | Compte-rendu écrit contenant : <ul style="list-style-type: none"> • Analyse du secteur d'activité, environnement économique et veille concurrentielle (AC Positionner l'organisation dans son environnement économique) • Synthèse des éléments d'identification juridique de l'organisation dans l'optique de résoudre la problématique (AC Identifier l'environnement juridique de l'organisation) • Rédaction d'un prévisionnel budgétaire dans le cadre de la résolution de la problématique de l'organisation (AC Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne) Présenter un communiqué de presse en français et en langue étrangère afin de communiquer sur la recommandation faite à l'organisation. Décliner la communication sur différents supports numériques |
| Semestre | Fin Semestre 1 |

Afin d'articuler les SAÉ avec l'évaluation des compétences à proprement parler, ces livrables et productions seront les traces que l'apprenant mobilisera comme preuve et analysera dans le cadre du portfolio.

L'exemple de SAÉ, proposée ci-dessous, a pour objectif d'aider et d'accompagner les équipes pédagogiques, et n'a aucune valeur prescriptive. Ces exemples expliciteront notamment les formes pédagogiques, les modalités d'évaluation, la durée et l'effectif étudiant.

Un exemple de SAÉ :

Exemple : Jeu de rôle - Conseil à une organisation

À partir de la problématique, proposer des recommandations sur un ou plusieurs élément(s) concernant le pilotage de l'organisation. À partir de l'expression d'une situation professionnelle, les productions sont analysées par l'organisation qui retient les meilleures propositions.

S1.03 Concevoir la stratégie marketing d'une organisation

| | |
|--|--|
| Nom de la SAÉ | S1.03 Concevoir la stratégie marketing d'une organisation |
| Compétence ciblée | BC3 : Concevoir la démarche marketing Niveau 1 : Participer à la démarche marketing |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | <p>Objectif : Établir le diagnostic marketing d'une offre (1 offre produit ou service choisie librement par les étudiants, dans tous secteurs d'activité marchands ou non marchands, en B to C)</p> <p>Tâches authentiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> recueil de données sur le marché, la concurrence, et l'offre visée (données publiques statistiques et études sectorielles, données recueillies dans la presse et en ligne, observation des communications, observations en points de vente...), synthèse des données recueillies sous l'angle du mix marketing et de la marque, diagnostic de l'offre et recommandations (forces - faiblesses - menaces - opportunités). <p>Proposition de mise en œuvre :</p> <ul style="list-style-type: none"> les étudiants travaillent en groupe comme une équipe marketing certaines parties des travaux peuvent être individualisées (ex. soutenance, sous-partie du dossier travaillée individuellement...) l'offre analysée existe déjà sur le marché français |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | <ul style="list-style-type: none"> Identifier les acteurs du marché : producteurs/fabricants, concurrents, distributeurs, consommateurs, influenceurs Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et sur l'entreprise Identifier les composantes du mix produit - prix distribution - communication |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | <p>R 1.01 Expression/Communication R 1.02 - R 1.03 Langues vivantes R1.06 Économie : Les fondamentaux de l'économie R 1.07 Technologie de l'information et de la communication R 1.09 Fondamentaux du marketing</p> |
| Heures formation (dont TP) | 25h (dont 10h TP) |
| Heures « projet tutoré » | 10h |
| Types de livrable ou de production | <ul style="list-style-type: none"> Dossier détaillé (traitement de texte / tableur) Présentation orale en français Synthèse écrite du projet en LVE Présentation orale d'un résumé du projet en LV |
| Semestre | Semestre 1 |

Afin d'articuler les SAÉ avec l'évaluation des compétences à proprement parler, ces livrables et productions seront les traces que l'apprenant mobilisera comme preuve et analysera dans le cadre du portfolio.

L'exemple de SAÉ, proposée ci-dessous, a pour objectif d'aider et d'accompagner les équipes pédagogiques, et n'a aucune valeur prescriptive. Ces exemples expliciteront notamment les formes pédagogiques, les modalités d'évaluation, la durée et l'effectif étudiant.

Un exemple de SAÉ :

Exemple : Créer une « brand review »

Mettre en œuvre les compétences de diagnostic et de synthèse de données en tant qu'assistant(e) chef de produit ou marketing dans le cadre d'une revue marketing (brand review). Élaborer une restitution écrite et orale de cette revue dans le cadre d'une réunion de service.

S1.04 Identifier les compétences professionnelles

| | |
|--|--|
| Nom de la SAÉ | S1.04 Identifier les compétences professionnelles |
| Compétence ciblée | BC2 : Participer au pilotage interne de l'organisation Niveau 1 : S'insérer dans le pilotage de l'organisation |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | Analyser des compétences présentes dans une organisation en prenant appui sur des outils d'un service RH (ex. fiche de poste, bilan de compétence) |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation • Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | R1.01 Expression communication R1.07 Technologie de l'information et de la communication R1.08 Gestion de projet et management opérationnel R1.10 PPP |
| Heures formation (dont TP) | 10h (dont 10h TP) |
| Heures « projet tutoré » | 10h |
| Types de livrable ou de production | <ul style="list-style-type: none"> • Fiche métier à compléter • Représentation graphique (des compétences, des traits de personnalité...) • Réalisation d'une analyse construite et réfléchie sur soi-même • Construction d'un document pouvant être valorisé en situation d'entretien professionnel ou de poursuite d'études. |
| Semestre | Semestre 1 |

Afin d'articuler les SAÉ avec l'évaluation des compétences à proprement parler, ces livrables et productions seront les traces que l'apprenant mobilisera comme preuve et analysera dans le cadre du portfolio.

La liste d'exemples de SAÉ, proposée ci-dessous, n'est pas exhaustive. Elle a pour objectif d'aider et d'accompagner les équipes pédagogiques, et n'a aucune valeur prescriptive. Ces exemples expliciteront notamment les formes pédagogiques, les modalités d'évaluation, la durée et l'effectif étudiant.

Liste d'exemples de SAÉ :

Exemple 1 : Du bilan de compétences au réseau professionnel

Après une analyse de poste dans une organisation, utiliser les techniques du bilan de compétences pour définir les atouts dans un secteur professionnel concerné. Comparer ses aptitudes avec les exigences de différents secteurs d'activité et identifier les acteurs clés en vue de développer son réseau (à l'aide notamment d'outils numériques comme les réseaux sociaux professionnels). Cette SAÉ se prolonge dans le cadre de la R1.10 PPP où l'étudiant sera invité à produire une réflexion sur ses forces et faiblesses et ses préférences professionnelles.

Exemple 2 : La mise en forme des compétences par la fiche de poste simplifiée à remplir

Prendre contact avec des professionnels experts afin de cerner les compétences à développer en matière de gestion de projet. À partir des informations recueillies, compléter une fiche de poste. La SAÉ est évaluée au regard de la démarche appliquée et du respect des consignes de mise en forme. Cette SAÉ peut être préparatoire au bloc spécifique du BUT 2 "participer au pilotage RH de l'organisation". Cette SAÉ se prolonge dans le cadre de la R1.10 PPP où l'étudiant sera invité à produire une réflexion sur ses forces et faiblesses et ses préférences professionnelles.

R1.01 Expression et communication

| | | |
|--|--|--|
| Nom de la ressource | R1.01 Expression et communication | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet • Participer à des ateliers de créativité • Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet • Compléter les outils de suivi • Communiquer avec les acteurs du projet | <ul style="list-style-type: none"> • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives |
| SAÉ concernée(s) | S1.01 Mettre en forme le projet d'une organisation S1.02 Participer au pilotage d'une organisation S1.03 Concevoir la stratégie marketing d'une organisation S1.04 Identifier les compétences professionnelles | |
| Prérequis | Être capable de cerner les informations essentielles de documents écrits et d'en rédiger un résumé. Avoir une maîtrise suffisante de la langue française (C1-C2 souhaitable) | |
| Descriptif détaillé | <p>La ressource Expression et communication regroupe les techniques d'expression écrite et orale. À ce stade de la formation, il s'agira, pour les étudiants, de connaître les éléments de base de la communication. Ainsi, les étudiants devront, à travers différents supports de communication, atteindre les compétences ci-dessous, en respectant les codes de la communication orale et écrite. Ce descriptif détaillé, non exhaustif, correspond à des points d'ancrage, pouvant être complété, afin de permettre aux étudiants d'acquérir les compétences visées et d'élargir leur culture générale.</p> <p>Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développer un regard critique vis-à-vis des sources d'information (BC2) (Éducation aux médias et à l'information), • Hiérarchiser les informations à disposition (BC2), • Élaborer une revue de presse et traiter l'actualité (BC2), • Mener un entretien, une interview (BC1), • Recueillir des récits à travers une prise de notes efficace (BC1), • Rédiger un compte-rendu (BC1), • Argumenter une idée (BC1), • Tenir une posture adaptée à la situation et aux interlocuteurs (BC1) (maîtrise de la communication non-verbale), • Maîtriser son discours par une communication verbale et un registre de langage cohérent (BC1). | |
| Mots clés | Écrits professionnels - notes - synthèse - courrier électronique - communiqué de presse - revue de presse - courrier - résumé - compte-rendu - communication verbale et non verbale - prise de parole | |
| Heures de formation (dont TP) | 20 h (dont 10h TP) | |

| | | |
|---|---|--|
| Nom de la ressource | R1.02 Langue vivante 1 – Anglais des affaires | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer avec les acteurs du projet • Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet • Participer à des ateliers de créativité • Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation • Positionner l'organisation dans son environnement économique • Caractériser les différentes fonctions de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives |
| SAÉ concernée(s) | S1.02 Participer au pilotage d'une organisation S1.03 Concevoir la stratégie marketing d'une organisation Prérequis à S2.01 Participer à la réalisation d'un projet | |
| Prérequis | Niveau B1 – Anglais général | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Résumer un document écrit, audio ou audiovisuel, • Synthétiser une recherche documentaire simple, • Rédiger une note de synthèse, • Présenter et argumenter une idée simple, • Présenter une organisation et son environnement (entreprise, association...), • Communiquer des résultats (données chiffrées, exploitation de graphique simple), • S'exprimer de manière structurée à l'écrit et à l'oral, • Repérer les impacts des différences culturelles dans des organisations à portée internationale, • Assimiler le vocabulaire lié au monde de l'entreprise. Activités proposées : <ul style="list-style-type: none"> • Compréhension écrite (compréhension de la presse généraliste sur des thématiques liées à l'actualité et au développement durable), • Compréhension orale (écoute et visionnage de documents authentiques à visée professionnelle, économique et commerciale), • Expression écrite (rédaction de synthèse et/ou compte-rendu, rédaction de dialogue, description de support de communication), • Expression orale continue (exposé de présentation d'entreprise, description de support de communication), • Expression orale en interaction (présentation de dialogues professionnels, mise en situation et jeu de rôles), • Approche des aspects culturels et des affaires du monde anglophone. | |
| Mots clés | Interculturalité – Synthèse – Presse internationale – Présentation entreprise – Mise en situation - Interactions orales– Business English | |
| Heures de formation (dont TP) | 30h (dont 15h TP) | |

| | | |
|---|--|--|
| Nom de la ressource | R1.03 Langue vivante 2 | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer avec les acteurs du projet • Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet • Participer à des ateliers de créativité • Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation • Positionner l'organisation dans son environnement économique • Caractériser les différentes fonctions de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives |
| SAÉ concernée(s) | S1.02 Participer au pilotage d'une organisation S1.03 Concevoir la stratégie marketing d'une organisation Prérequis à S2.01 Participer à la réalisation d'un projet | |
| Prérequis | Niveau B1 CECRL | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Résumer un document écrit, audio ou audiovisuel, • Synthétiser une recherche documentaire simple, • Rédiger une note de synthèse, • Présenter et argumenter une idée simple, • Présenter une organisation et son environnement (entreprise, association...), • Communiquer des résultats (données chiffrées, exploitation de graphique simple), • S'exprimer de manière structurée à l'écrit et à l'oral, • Repérer les impacts des différences culturelles dans des organisations à portée internationale, • Assimiler le vocabulaire lié au monde de l'entreprise. Activités proposées : <ul style="list-style-type: none"> • Compréhension écrite (compréhension de la presse généraliste sur des thématiques liées à l'actualité et au développement durable), • Compréhension orale (écoute et visionnage de documents authentiques à visée professionnelle, économique et commerciale), • Expression écrite (rédaction de synthèse et/ou compte-rendu, rédaction de dialogue, description de support de communication), • Expression orale continue (exposé de présentation d'entreprise), • Expression orale en interaction (présentation de dialogues professionnels, mise en situation et jeu de rôles), • Approche des aspects culturels et des affaires de l'environnement de la langue vivante concernée. | |
| Mots clés | interculturalité – synthèse – presse internationale – présentation entreprise – mise en situation - interactions orales – langue des affaires | |
| Heures de formation (dont TP) | 20h (dont 10h TP) | |

R1.04 Fondamentaux de la comptabilité

| | | |
|---|---|--|
| Nom de la ressource | R1.04 Fondamentaux de la comptabilité | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lire un budget et respecter le cadrage • Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise |
| SAÉ concernée(s) | S1.01 Mettre en forme le projet d'une organisation S1.02 Participer au pilotage d'une organisation | |
| Prérequis | Calculs et compréhension des pourcentages | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre l'approche simplifiée du bilan et du compte de résultat à travers les notions d'emplois et de ressources (BC2), • Produire une information pertinente à partir De la logique emplois/ressources aux écritures comptables : plan comptable, écritures courantes sans TVA, notion d'amortissement (BC2), • Appliquer un système d'organisation comptable (des écritures au grand-livre, à la balance et aux documents de synthèse) et appliquer des principes comptables (prudence, coût historique, séparation des exercices...) - (BC2 et BC3), • Enregistrer des opérations courantes (factures, achats, ventes, TVA) - (BC2), • Etablir un budget prévisionnel –Recettes et dépenses réalisées - Différences avec trésorerie et compte de résultat (BC1), • Identifier et calculer un solde / des écarts (BC1). | |
| Mots clés | emplois/ressources -débit/crédit - produits/charges - recettes/dépenses - trésorerie - TVA - résultat -bilan - budget | |
| Heures de formation (dont TP) | 30h (aucune heure TP) | |

R1.05 Culture juridique

| | | |
|--|---|---------------------|
| Nom de la ressource | R1.05 Culture juridique | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lire un budget et respecter le cadrage | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier l'environnement juridique de l'organisation | |
| SAÉ concernée(s) | S1.02 Participer au pilotage d'une organisation | |
| Prérequis | Aucun | |
| Descriptif détaillé | <p>Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaître l'environnement juridique des organisations : distinguer la règle de droit des autres règles de la vie sociale, • Identifier les branches du droit applicables à une situation donnée, • Distinguer les sources nationales et internationales du droit, • Savoir mettre en œuvre les différentes règles, • Identifier les personnes et les biens au service de l'organisation, • Comprendre les modes de règlement des litiges, • Distinguer et déterminer les compétences des différentes juridictions nationales et européennes, • Repérer la juridiction compétente dans un litige donné, • Identifier les différentes sources d'obligations, • Analyser la validité d'un contrat. | |
| Mots clés | finalités du droit - branches du droit - sources nationales et internationales du droit - biens - personnes - modes contentieux et alternatifs de règlement des litiges - juridictions - personnel de justice - actes et faits juridiques - preuve - responsabilité civile et droit commun des contrats | |
| Heures de formation (dont TP) | 30h (aucune heure TP) | |

| | | |
|---|--|---------------------|
| Nom de la ressource | R1.06 Économie : Les fondamentaux de l'économie | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| | Participer au pilotage interne de l'organisation | |
| Apprentissages critiques | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Positionner l'organisation dans son environnement économique | |
| SAÉ concernée(s) | S1.02 Participer au pilotage d'une organisation S1.03 Concevoir la stratégie marketing d'une organisation | |
| Prérequis | Aucun | |
| Descriptif détaillé | <p>L'objectif de cette ressource est de fournir les éléments nécessaires à la compréhension de l'environnement économique à différentes échelles (micro, macro). Cette ressource permet à l'étudiant d'être capable d'identifier les acteurs économiques, de mettre en évidence l'influence de l'environnement sur une entreprise, de comprendre les liens entre les différents acteurs, de comprendre les mécanismes fondamentaux de base.</p> <p>Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> Situer les principales théories et leurs auteurs, Connaître les principaux acteurs économiques et leurs relations, Comprendre les mécanismes économiques fondamentaux (le circuit, le marché), premières approches micro économiques et macro-économiques, Découvrir les enjeux du développement durable et des grandes thématiques (réchauffement climatique, eau, pollution..), Mesurer la croissance et des indicateurs alternatifs, Être capable de rattacher l'entreprise à son environnement économique (approche systémique). | |
| Mots clés | théories économiques - acteurs économiques - PIB - Croissance - circuit/marché - micro/macro - enjeux du développement durable | |
| Heures de formation (dont TP) | 30h (aucune heure TP) | |

| | | |
|--|---|--|
| Nom de la ressource | R1.07 Technologie de l'information et de la communication | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet Compléter les outils de suivi Communiquer avec les acteurs du projet | <ul style="list-style-type: none"> Positionner l'organisation dans son environnement économique Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives |
| SAÉ concernée(s) | S1.01 Mettre en forme le projet d'une organisation S1.02 Participer au pilotage d'une organisation S1.03 Concevoir la stratégie marketing d'une organisation S1.04 Identifier les compétences professionnelles Prérequis à S2.02 Participer au pilotage d'une organisation | |
| Prérequis | Aucun | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> Mettre en oeuvre une recherche sur l'Internet en exploitant les fonctions avancées des moteurs de recherche, Sélectionner les informations pertinentes, de manière critique, parmi les nombreux résultats d'une requête, par une évaluation de la qualité et de la fiabilité de la source , Mettre en place une veille d'information, un traitement du flux de données et une curation, Prendre en compte le droit d'auteur et les divers types de licences logicielles, Mettre en forme des documents textuels avancés (structuration, séparation de la forme et du contenu, intégration d'illustrations ou de tableaux) par l'utilisation d'un traitement de textes en respectant une charte graphique précise, Soutenir une présentation orale à l'aide d'un support de PréAO, Créer des documents interopérables par l'utilisation de formats de fichiers ouverts, Partager des documents (mise à disposition en ligne, édition en ligne, gestion de versions et révisions, droits et conflits d'accès) pour permettre un travail collaboratif, Gérer les fichiers produits (arborescence, systèmes de fichier, compression), et assurer leur sécurité et leur pérennité (sauvegarde, archivage, chiffrement, prise en compte des malware et de leur mode d'action), Utiliser des outils de communication en prenant en compte les problématiques du respect de la vie privée, de confidentialité, l'ouverture des protocoles de communication, la netiquette. Différentes modalités peuvent être mises en oeuvre : <ul style="list-style-type: none"> Mise en forme d'un document rédigé dans le cadre d'une autre ressource ou d'une SAÉ, Recherches sur des thèmes liés aux compétences abordées dans cette ressource, Réalisation d'un support de présentation pour partager le résultat de ces recherches. | |
| Mots clés | traitement de texte - PréAO - recherche sur Internet - travail collaboratif - gestion et sécurité des fichiers | |
| Heures de formation (dont TP) | 20h (dont 20h de TP) | |

R1.08 Gestion de projet et management opérationnel

| | | |
|---|--|---------------------|
| Nom de la ressource | R1.08 Gestion de projet et management opérationnel | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | | |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer avec les acteurs du projet • Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet • Lier des éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet • Participer à des ateliers de créativité • Compléter les outils de suivi • Lire un budget et respecter le cadrage • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation | | |
| SAÉ concernée(s) | S1.01 Mettre en forme le projet d'une organisation S1.04 Identifier les compétences professionnelles Prérequis à S2.01 Participer à la réalisation d'un projet | |
| Prérequis | Aucun | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Étudier la notion de projet (définition, contexte, enjeux, étapes, parties prenantes, équilibre des contraintes, évaluation des risques, actions préventives et solutions alternatives), • Définir des objectifs et des livrables, • Mettre en œuvre l'idéation (les techniques de créativité, collaboration autour d'une idée, brainstorming, carte mentale, méthodes interprétatives, analyse défautologique, analyse de la valeur), • Structurer le projet (note de cadrage, cahier des charges avec objectifs quantitatifs et qualitatifs, analyse/proposition des actions majeures et identifications des principales ressources utiles, organisation et découpage, phases, processus, planification, budgétisation éventuelle), • Découvrir des outils de la gestion de projet (organigramme des tâches, tableau de répartition des tâches, diagramme de Gantt, PERT, tableau, outils collaboratifs, matrice de risques), • Constituer une équipe projet (notion de groupe social et d'équipe projet, rôle et comportement au sein d'un groupe, notion de chef de projet, de maître d'ouvrage, de maîtrise d'œuvre), • Finaliser un projet (évaluation et atteinte des objectifs, notion de performance, bilan d'expérience, rapport de fin de projet, clôture partielle ou définitive du projet). | |
| Mots clés | Projet - mode projet - coût - qualité - délai - objectifs - performance - tâches - OT - TRT - livrables - maîtrise d'ouvrage (MOA) - maîtrise d'œuvre (MOE) - collaboratif - cahier des charges - note de cadrage - pilotage - planning - créativité - innovation - carte mentale - contraintes - budget - management d'équipe - chef de projet | |
| Heures de formation (dont TP) | 20h (dont 10h TP) | |

| | | |
|---|---|---|
| Nom de la ressource | R1.09 Fondamentaux du Marketing | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Participer à des ateliers de créativité | <ul style="list-style-type: none"> Positionner l'organisation dans son environnement économique Caractériser les différentes fonctions de l'organisation Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> Identifier les acteurs du marché Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière Identifier les composantes du mix produit - prix - distribution - communication |
| SAÉ concernée(s) | S1.02 Participer au pilotage d'une organisation S1.03 Concevoir la stratégie marketing d'une organisation | |
| Prérequis | Aucun | |
| Descriptif détaillé | <p>Cette première ressource en marketing aborde des notions structurantes qui seront mobilisées et approfondies sur les 3 années du BUT GACO.</p> <p>Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> Appréhender la créativité marketing (BC1) Repérer les segments sur un marché donné (BC2) Caractériser les différentes fonctions de l'organisation : caractériser les métiers du marketing et leur rôle dans l'organisation (BC2) Repérer le lien entre démarche responsable de l'organisation et impact sur l'image de marque (BC2) Repérer les avantages en termes d'image de la composante RH (BC2) Situer la fonction marketing (BC2) Identifier la demande sur un marché (BC3) Qualifier l'offre (BC3) Analyser l'influence de l'environnement de marché (consommateurs, distributeurs, concurrents...) (BC3) Comprendre les concepts de base de la démarche marketing (BC3) Décrire les éléments du mix marketing d'une organisation (BC3) <p>Descriptif du contenu de la ressource :</p> <ul style="list-style-type: none"> Le marketing et sa place dans les organisations (définir le marketing, valeur marketing et valeur économique, les métiers du marketing, le rôle du marketing dans les organisations, les acteurs du marché, les enjeux éthiques du marketing, la créativité en marketing) Les trois grands domaines de la démarche marketing (Marketing d'étude, Marketing stratégique : approche SCP, Marketing opérationnel) Le comportement du consommateur (les variables psychologiques, les variables socio-culturelles, les facteurs situationnels, le processus de prise de décision) Les nouvelles tendances de consommation : la consommation responsable... La démarche d'analyse du marché (demande, offre, environnement) | |
| Mots clés | Ciblage – comportement du consommateur – fonction marketing – marché – marketing – marketing éthique – marketing d'étude – marketing opérationnel – marketing stratégique – positionnement – segmentation – valeur perçue | |
| Heures de formation (dont TP) | 30h (aucune heure TP) | |

R1.10 Projet Personnel et Professionnel

| | | |
|--|--|--|
| Nom de la ressource | R1.10 Projet Personnel et Professionnel | |
| Semestre | Semestre 1 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet • Participer à des ateliers de créativité • Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation • Caractériser les différentes fonctions de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les acteurs du marché |
| SAÉ concernée(s) | S1.04 Identifier les compétences professionnelles | |
| Prérequis | Bases orthographiques et syntaxiques en français (niveau C1 voire C2) Bases en recherche documentaire et utilisation du traitement de texte | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Découvrir le référentiel par compétences de la formation BUT et de son intérêt pour construire son parcours de formation et son projet professionnel, • Mettre en place une démarche méthodologique de rédaction du portfolio avec un accompagnement transversal et multidisciplinaire, • Mettre en lien les problématiques de développement durable avec l'évolution des métiers qui en résulte, ainsi qu'avec le territoire, • Identifier les différents secteurs d'activité, les métiers, les fonctions associées liés à la formation « gestion administrative et commerciale » (exemples d'activités : recherche documentaire, étude des fiches ROME, élaboration de fiches métiers...), • Appréhender son profil professionnel (exemples : connaissance de soi, centres d'intérêt, personnalité, savoirs, savoir-faire et savoir-être...), • Initier son projet professionnel (exemples : C.V., lettre de motivation, portefeuille d'expériences et de compétences, réseau professionnel ...). | |
| Mots clés | compétences - savoir/savoir-faire/savoir-être - portfolio - réflexivité - métiers - projet - expériences - tests - C.V. | |
| Heures de formation (dont TP) | 10h (dont 10h TP) | |

S2.01 Participer à la réalisation d'un projet

| | |
|--|---|
| Nom de la SAÉ | S2.01 Participer à la réalisation d'un projet |
| Compétence ciblée | BC1 : Gérer un projet interne ou externe à l'organisation Niveau 1 : participer à la réalisation d'un projet |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | À partir d'un contexte professionnel, participer à la formulation de propositions en réponse au besoin exprimé. |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer avec les acteurs du projet • Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés • Générer des idées au sein d'ateliers de créativité |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | R2.01 Expression et communication R2.02 – R2.03 Langues vivantes R2.07 Traitement de l'information R2.10 Projet personnel et professionnel Prérequis R 1.08 Gestion de projet et management opérationnel |
| Heures formation (dont TP) | 15 heures (aucune heure TP) |
| Heures « projet tutoré » | 15 heures |
| Types de livrable ou de production | Rapport de projet exposant la démarche et les résultats détaillés de l'analyse (en français et/ou en LV) et pouvant être appuyée d'une restitution finale orale. |
| Semestre | Semestre 2 |

Afin d'articuler les SAÉ avec l'évaluation des compétences à proprement parler, ces livrables et productions seront les traces que l'apprenant mobilisera comme preuve et analysera dans le cadre du portfolio.

La liste d'exemples de SAÉ, proposée ci-dessous, n'est pas exhaustive. Elle a pour objectif d'aider et d'accompagner les équipes pédagogiques, et n'a aucune valeur prescriptive. Ces exemples expliciteront notamment les formes pédagogiques, les modalités d'évaluation, la durée et l'effectif étudiant.

Liste d'exemples de SAÉ :**Exemple 1 : Participer à un atelier de créativité – « Hackathon des idées »**

À partir de la problématique d'une organisation, proposer des solutions innovantes dans un temps donné. Faire émerger des solutions innovantes en utilisant les techniques de créativité proposées. La SAÉ se termine par l'exposé des solutions devant un évaluateur ou un jury. L'atelier amène le groupe à réaliser une représentation de la solution proposée. Celle-ci permet de nourrir le portfolio de l'étudiant.

Exemple 2 : Réponse à un appel à projet

À partir d'un appel à projet, constituer un dossier de candidature qui prouve la bonne compréhension des enjeux du projet et l'identification des parties prenantes (à travers une forme variée de supports : illustrations, cartographie, description, schémas, etc.). Le dossier intègre une lettre d'intention individuelle précise son engagement et sa contribution. Prolongement possible au S2 dans la réalisation du projet transverse.

S2.02 Participer au pilotage d'une organisation

| | |
|--|--|
| Nom de la SAÉ | S2.02 Participer au pilotage d'une organisation |
| Compétence ciblée | BC2 : Participer au pilotage interne de l'organisation Niveau 1 : S'insérer dans le pilotage de l'organisation niveau initial |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | Étudier la gestion d'une organisation et mettre en œuvre des compétences budgétaires, marketing, sociales et de communication, pour prendre des décisions stratégiques et en voir les conséquences sur leur marché. |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | <ul style="list-style-type: none"> • Positionner l'organisation dans son environnement économique • Identifier l'environnement juridique de l'organisation • Caractériser les différentes fonctions de l'organisation • Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | R 2.01 Expression/Communication R 2.02 – R 2.03 Langues vivantes R 2.04 Pilotage comptable des organisations R 2.05 Droit de l'entreprise R 2.06 Économie, organisations et développement durable R 2.07 Traitement de l'information R 2.08 Management des organisations R 2.09 Marketing d'études Prérequis R 1.07 Technologies de l'Information et de la Communication |
| Heures formation (dont TP) | 15 heures (dont 10 h TP) |
| Heures « projet tutoré » | 15 heures |
| Types de livrable ou de production | Dossiers abordant les différents aspects du pilotage de l'organisation : Communication/marketing sur la création de l'image de l'entreprise et son positionnement - Dossier budgétaire - trésorerie - Conception d'un support à la présentation orale. |
| Semestre | Semestre 2 |

Afin d'articuler les SAÉ avec l'évaluation des compétences à proprement parler, ces livrables et productions seront les traces que l'apprenant mobilisera comme preuve et analysera dans le cadre du portfolio.

La liste d'exemples de SAÉ, proposée ci-dessous, n'est pas exhaustive. Elle a pour objectif d'aider et d'accompagner les équipes pédagogiques, et n'a aucune valeur prescriptive. Ces exemples expliciteront notamment les formes pédagogiques, les modalités d'évaluation, la durée et l'effectif étudiant.

Liste d'exemples de SAÉ :

Exemple 1 : Préconiser des actions de pilotage de l'organisation - Business Game / Jeu sérieux

Mise en situation de gestion d'une entreprise, d'un point de vente ou toute autre organisation, par le biais d'un business game/jeu sérieux, dans l'objectif de prendre des décisions stratégiques : fixer un prix, accorder des délais aux clients, acheter des matières premières, fixer le montant de publicité, réfléchir aux ressources humaines de l'organisation...

Exemple 2 : Étude de cas

Étude d'un cas de gestion d'une organisation en situation professionnelle, pour répondre à une problématique proposée.

Exemple 3 : Automatiser des outils de pilotage dans un tableau de bord

Dans un contexte professionnel, compiler des informations de gestion dans un tableau de bord automatisé. Le document informatisé permettra de représenter le pilotage de l'organisation dans le temps avec des indicateurs de gestion. Repérer les tendances et points d'amélioration. Défendre quelques actions de pilotage permettant de corriger la situation observée.

S2.03 Mener une étude marketing

| | |
|--|--|
| Nom de la SAÉ | S2.03 Mener une étude marketing |
| Compétence ciblée | BC3 : Concevoir la démarche marketing Niveau 1 : Participer à la démarche marketing |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | <p>Objectif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mener une étude qualitative ou quantitative, en réponse à une problématique posée initialement (Dans tous secteurs d'activité B to B et B to C, secteurs marchands et non marchands, collectivités locales...), • Répondre aux diverses demandes du commanditaire. <p>Situation professionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situation d'un assistant marketing, ou d'un chargé d'études, ou d'un entrepreneur, • Concevoir, administrer et analyser les résultats d'une enquête marketing (enquête d'image, notoriété, satisfaction, positionnement, potentialité, faisabilité, • Présenter les résultats de l'enquête et faire des préconisations. <p>Tâches authentiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyser la problématique initiale communiquée (possiblement en partenariat avec une organisation), • Déterminer la méthode de recherche permettant de répondre à la problématique, et justification du choix méthodologique (étude documentaire, interviews, focus groupes, questionnaires...), • Mettre en place une étude permettant de répondre à la problématique, • Analyser des résultats en réponse à la problématique initiale. |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives Identifier les acteurs du marché |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | R2.01 Expression et communication R2.02 – R2.03 Langues vivantes R2.07 Traitement de l'information R2.09 Marketing d'études |
| Heures formation (dont TP) | 25 heures (dont 10h TP) |
| Heures « projet tutoré » | 15 heures |
| Types de livrable ou de production | <ul style="list-style-type: none"> • Conception – Administration – Traitement des données et analyse : • Rapport d'étude/ d'enquête (traitement de texte/tableur) • Présentation orale en français • Synthèse écrite du projet en LVE • Présentation orale d'un résumé du projet en LVE |
| Semestre | Semestre 2 |

Afin d'articuler les SAÉ avec l'évaluation des compétences à proprement parler, ces livrables et productions seront les traces que l'apprenant mobilisera comme preuve et analysera dans le cadre du portfolio.

La liste d'exemples de SAÉ, proposée ci-dessous, n'est pas exhaustive. Elle a pour objectif d'aider et d'accompagner les équipes pédagogiques, et n'a aucune valeur prescriptive. Ces exemples expliciteront notamment les formes pédagogiques, les modalités d'évaluation, la durée et l'effectif étudiant.

Liste d'exemples de SAÉ :

Exemple 1 : Étude de la concurrence

En relation avec une organisation, réaliser un diagnostic de la concurrence, par une étude documentaire et une analyse de la zone de chalandise, en vue de faire des recommandations.

Exemple 2 : Etude de marché et interculturalité

Réaliser une analyse comparée des habitudes de consommation (une étude du marché en lien avec les activités économiques du territoire et/ou à l'international) qui peut amener à réaliser un travail d'enquête pour une organisation.

Exemple 3 : Mener une étude qualitative et/ou quantitative

Mener en équipe une étude qualitative et/ou quantitative de la conception de(s) outil(s) de collecte jusqu'à l'analyse des données collectées et la formulation de préconisations à une organisation. Pour l'étude qualitative : identifier les critères de satisfaction des clients afin de cerner les habitudes de consommation - réaliser des entretiens (individuels et/ou de groupe) afin de collecter des discours à analyser. Pour l'étude quantitative : construire et administrer un questionnaire ayant pour but d'analyser l'image perçue d'une organisation/marque et identifier les éventuels axes d'amélioration.

S2.04 Réaliser le diagnostic managérial d'une organisation

| | |
|--|---|
| Nom de la SAÉ | S2.04 Réaliser le diagnostic managérial d'une organisation |
| Compétence ciblée | BC2 : Participer au pilotage interne de l'organisation Niveau 1 : S'insérer dans le pilotage de l'organisation niveau initial |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | Dans le cadre d'une veille informationnelle, réaliser un diagnostic d'une organisation afin de la positionner dans son environnement professionnel. Problématique : Comment mieux identifier l'organisation et son environnement afin d'établir un diagnostic dans le cadre de changements stratégiques |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | <ul style="list-style-type: none"> • Positionner l'organisation dans son environnement économique • Identifier l'environnement juridique de l'organisation • Caractériser les différentes fonctions de l'organisation • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | R 2.01 Expression et communication R 2.02 ou R 2.03 Langues vivantes R 2.05 Droit de l'entreprise R 2.06 Économie, organisations et développement durable R 2.07 Traitement de l'information R 2.08 Management des organisations |
| Heures formation (dont TP) | 15h (dont 10 h TP) |
| Heures « projet tutoré » | 15h |
| Types de livrable ou de production | <ul style="list-style-type: none"> • Dossier écrit contenant la présentation de la ou les entreprises visitées. Mise en évidence des particularités de l'entreprise en matière de gestion des ressources (humaines, financières...), de management des organisations, réponse à une problématique • Présentation orale du projet par l'équipe, éléments de communication à destination de publics différents (syndicats, jeunes...) |
| Semestre | Semestre 2 |

Afin d'articuler les SAÉ avec l'évaluation des compétences à proprement parler, ces livrables et productions seront les traces que l'apprenant mobilisera comme preuve et analysera dans le cadre du portfolio.

La liste d'exemples de SAÉ, proposée ci-dessous, n'est pas exhaustive. Elle a pour objectif d'aider et d'accompagner les équipes pédagogiques, et n'a aucune valeur prescriptive. Ces exemples expliciteront notamment les formes pédagogiques, les modalités d'évaluation, la durée et l'effectif étudiant.

Liste d'exemples de SAÉ :

Exemple 1 : L'entreprise d'hier à aujourd'hui - innovation managériale

En relation avec une entreprise de son territoire, mener une réflexion sur les différents types de management en justifiant les choix de l'organisation. Apporter un regard sur l'évolution des techniques de management avec l'évolution des environnements de l'organisation. Réaliser une présentation critique des innovations managériales engagées.

Exemple 2 : Déclinaison du management à l'international

À l'appui d'une organisation opérant à l'international, identifier les adaptations managériales qui se sont imposées. Justifier chacune d'elle prenant appui sur un diagnostic.

Exemple 3 : Développement durable et management

Dans le cadre d'un jeu de rôles, les participants sont responsables d'une organisation qui a décidé d'appliquer une démarche de développement durable. Il s'agit pour eux d'identifier les parties prenantes (consommateurs, fournisseurs, collectivités locales, voisins, etc.), de comprendre leurs attentes sur les aspects du développement durable et proposer des améliorations du management de l'organisation.

S2.05 Projet transverse S2

| | |
|--|--|
| Nom de la SAÉ | S2.05 Projet transverse S2 |
| Compétence ciblée | <p>BC1 : Gérer un projet interne ou externe à l'organisation Niveau 1 : participer à la réalisation d'un projet</p> <p>BC2 : Participer au pilotage interne de l'organisation Niveau 1 : S'insérer dans le pilotage de l'organisation niveau initial</p> <p>BC3 : Concevoir la démarche marketing Niveau 1 : Participer à la démarche marketing</p> |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | Proposer un livrable en relation à un cahier des charges d'une organisation commanditaire. La démarche projet qui en découle prévaut sur la réalisation. Le projet peut se limiter à quelques étapes et permettre la continuation des actions aux semestres suivants. |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | <p>Participer à la réalisation d'un projet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer avec les acteurs du projet • Compléter les outils de suivi • Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés • Lire un budget et respecter le cadrage • Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet <p>Participer au pilotage interne de l'organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Positionner l'organisation dans son environnement économique • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation <p>Concevoir la démarche marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise • Identifier les acteurs du marché • Utiliser les outils de l'étude de marché |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | Ensemble des ressources de S1 et S2, plus ou moins mobilisées en fonction de la problématique du projet |
| Heures formation (dont TP) | 0 heure |
| Heures « projet tutoré » | 45 heures |
| Types de livrable ou de production | Rapport de projet en bonne et due forme exposant la démarche et présentation orale de tout ou partie du livrable |
| Semestre | Semestre 2 |

Afin d'articuler les SAÉ avec l'évaluation des compétences à proprement parler, ces livrables et productions seront les traces que l'apprenant mobilisera comme preuve et analysera dans le cadre du portfolio.

L'exemple de SAÉ a pour objectif d'aider et d'accompagner les équipes pédagogiques, et n'a aucune valeur prescriptive. Elle explique notamment les formes pédagogiques, les modalités d'évaluation, la durée et l'effectif étudiant.

Exemple : Soutien à une organisation

Une organisation envisage par exemple une manifestation dont les objectifs sont à la fois communicationnels et financiers. Communiquer efficacement avec l'association, participer à la mise en œuvre d'outils de planification et de communication interne et externe, réaliser un prévisionnel budgétaire, anticiper des besoins notamment logistiques, proposer des actions de promotion innovantes...

S2.06 Stage BUT 1

| | |
|--|--|
| Nom de la SAÉ | S2.06 Stage BUT 1 |
| Compétence ciblée | <p>BC1 : Gérer un projet interne ou externe à l'organisation Niveau 1 : participer à la réalisation d'un projet</p> <p>BC2 : Participer au pilotage interne de l'organisation Niveau 1 : S'insérer dans le pilotage de l'organisation niveau initial</p> <p>BC3 : Concevoir la démarche marketing Niveau 1 : Participer à la démarche marketing</p> |
| Description des objectifs de la SAÉ et de la problématique professionnelle associée | Dans le cadre d'un stage de minimum 4 semaines dans une organisation (entreprise, association, administration...), les étudiants doivent appréhender leur environnement professionnel : d'un point de vue juridique, humain, économique, commercial, comptable, financier.... |
| Apprentissage(s) critique(s) couvert(s) | Tous les apprentissages critiques du semestre 2 peuvent être concernés en fonction du contenu du stage |
| Liste des ressources mobilisées et combinées | <p>R2.01 Expression et communication R2.02 – R2.03 Langues vivantes R2.04 Pilotage comptable des organisations R2.05 Droit de l'entreprise R2.06 Économie, organisations et développement Durable R2.07 Traitement de l'information R2.08 Management des organisations R2.09 Marketing d'études R2.10 Projet personnel et professionnel</p> |
| Heures formation (dont TP) | |
| Heures « projet tutoré » | |
| Types de livrable ou de production | Tout document permettant de rendre compte de l'expérience vécue. |
| Semestre | semestre 2 |

R2.01 Expression et communication

| | | |
|--|--|---|
| Nom de la ressource | R2.01 Expression et communication | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés | <ul style="list-style-type: none"> Caractériser les différentes fonctions de l'organisation Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> Identifier les acteurs du marché Identifier les composantes du mix produit - prix - distribution - communication |
| SAÉ concernée(s) | S2.01 Participer à la réalisation d'un projet S2.02 Participer au pilotage d'une organisation S2.03 Mener une étude marketing S2.04 Réaliser le diagnostic managérial d'une organisation | |
| Prérequis | R1.01 Expression – Communication | |
| Descriptif détaillé | <p>La ressource Expression et communication regroupe les techniques d'expression écrite et orale. L'enjeu pour les apprenants est d'appréhender la diversité des productions professionnelles et d'en maîtriser les codes de présentation. En outre, il convient ici de développer les capacités de communication interpersonnelle dans un contexte professionnel. Les éléments ci-dessous constituent une liste non-exhaustive pouvant être complétée par des thématiques diversifiées en lien avec les apprentissages critiques.</p> <p>Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> Interpréter des résultats (BC1), Dynamiser la présentation des résultats (BC1), Développer son pouvoir de conviction (débat, réunion...) (BC2), Adopter une posture favorable à la prise de décision (BC2), Produire des écrits fonctionnels internes à l'entreprise (courrier électronique, notes, lettres administratives et commerciales, compte-rendu, résumé, rapport, synthèse de documents...) (BC2), Réaliser une présentation de l'entreprise (BC2), Réaliser, en cohérence avec la charte graphique, des documents de communication externe et interne en identifiant les objectifs et la cible (BC2). | |
| Mots clés | écrits professionnels - écrits professionnels - présentations orales - communication verbale et non verbale - confiance en soi | |
| Heures de formation (dont TP) | 30 h (dont 10 h TP) | |

| | | |
|---|--|--|
| Nom de la ressource | R2.02 Langue vivante 1 – Anglais des affaires | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer avec les acteurs du projet • Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet • Participer à des ateliers de créativité • Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation • Positionner l'organisation dans son environnement économique • Caractériser les différentes fonctions de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives |
| SAÉ concernée(s) | S2.01 Participer à la réalisation d'un projet S2.02 Participer au pilotage d'une organisation S2.03 Mener une étude marketing S2.04 Réaliser le diagnostic managérial d'une organisation | |
| Prérequis | R1.02 Langue vivante 1 – Anglais des affaires | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Résumer un document écrit, audio ou audiovisuel • Synthétiser une recherche documentaire simple • Rédiger une note de synthèse • Convaincre de la pertinence d'une idée, d'un service ou d'un produit. • Débattre sur un sujet lié à l'environnement économique et notamment en lien avec le développement durable • S'exprimer de manière structurée à l'écrit et à l'oral • Rédiger des courriers (mail, lettre...) à usage professionnel • Rédiger un CV et une lettre de motivation. • Comparer des résultats (chiffres d'affaires, graphique...) • Repérer les impacts des différences culturelles dans des organisations à portée internationale • Préparer une mobilité à l'étranger (semestre intégré BUT / stages / volontariat international / tourisme) • Approfondir le vocabulaire lié au monde de l'entreprise • Communiquer efficacement à l'oral au sein de l'entreprise (prise de rendez-vous, téléphone, visioconférence...) Activités proposées : <ul style="list-style-type: none"> • Compréhension écrite (compréhension de la presse généraliste sur des thématiques liées à l'actualité et au développement durable, Travail de compréhension sur les sites web et documents spécifiques d'entreprise) • Compréhension orale (écoute et visionnage de documents authentiques à visée professionnelle, économique et commerciale) • Expression écrite (rédaction de synthèse et/ou compte-rendu, conception de supports de communication, traduction dans le cadre d'une compréhension de texte, rédaction de CV et de courriers spécifiques) • Expression orale continue (Présentation d'un service, produit, process, Compte-rendu oral, soutenance de projet à l'aide de supports visuels) • Expression orale en interaction (débats, conversation téléphonique à visée professionnelle) • Approche des aspects culturels et des affaires du monde anglophone Objectif Semestre 2 : Consolidation du niveau B1 – Business English | |
| Mots clés : | interculturalité – CV et courrier – mobilité – projet – débats – conversation téléphonique – business english | |
| Heures de formation (dont TP) | 30h (dont 20h TP) | |

| | | |
|---|---|--|
| Nom de la ressource | R2.03 Langue vivante 2 | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer avec les acteurs du projet • Tenir compte des champs de connaissances transversaux au projet • Participer à des ateliers de créativité • Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation • Positionner l'organisation dans son environnement économique • Caractériser les différentes fonctions de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives |
| SAÉ concernée(s) | S2.01 Participer à la réalisation d'un projet S2.02 Participer au pilotage d'une organisation S2.03 Mener une étude marketing S2.04 Réaliser le diagnostic managérial d'une organisation | |
| Prérequis | R1.02 Langue vivante 2 | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Résumer un document écrit, audio ou audiovisuel, • Synthétiser une recherche documentaire simple, • Rédiger une note de synthèse, • Convaincre de la pertinence d'une idée, d'un service ou d'un produit, • Débattre sur un sujet lié à l'environnement économique et notamment en lien avec le développement durable, • S'exprimer de manière structurée à l'écrit et à l'oral, • Rédiger des courriers (mail, lettre...) à usage professionnel, • Rédiger un CV et des courriers spécifiques, • Comparer des résultats (chiffres d'affaires, graphique...), • Repérer les impacts des différences culturelles dans des organisations à portée internationale, • Préparer une mobilité à l'étranger (semestre intégré BUT / stages / volontariat international / tourisme), • Approfondir le vocabulaire lié au monde de l'entreprise, • Communiquer efficacement à l'oral au sein de l'entreprise (prise de rendez-vous, téléphone, visioconférence...). Activités proposées : <ul style="list-style-type: none"> • Compréhension écrite (compréhension de la presse généraliste sur des thématiques liées à l'actualité et au développement durable, Travail de compréhension sur les sites web et documents spécifiques d'entreprise), • Compréhension orale (écoute et visionnage de documents authentiques à visée professionnelle, économique et commerciale), • Expression écrite (rédaction de synthèse et/ou compte-rendu, conception de support de communication, traduction dans le cadre d'une compréhension de texte, rédaction CV-Lettre et courriers spécifiques), • Expression orale continue (Présentation d'un service, produit, process, Compte-rendu oral, soutenance de projet à l'aide de supports visuels), • Expression orale en interaction (débats, conversation téléphonique à visée professionnelle), • Approche des aspects culturels et des affaires de l'environnement de la langue vivante concernée, Objectif Semestre 2 : Consolidation du niveau B1 – Langue vivante 2. | |
| Mots clés | interculturalité – CV et courrier – mobilité – projet – débats – conversation téléphonique – langue des affaires | |
| Heures de formation (dont TP) | 20h (dont 10h TP) | |

R2.04 Pilotage comptable des organisations

| | | |
|---|--|---------------------|
| Nom de la ressource | R2.04 Pilotage comptable des organisations | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lire un budget et respecter le cadrage • Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les indicateurs fondamentaux utiles pour le pilotage interne • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation | |
| SAÉ concernée(s) | S2.02 Participer au pilotage d'une organisation | |
| Prérequis | R1.04 Fondamentaux de la comptabilité | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Découverte du bulletin de paye (simple) et des charges de personnel, • Acquisition et cession d'immobilisations, • Calculs d'amortissement (unité d'œuvre, linéaire). Les amortissements dégressifs et dérogatoires seront traités dans les années ultérieures, • Souscription et remboursement d'emprunt (amortissements constants, annuités constantes), • Écritures d'inventaire (amortissements, dépréciations des clients douteux, provisions pour risques et charges, stocks), • Lecture et analyse simple des documents de synthèse (SIG, CAF, Bilan fonctionnel, ratios). | |
| Mots clés | salaire brut/net/cotisations sociales - immobilisation - emprunt - inventaire - provisions - amortissements - soldes intermédiaires de gestion - fonds de Roulement - besoin en fonds de roulement | |
| Heures de formation (dont TP) | 35h (aucune heure TP) | |

| | | |
|---|---|---------------------|
| Nom de la ressource | R2.05 Droit de l'entreprise | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| | Participer au pilotage interne de l'organisation | |
| Apprentissages critiques | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier l'environnement juridique de l'organisation | |
| SAÉ concernée(s) | S2.02 Participer au pilotage d'une organisation S2.04 Réaliser le diagnostic managérial d'une organisation | |
| Prérequis | R1.05 Connaître l'environnement juridique des organisations | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les professionnels de la vie des affaires, • Identifier les formes juridiques d'entreprises et leurs biens (règles générales de création et de fonctionnement), • Distinguer les différentes sociétés (de l'entreprise individuelle à l'entreprise sociétaire), • Comprendre le régime juridique de l'activité. | |
| Mots clés | Commerçant - artisan - professionnel libéral - bail commercial - fonds de commerce - location-gérance - entreprise - société - association - EIRL - SARL - SAS - SA - SNC | |
| Heures de formation (dont TP) | 30h (aucune heure TP) | |

| | | |
|--|---|---------------------|
| Nom de la ressource | R2.06 Économie, organisations et développement durable | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet Participer à des ateliers de créativité | <ul style="list-style-type: none"> Positionner l'organisation dans son environnement économique Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation | |
| SAÉ concernée(s) | S2.02 Participer au pilotage d'une organisation S2.03 Mener une étude marketing | |
| Prérequis | R1.06 Les fondamentaux de l'économie | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> Relier économie et développement durable : Approche de la croissance économique dans l'optique de préservation de l'environnement (le concept de croissance verte, le rôle des innovations et du progrès technique, concept de décroissance, les nouvelles théories, les actions publiques et les politiques économiques et le développement durable (niveau international, national, local), Comprendre le financement de l'économie, Étudier la politique économique, Appréhender la diversité des modèles d'organisation économique et sociale (Économie sociale et solidaire, économie du partage, économie circulaire, économie de la fonctionnalité, Amish, Chiapas, Rojava...). | |
| Mots clés | croissance - développement durable - capital - acteurs privés et publics du développement durable - pouvoirs publics - ONG - entreprises - experts - partis - mouvements citoyens - financement de l'économie - politique économique - modèles économiques. | |
| Heures de formation (dont TP) | 35h (aucune heure TP) | |

| | | |
|---|---|--|
| Nom de la ressource | R2.07 Traitement de l'information | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Compléter les outils de suivi • Communiquer avec les acteurs du projet • Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés | <ul style="list-style-type: none"> • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives |
| SAÉ concernée(s) | S2.01 Participer à la réalisation d'un projet S2.02 Participer au pilotage d'une organisation S2.03 Mener une étude marketing S2.04 Réaliser le diagnostic managérial d'une organisation | |
| Prérequis | Aucun | |
| Descriptif détaillé | <p>Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traiter des données chiffrées, les analyser et les représenter par des graphiques, structurer, classer et extraire des informations d'un tableau par l'utilisation d'un logiciel tableur, • Caractériser des séries de variables par l'utilisation d'indicateurs statistiques, • Anticiper l'évolution d'une variable grâce à la projection de tendances, • Évaluer une probabilité, par rapport à l'apparition d'un risque ou d'un défaut, • Établir un échantillonnage représentatif d'une population mère, • Choisir un mode d'administration d'enquête limitant les biais, • Établir un questionnaire, et administrer une enquête quantitative, • Mettre en oeuvre des tris à plat et des tris croisés sur les données recueillies, • Réaliser des graphiques pertinents pour présenter les résultats de ces tris, • Déterminer l'existence et l'intensité de la relation entre deux variables par l'utilisation de tests statistiques, • Établir des recommandations opérationnelles en s'appuyant sur les résultats d'une enquête. <p>Différentes modalités peuvent être mises en oeuvre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réalisation d'une enquête quantitative en collaboration avec une autre ressource ou dans le cadre d'une SAÉ, • Traitement des données d'une enquête à l'aide d'un tableur ou d'un logiciel d'enquête, • Réalisation d'un tableau de bord pour le pilotage d'un projet. | |
| Mots clés | tableur - enquête quantitative - outils statistiques | |
| Heures de formation (dont TP) | 35h (dont 35h TP) | |

| | | |
|---|--|--|
| Nom de la ressource | R2.08 Management des organisations | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation • Positionner l'organisation dans son environnement économique • Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation • Caractériser les différentes fonctions de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les acteurs du marché |
| SAÉ concernée(s) | S2.02 Participer au pilotage d'une organisation S2.04 Réaliser le diagnostic managérial d'une organisation | |
| Prérequis | Aucun | |
| Descriptif détaillé | Contribution au développement de la ou des compétences ciblées : <ul style="list-style-type: none"> • Étudier le cadre des organisations (environnement de l'organisation, critères de différenciation des organisations (les finalités, les objectifs), parties prenantes, structuration de l'organisation (organigramme, types de structures et fonctions), • Comprendre le pilotage des organisations (logique entrepreneuriale et managériale, intrapreneuriat, culture et valeurs de l'organisation, modes de gouvernance / styles de direction, processus de décision et niveau de décision, rôle du management dans la gestion des organisations et la gestion des équipes, communication au sein des organisations), • Comprendre l'évolution des organisations (dynamique du changement et l'agilité structurelle, adaptation à l'environnement, intégration de l'innovation, structures émergentes). | |
| Mots clés | Culture - valeurs - parties prenantes - décision - styles de direction - structures - organigramme - fonctions - mode de coordination - pilotage - structure projet - intrapreneuriat - gouvernance | |
| Heures de formation (dont TP) | 30h (aucune heure TP) | |

| | | |
|--|---|--|
| Nom de la ressource | R2.09 Marketing d'étude | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Participer à des ateliers de créativité Lier les éléments du cahier des charges avec les enjeux du projet Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés | <ul style="list-style-type: none"> Positionner l'organisation dans son environnement économique Produire une information pertinente pour le pilotage de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> Analyser l'influence de l'environnement sur le fonctionnement du marché et la situation financière de l'entreprise Utiliser les outils de l'étude de marché par la recherche documentaire et la mise en œuvre de techniques d'exploration quantitatives et qualitatives |
| SAÉ concernée(s) | S2.02 Participer au pilotage d'une organisation S2.03 Mener une étude marketing | |
| Prérequis | R1.09 Fondamentaux du marketing | |
| Descriptif détaillé | <p>Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> Qualifier et co-créeer une offre (BC1) Recherche des causes (BC1) Réaliser une étude (BC2) Apporter une réponse à une problématique (BC2) Choisir et mettre en œuvre des techniques d'étude (BC3) Apprécier l'adéquation entre environnement et proposition de valeur (BC3) Réaliser un diagnostic externe (BC3) <p>Descriptif du contenu de la ressource :</p> <ul style="list-style-type: none"> Le marketing d'étude dans le processus marketing et commercial (alimenter le marketing stratégique, alimenter le marketing opérationnel) Les problématiques marketing Les sources d'informations secondaires (recherches documentaires, veille informationnelle, data mining) Les sources d'informations primaires, études quantitatives (Recensement et sondage, méthode d'échantillonnage, taille de l'échantillon, procédure de sélection) Enquête par questionnaire : méthode d'administration, rédaction du questionnaire, test, suivi de l'administration, traitement des données et analyse, conclusion Les panels (distributeurs, consommateurs, mixtes, spécialisés) Etudes qualitatives (observations, entretiens individuels, entretiens de groupe, méthodes créatives, co-création, analyse des données collectées, les données marketing numériques en point de vente (du ticket de caisse au tracking client), à partir des leviers du marketing digital (site web, réseaux sociaux, applications mobiles, etc.) Le prix des études Les métiers du marketing d'études | |
| Mots clés | Baromètre – créativité – data marketing – échantillonnage – entretien individuel / de groupe – enquête par questionnaire – étude de marché – études ad hoc – focus group – observation – panel – sondage – sources primaires et secondaires | |
| Heures de formation (dont TP) | 35h (dont 10h TP) | |

R2.10 Projet personnel et professionnel

| | | |
|---|--|--|
| Nom de la ressource | R2.10 Projet personnel et professionnel | |
| Semestre | Semestre 2 | |
| Compétence(s) ciblée(s) / Apprentissages critiques | | |
| Compétence 1 | Compétence 2 | Compétence 3 |
| Participer à la réalisation d'un projet | Participer au pilotage interne de l'organisation | Concevoir la démarche marketing |
| Apprentissages critiques | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Participer à des ateliers de créativité Évaluer l'atteinte des résultats par rapport aux objectifs fixés | <ul style="list-style-type: none"> Identifier les enjeux humains du pilotage de l'organisation | <ul style="list-style-type: none"> Identifier les acteurs du marché |
| SAÉ concernée(s) | S2.01 Participer à la réalisation d'un projet | |
| Prérequis | Bases orthographiques et syntaxiques en français (niveau C1 voire C2) Bases en recherche documentaire et utilisation du traitement de texte R1.10 Projet personnel et professionnel | |
| Descriptif détaillé | <p>La ressource Projet Personnel et Professionnel du semestre 2 a pour objectifs de poursuivre et d'approfondir le projet de l'étudiant ainsi que de lui fournir une méthodologie de recherche de stage et d'élaboration des outils de candidature.</p> <p>Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :</p> <ul style="list-style-type: none"> Approfondir sa connaissance des secteurs d'activité, des métiers et des fonctions envisagés (exemples d'activités : enquête terrain, interviews de professionnels, témoignages d'anciens étudiants...) Initier un bilan des compétences : Ébaucher ses attentes professionnelles, en dressant un bilan des compétences par le biais du portfolio. Construire son projet professionnel : Mise en relation entre le bilan des compétences, l'étude des secteurs et du métier visé pour évaluer la faisabilité du projet et les actions à mettre en œuvre pour atteindre ses objectifs. L'étudiant prendra connaissance des parcours spécifiques pour accéder au métier visé. S'approprier les techniques de recherche de stage et d'une éventuelle alternance : méthodologie de recherche de stage, visibilité sur réseaux sociaux professionnels. | |
| Mots clés | Portfolio - secteurs d'activité - métiers - parcours - référentiel de compétences - identité professionnelle - stage - alternance | |
| Heures de formation (dont TP) | 15h (dont 10h TP) | |

Référentiel d'évaluation

Les dispositions relatives à l'évaluation sont décrites dans l'annexe 1 de l'arrêté relatif aux programmes nationaux de la licence professionnelle-bachelor universitaire de technologie.