

Programme Grande Ecole

RNCP35725 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DipViGrM — Diplôme visé grade de master
Code(s) NSF	313m, 310m, 312m
Formacode(s)	34054, 32054, 32654, 33054
Code(s) ROME	M1205, M1705, M1503, M1302, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	01/07/2022

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

GROUPE ESC CLERMONT - AUVERGNE · SIRET : 81234979300016

Partenaires habilités

2 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 2 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
GROUPE PACE	50208132600030	Former
KIX TRANSFORMATION	79296441300027	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Master Grande Ecole est un programme généraliste qui prépare aux métiers de la gestion des entreprises et, en dernière année, propose une ou deux spécialisations prisées dans le marché du travail, que les candidats peuvent choisir selon son projet professionnel, en France ou à l'international;

Concernant les outils, dès la première année, sont développés des enseignements amenant les candidats à comprendre les enjeux du numérique dans la transformation économique, sociale et environnementale, ainsi que leurs aspects juridiques. Ensuite, dans chaque discipline, ils acquièrent des compétences dans l'utilisation professionnelle des outils.

Face à des problèmes complexes liés à l'environnement, à l'éthique et aux questions sociétales, les enseignements transversaux (SHS) permettent d'acquérir une grille de lecture afin de faciliter leur compréhension et arriver à un raisonnement juste.

Les méthodes pédagogiques actives, visent le développement de l'agilité et de la proactivité au sein d'une équipe pluriculturelle, mais aussi le dépassement de soi, l'engagement et la responsabilité personnelles. Par ailleurs, ces méthodes actives et des contenus précis (construire son projet professionnel) visent à développer la créativité et l'esprit d'innovation, le goût et la capacité d'entreprendre, la communication orale et écrite.

Les stages et l'alternance permettent aux étudiants d'affiner leur projet professionnel et de mettre en pratique leurs savoirs théoriques, mais à travers ces expériences les candidats sont également capables d'analyser l'entreprise et son fonctionnement d'analyser le secteur, le métier et la fonction exercée. Le séjour à l'international, ainsi que la vie associative développent chez les candidats des compétences culturelles et d'autonomie, renforçant ainsi l'estime de soi.

ale et écrite.

Les stages et l'alternance permettent aux étudiants d'affiner leur projet professionnel et de mettre en pratique leurs savoirs théoriques, mais à travers ces expériences les candidats sont également capables d'analyser l'entreprise et son fonctionnement d'analyser le secteur, le métier et la fonction exercée.

Le séjour à l'international, ainsi que la vie associative développent chez les candidats des compétences culturelles et d'autonomie, renforçant ainsi l'estime de soi.

ACTIVITÉS VISÉES

1. Développement d'une vision stratégique et de la capacité d'innover et d'entreprendre
2. Gestion des ressources humaines et acquisition d'un cadre de référence actualisé et opérant dans ce domaine
3. Management des hommes et des équipes et accompagnement du changement
4. Conception et développement d'un plan de marketing et de communication.
5. Management des opérations et système d'information
6. Pilotage du budget et la performance financière de son activité
7. Développement de son agilité relationnelle et ses stratégies de réussite
8. Développement de la performance commerciale
9. Adapter ses comportements et postures au travail
10. Innovation en intrapreneuriat/entrepreneuriat et démarche startup

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Activité 1. Développement d'une vision stratégique et de la capacité d'innover et d'entreprendre

1. Comprendre et analyser les tendances de l'environnement global d'une entreprise et/ou d'une activité
2. Repérer et évaluer les risques et opportunités
3. Repérer les principales composantes du business model d'une entreprise ou d'une activité
4. Définir les orientations stratégiques (ou y contribuer) et s'assurer des moyens pour leur mise en œuvre
5. Proposer des recommandations stratégiques pertinentes et opérationnalisables
6. Intégrer l'éthique et la RSE dans les projets de développement de l'entreprise
7. Intégrer la dimension internationale dans l'entreprise
8. Identifier des opportunités et favoriser l'innovation en stimulant des comportements intra- et entrepreneuriaux

Activité 2. Gestion des ressources humaines et acquisition d'un cadre de référence actualisé et opérant dans ce domaine 1. Intégrer les dimensions humaines et sociales dans l'organisation

2. Décliner la politique RH de l'entreprise en maîtrisant les outils & les processus
3. Faire respecter le cadre de la relation individuelle et collective, s'appuyer sur le droit du travail pour manager et prévenir les risques juridiques
4. Contribuer au développement des compétences et accompagner les mobilités professionnelles
5. Contribuer au dialogue social
6. Savoir communiquer sur la politique RH en interne et en externe
7. Conduire les entretiens de recrutement, d'évaluation et professionnels
8. Contribuer à la démarche de qualité de vie au travail et de prévention des RPS

Activité 3. Management des hommes et des équipes et accompagnement du changement 1. Gérer les situations managériales individuelles et collectives

2. Construire avec son équipe une vision du futur
3. Donner et co-construire le sens 4. Mettre en place une dynamique de responsabilisation
5. Piloter la performance
6. Faire preuve d'un leadership inspirant et bienveillant
7. Communiquer avec efficacité auprès de son équipe et en transverse
8. Optimiser la gestion du temps, de ses priorités et de celle de l'équipe
9. Accompagner le développement des personnes
10. Accompagner le changement
11. Animer le collectif

Activité 4. Conception et développement d'un plan de marketing et de communication 1. Réaliser un diagnostic marketing

2. Identifier et décoder les nouveaux usages et comportements des consommateurs
3. Définir la stratégie marketing, en termes de ciblage, de positionnement et d'objectifs
4. Concevoir son mix-marketing
5. Construire sa stratégie de communication on line et off line

6. Concevoir et piloter le plan de communication (ou y contribuer)
7. Mesurer et analyser la performance des actions marketing / communication
8. Intégrer la dimension marketing dans les prises de décision

Activité 5. Management des flux et des opérations, du système d'information et de la transformation digitale 1. Manager un projet et son équipe

2. Identifier et évaluer la contribution du SI à la création de valeur
3. Définir le SI dans une logique intégrative en prenant en compte les perspectives techniques, organisationnelles, juridiques, éthiques et métiers
4. Contribuer à la mise en œuvre de la transformation numérique
5. Intégrer les spécificités et les enjeux des achats et du supply chain management dans son activité ; gérer les interactions

6. Comprendre et exploiter les potentialités offertes par l'analyse de données et le domaine émergent du « Big Data »

Activité 6. Pilotage du budget et la performance financière de son activité 1. Lire et interpréter les informations financières d'une entreprise

2. Elaborer des outils d'analyse financière et de gestion appropriés au profit de l'entreprise
3. Prendre des décisions créatrices de valeur fondées sur un tableau de bord évolutif et pertinent
4. Comprendre la rentabilité en maîtrisant les principales méthodes de calcul de coûts et piloter leur gestion 5. Elaborer les budgets et interpréter les écarts entre les prévisions budgétaires et les réalisations
6. Comprendre la valorisation de son entreprise
7. Communiquer efficacement en s'appuyant sur les données financières

Activité 7. Développement de la performance commerciale· Réaliser un diagnostic de la situation commerciale de l'entreprise et cartographier son environnement concurrentiel

- Formaliser une stratégie commerciale et définir les objectifs associés
- Concevoir un plan d'action systémique (combinant les actions marketing, communication, ventes et RH) en cohérence avec la stratégie marketing et le mettre en œuvre
- Formaliser les processus commerciaux
- Mesurer et analyser la performance des actions commerciales
- Conduire un entretien de vente/négociation, maîtriser le pricing et le closing · Evaluer et développer la maîtrise des techniques de négociation-vente par la force de vente
- Concevoir des outils de vente performants

Activité 8. Développement de soi et de son potentiel pour coopérer avec l'ensemble des parties prenantes de l'organisation et mener un projet· Piloter son projet de développement personnel et/ou accompagner celui des membres de son équipe · Identifier ses points forts et ses axes d'amélioration, et/ou ceux des membres de son équipe, pour mobiliser les compétences nécessaires au projet

- Développer les compétences comportementales et métiers (les siennes ou celles de ses équipes) pour répondre à la diversité des situations professionnelles
- Analyser les actions (les siennes ou celles de ses équipes) en situation professionnelle, s'autoévaluer et définir des plans d'actions pour développer une posture agile et améliorer sa pratique
- Créer les conditions de l'intelligence collective en favorisant les partages et les transferts de compétences

Activité 9. Adapter ses comportements et postures au travail 1. Accompagner les autres dans la compétence

2. Appliquer les méthodes et outils nécessaires à la situation de travail sans assistance
3. Sélectionner les méthodes et outils appropriés pour un processus donné
4. Bâtir et guider une approche d'assurance qualité dans l'application de la compétence
5. Être un modèle dans l'exercice de la compétence
6. Améliorer les processus, méthodes et outils de travail
7. Rationaliser et formaliser le choix des processus, des méthodes et des outils à utiliser.
8. Évaluer le niveau des compétences et définir un plan de formation

Activité 10. Innovation en intrapreneuriat/entrepreneuriat et démarche startup 1. Développer une posture (un état d'esprit) intra/entrepreneuriale en découvrant les mythes et réalités du succès d'un projet et en analysant son profil psycho-comportemental pour mieux se connaître, s'entourer, s'associer et gérer une équipe

2. Définir son persona pour segmenter son marché en se centrant sur la problématique client avec une recherche et une définition des causes racines du problème pour coconstruire une proposition de valeur et une solution différenciantes et attendues
3. Développer son projet? intra ou entrepreneurial en adoptant les approches et méthodes d'entrepreneurs à succès (effectuation, lean startup, nouvelle génération de modèle économique, design thinking...)

4. Définir les hypothèses de son projet et réaliser des tests en mode agile pour évaluer et valider le modèle économique dans ses dimensions de désirabilité, faisabilité, viabilité et d'adaptabilité
5. Concevoir et déployer une politique de communication et de marketing digital pour donner de la visibilité à son projet (réseaux sociaux, Adwords, etc...) afin de valider son persona, ses hypothèses marché et sa stratégie «?go to market?».
6. Manager et prendre des décisions dans un contexte d'incertitude en tenant compte de l'environnement immédiat et du caractère entrepreneurial ou intrapreneurial du projet
7. Chiffrer les scénarii stratégiques pour son projet et apprécier la faisabilité financière de chaque stratégie et les conditions financières requises pour sa/leur mise en œuvre.
8. Comprendre les différents statuts juridiques et sélectionner le plus adéquat pour sa création d'entreprise, connaître les différentes formes de valorisation d'un projet en intrapreneuriat.
9. Elaborer un business plan en intégrant le plan financier prévisionnel
10. Présenter son projet de façon pertinente et convaincante en s'adaptant à son auditoire selon les règles du pitch et du storytelling

Blocs de compétences

RNCP35725BC01 — Développer une vision stratégique, innovation et entrepreneuriat

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Analyser le contexte géopolitique, les opportunités et les menaces qui en découlent pour l'activité et l'entreprise concernées.
- C2. Comprendre et analyser les tendances de l'environnement global d'une entreprise et/ou d'une activité.
- C3. Repérer et évaluer les risques et opportunités
- C4. Repérer les principales composantes du business model d'une entreprise ou d'une activité
- C5. Définir les orientations stratégiques (ou y contribuer) et s'assurer des moyens pour leur mise en œuvre
- C6. Proposer des recommandations stratégiques pertinentes et opérationnalisables
- C7. Intégrer l'éthique et la RSE dans les projets de développement de l'entreprise
- C8. Intégrer la dimension internationale dans l'entreprise
- C9. Identifier des opportunités et favoriser l'innovation en stimulant des comportements intra- et entrepreneuriaux

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- C1. Synthèse : contexte géoéconomique et géopolitique et préconisations.
- C2. Analyse écrite : environnement socioéconomique de l'entreprise et de l'activité en question.
- C3. Mise en situation : Note analyse de la situation (SWOT). Gestion de la crise et solutions. Travail d'équipe, présentation orale.
- C4. Création d'un business plan et présentation devant des représentants d'entreprises partenaires.
- C5, C6. Etude cas au choix. Travail de groupe et présentation devant les entreprises concernées. Formalisation d'un plan d'action et soutenance.
- C7. Dossier et présentation : Comment mettre en place la démarche RSE.
- C8. Etude de cas sur le développement international d'une entreprise au choix.
- C9. Projet entrepreneurial en équipe et présentation devant les entreprises du secteur concerné ; Projet intrapreneurial à la demande des entreprises et présentation sur dossier et à l'oral.

RNCP35725BC02 — Gérer les ressources humaines

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Intégrer les dimensions humaines et sociales dans l'organisation
- C2. Décliner la politique RH de l'entreprise en maîtrisant les outils et les processus
- C3. Faire respecter le cadre de la relation individuelle et collective, s'appuyer sur le droit du travail pour manager et prévenir les risques juridiques
- C4. Contribuer au développement des compétences et accompagner les mobilités professionnelles
- C5. Contribuer au dialogue social
- C6. Communiquer sur la politique RH en interne et en externe
- C7. Conduire les entretiens de recrutement, d'évaluation et professionnels
- C8. Contribuer à la démarche de qualité de vie au travail et de prévention des RPS

MODALITÉS D'ÉVALUATION

C1, C2, C3, C4, C5. Etude de cas, simulation, analyse : Elaboration et mise en place de la politique RH et son insertion dans la stratégie de l'entreprise. Quiz par activité pour la mesure des connaissances.

C6. Etude de cas : Bâtir un plan de communication en interne (négociation avec les représentants du personnel) et externe (crise).

C7. Mise en situation conduire un des entretiens (embauche, professionnelles, évaluation) en binôme (professionnel et étudiant).

C8. Analyse individuelle (étude de cas) : l'appréciation des risques psycho sociaux, souffrances au travail, comportements dans le travail collaboratif et incidences ; les causes et les préconisations.

RNCP35725BC03 — Manager des hommes et des équipes

LISTE DE COMPÉTENCES

C1. Gérer les situations managériales individuelles et collectives

C2. Construire avec son équipe une vision du futur

C3. Donner et coconstruire le sens

C4. Mettre en place une dynamique de responsabilisation

C5. Piloter la performance

C6. Faire preuve d'un leadership inspirant et bienveillant

C7. Communiquer avec efficacité auprès de son équipe et en transverse

C8. Optimiser la gestion du temps, de ses priorités et de celle de l'équipe

C9. Accompagner le développement des personnes

C10. Accompagner le changement

C11. Animer le collectif

MODALITÉS D'ÉVALUATION

C1. Etude de cas. Faire le diagnostic de la situation et adapter le type de management.

Quiz pour la mesure des connaissances.

C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11 : Diagnostique et projet de développement de ses compétences managériales. Quiz par activité pour la mesure des connaissances

RNCP35725BC04 — Concevoir et piloter le plan marketing et de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

C1. Réaliser un diagnostic marketing

C2. Identifier et décoder les nouveaux usages et comportements des consommateurs

C3. Définir la stratégie marketing, en termes de ciblage, de positionnement et d'objectifs

C4. Concevoir son mix-marketing

C5. Construire sa stratégie de communication online et offline

C6. Concevoir et piloter le plan de communication (ou y contribuer)

C7. Mesurer et analyser la performance des actions marketing / communication

C8. Intégrer la dimension marketing dans les prises de décision

MODALITÉS D'ÉVALUATION

C1, C2, C3. Formalisation des plans d'action marketing et commercial.

Quiz par activité pour la mesure des connaissances.

C4. Etude de cas. Création et mise en œuvre d'un modèle répondant aux défis du marché, de la marque et de l'entreprise dans le but d'atteindre les objectifs découlant de la stratégie marketing. Quiz mesure des connaissances.

C5, C6, C7, C8. Etude de cas et présentation orale. A partir d'une stratégie de développement donnée, le/la candidat(e) élaborera un plan de communication (digitale et traditionnelle), définira les actions de pilotage et évaluera les résultats, définira et mettra en place la veille stratégique.

RNCP35725BC05 — Manager les flux et les opérations, le système d'information et la transformation digitale

LISTE DE COMPÉTENCES

C1. Manager un projet et son équipe

C2. Identifier et évaluer la contribution du SI à la création de valeur

C3. Définir le SI dans une logique intégrative en prenant en compte les perspectives techniques, organisationnelles, juridiques, éthiques et métiers

C4. Contribuer à la mise en œuvre de la transformation numérique

- C5. Intégrer les spécificités et les enjeux des achats et du supply chain management dans son activité ; gérer les interactions
- C6. Comprendre et exploiter les potentialités offertes par l'analyse de données et le domaine émergent du « Big Data »

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- C1. Etudes de cas. Management organisationnel et des systèmes d'information.
- C2, C3, C4. Analyse. Identification des différentes composantes d'un SI et les usages qui peuvent être faits pour le management des organisations de toutes sortes en quête d'un avantage concurrentiel durable ou non.
- C5. Exercices d'analyse des données (Microstrategy).

RNCP35725BC06 — Piloter le budget et la performance financière de son activité

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Savoir lire les informations financières d'une entreprise
- C2. Elaborer des outils d'analyse financière et de gestion appropriés au profil de l'entreprise
- C3. Prendre des décisions créatrices de valeur fondées sur un tableau de bord évolutif et pertinent
- C4. Comprendre la rentabilité en maîtrisant les principales méthodes de calcul de coûts et piloter leur gestion
- C5. Elaborer les budgets et interpréter les écarts entre les prévisions budgétaires et les réalisations
- C6. Comprendre la valorisation de son entreprise
- C7. Communiquer efficacement en s'appuyant sur les données financières

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- C1, C2, C3, C4, C5. Cas sur table. Méthodes et les outils d'analyse financière et leur utilisation au sein de l'entreprise.
- C4, C5. Cas sur table Mise en exergue de la pertinence des outils de pilotage en contrôle de gestion stratégique ou opérationnel.
- C6. Cas sur table. Valorisation d'une entreprise.
- C7. Présentation, devant jury, d'une organisation d'un point de vue financier, d'un tableau de bord et d'un plan d'activité associé.

RNCP35725BC07 — Développer la performance commerciale

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Réaliser un diagnostic de la situation commerciale de l'entreprise et cartographier son environnement concurrentiel
- C2. Formaliser une stratégie commerciale et définir les objectifs associés
- C3. Concevoir un plan d'action systémique (combinant les actions marketing, communication, ventes et RH) en cohérence avec la stratégie marketing et le mettre en oeuvre
- C4. Formaliser les processus commerciaux
- C5. Mesurer et analyser la performance des actions commerciales
- C6. Conduire un entretien de vente/négociation, maîtriser le pricing et le closing
- C7. Evaluer et développer la maîtrise des techniques de négociation-vente par la force de vente
- C8. Concevoir des outils de vente performants

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- C1, C2, C3, C4, C5. Etude de cas et présentation orale devant des représentants d'entreprises partenaires.
- C6, C7. Analyse. Impact de la négociation sur la rentabilité d'une organisation. Mise en situation. Négociation
- C8. Quiz pour mesurer les connaissances. Conception d'un outil de vente à partir d'un cas spécifique.

RNCP35725BC08 — Développer son potentiel pour coopérer avec l'ensemble des parties prenantes de l'organisation et mener un projet

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1. Piloter son projet de développement personnel et/ou accompagner celui des membres de son équipe
- C2. Identifier ses points forts et ses axes d'amélioration, et/ou ceux des membres de son équipe, pour mobiliser les compétences nécessaires au projet
- C3. Développer les compétences comportementales et métiers (les siennes ou celles de ses équipes) pour répondre à la diversité des situations professionnelles
- C4. Analyser les actions (les siennes ou celles de ses équipes) en situation professionnelle, s'autoévaluer et définir des plans d'actions pour développer une posture agile et améliorer sa pratique

C5. Créer les conditions de l'intelligence collective en favorisant les partages et les transferts de compétences

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Elaboration d'un carnet de bord, appétences, attitudes, compétences formelles et informelles, expérience professionnelle.

Elaboration et présentation d'un plan de développement des comportements et des compétences

RNCP35725BC09 — Adapter ses comportements et postures au travail

LISTE DE COMPÉTENCES

C1. Appliquer les méthodes et outils nécessaires à la situation de travail, sans assistance

C2.

Sélectionner les méthodes et outils appropriés pour un processus donné

C3. Améliorer les processus, méthodes et outils de travail

C4. Bâtir et guider une approche d'assurance qualité dans l'application de la compétence

C5. Rationaliser et formaliser le choix des processus, des méthodes et des outils à utiliser

C6. Evaluer le niveau des compétences et définir un plan de formation

C7. Être un modèle dans l'exercice de la compétence

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Elaboration d'un carnet de bord, appétences, attitudes, compétences formelles et informelles, expérience professionnelle.

Elaboration et présentation d'un plan de développement des comportements et des compétences

RNCP35725BC10 — Innover en intrapreneuriat/entrepreneuriat et initier une démarche startup

LISTE DE COMPÉTENCES

C1. Développer une posture (un état d'esprit) intra/entrepreneuriale en découvrant les mythes et réalités du succès d'un projet et en analysant son profil psycho-comportemental pour mieux se connaître, s'entourer, s'associer et gérer une équipe

C2. Définir son persona pour segmenter son marché en se centrant sur la problématique client avec une recherche et une définition des causes racines du problème pour co-construire une proposition de valeur et une solution différenciantes et attendues

C3. Développer son projet? intra ou entrepreneurial en adoptant les approches et méthodes d'entrepreneurs à succès (effectuation, lean startup, nouvelle génération de modèle économique, design thinking...)

C4. Définir les hypothèses de son projet et réaliser des tests en mode agile pour évaluer et valider le modèle économique dans ses dimensions de désirabilité, faisabilité, viabilité et d'adaptabilité

C5. Concevoir et déployer une politique de communication et de marketing digital pour donner de la visibilité à son projet (réseaux sociaux, Adwords, etc...) afin de valider son persona, ses hypothèses marché et sa stratégie «?go to market?».

C6. Manager et prendre des décisions dans un contexte d'incertitude en tenant compte de l'environnement immédiat?et du caractère entrepreneurial ou intrapreneurial du projet

C7. Chiffrer les scénarii stratégiques pour son projet et apprécier la faisabilité financière de chaque stratégie et les conditions financières requises pour sa/leur mise en œuvre.

C8. Comprendre les différents statuts juridiques et sélectionner le plus adéquat pour sa création d'entreprise, connaître les différentes formes de valorisation d'un projet en intrapreneuriat.

C9. Elaborer un business plan en intégrant le plan financier prévisionnel

C10. Présenter son projet de façon pertinente et convaincante en s'adaptant à son auditoire selon les règles du pitch et du storytelling

MODALITÉS D'ÉVALUATION

C1. Sous la forme d'un questionnaire le porteur de projet remplit un test psycho comportemental pour évaluer ses ressources et étudier son comportement en situation pour remplir le livrable «?tableau d'équipe?».

C2. Dans le cadre d'un cas réel de projet entrepreneurial, le/la candidat(e) doit bâtir des hypothèses pour?: établir un persona à priori de son futur client, analyser les causes racines du problème adressé, définir son marché «?tête de pont?»., élaborer une proposition de valeur adéquate

C3. Dans le cadre d'une étude de cas basée sur une entreprise réelle, le/la candidat(e) utilisera ces nouvelles

- méthodes pour remplir un canevas de modèle économique adapté à son projet entrepreneurial.
- C4. Dans le cadre d'un cas réel de projet entrepreneurial, le/la candidat(e) doit?: bâtir des tests pour expérimenter et valider ses hypothèses, valider ses hypothèses son modèle économique
- C5. Dans le cadre du projet travaillé par le/la candidat(e), il/elle doit mettre à profit son apprentissage pour établir une stratégie de marketing digital pour son projet intra/entrepreneurial.
- C6. Dans le cadre d'une étude de cas basée sur une entreprise réelle, le/la candidat(e) doit? : mener une analyse réflexive de sa future posture de manager, identifier en fonction de son environnement les modes de communications interpersonnelles.
- C7. Dans le cadre d'une étude de cas basée sur une entreprise réelle ou fictive, le/la candidat(e) doit établir un plan prévisionnel d'un projet entrepreneurial sur 3 années.
- C8. Dans le cadre d'une étude de cas basée sur une entreprise réelle ou fictive, le/la candidat(e) doit analyser et définir le meilleur choix de valorisation de son projet intra/entrepreneurial et choisir le statut juridique le plus adéquat.
- C9. En fonction du projet intrapreneurial ou entrepreneurial travaillé par le/la candidat(e), il/elle doit?: créer une présentation décrivant son projet selon les règles du pitch et du storytelling, proposer sous forme d'un mémoire un retour d'expériences comprenant l'évaluation de son projet.
- C10. Le/la candidat(e) doit défendre son projet à l'oral devant un jury de professionnels.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le diplômé peut exercer son activité dans tous les types d'entreprise (PME, ETI, grands groupes, organisations publiques ou humanitaires, associations) ou créer sa propre entreprise, dans tous les secteurs d'activité, notamment : commerce, industrie automobile, industrie agroalimentaire, sociétés de conseil, finance, banque et assurance, informatique et services d'information, audit, expertise comptable, distribution.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable marketing, responsable e-commerce, chef de produit, chef de secteur, chef de projet digital, responsable e-CRM, chargé(e) de communication, ingénieur d'affaires, responsable commercial, responsable administratif et financier, cadre financier spécialisé, contrôleur de gestion, cadre de la gestion des ressources humaines, responsable logistique, acheteur, consultant junior, créateur d'entreprise, dirigeant de PME-PMI, analyste.

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

L'exercice des emplois de la certification ne fait référence à aucune forme de réglementation particulière.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 764 €
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs · tension 1/5 (Très faible) L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables · tension 5/5 (Très élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) L5X92 — Cadres des ressources humaines et du recrutement · tension 2/5 (Faible) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)

Projets de recrutement (BMO 2026)	52 795
Jugés difficiles à recruter	28 %
Emplois saisonniers	8 %
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs L4X80 — Techniciens des services administratifs L4X81 — Techniciens et agents de maîtrise des services financiers ou comptables L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) L5X92 — Cadres des ressources humaines et du recrutement L6X00 — Dirigeants de petites et moyennes entreprises de moins de 50 salariés R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury est validé par le Rectorat d'Académie, sur proposition du Groupe ESC Clermont :

- Le Président, professeur des universités
- Le Vice-Président, chef de la division de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche (DESR)
- Le Recteur d'Académie ou son représentant au titre du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
- Le Directeur du Groupe ESC Clermont ou son représentant
- Le Directeur du Programme Master du Groupe ESC Clermont ou son représentant

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury est validé par le Rectorat d'Académie, sur proposition du Groupe ESC Clermont : · Le Président, professeur des universités · Le Vice-Président, chef de la division de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche (DESR) · Le Recteur d'Académie ou son représentant au titre du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche · Le Directeur du Groupe ESC Clermont ou son représentant · Le Directeur du Programme Master du Groupe ESC Clermont ou son représentant

COMPOSITION DU JURY — CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Possible pour partie du diplôme par la VAPP. Le Jury de validation des Acquis Professionnels et Personnels comprend :

- Le Directeur du Groupe ESC Clermont ou son représentant
- Le Directeur du Programme Master du Groupe ESC Clermont ou son représentant
- Le Directeur de la formation continue et référent VAPP/VAE ou son représentant Au moins 2 professionnels compétents pour apprécier la nature des acquis dont la validation est sollicitée

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le Jury de Validation des Acquis de l'Expérience comprend :

- Le Directeur du Programme Master du Groupe ESC Clermont ou son représentant
 - Deux enseignants-chercheurs conformément à l'article 5 du décret N° 2002-590 du 24 avril 2002
 - Ainsi qu'au moins 2 professionnels compétents pour apprécier la nature des acquis dont la validation est sollicitée.
- Conformément aux dispositions de l'article R335-8 du code de l'éducation, les professionnels compétents, moitié employeurs, moitié salariés, constituent au moins un quart des membres du jury.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 01/07/2022

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	160	2	72 %	—
2018	145	3	71 %	—
2017	148	1	73 %	—

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP23275

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP36567

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.esc-clermont.fr/program/programme-master-grande-ecole-acces-bac34/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35725/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	41
Parcours menés à terme	61
Taux d'achèvement	149 %
Période	02/2022 – 06/2024

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	132
Montant total engagé	317 573 €
Coût moyen par dossier	2 406 €
Durée moyenne	173 h
Période	01/2020 – 08/2022
France compétences	88 %
Reste à charge titulaire	5 %
France Travail	4 %
Entreprise	3 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.