

## PROGRAMME DE FORMATION

<b>INTITULÉ DE LA FORMATION</b>	<b>MBA Manager de Business Unit</b>
<b>LIEU DE LA FORMATION</b>	Formation délivrée exclusivement à distance sur la plateforme de formation digitale
<b>TITRE OU DIPLOME VISÉ</b>	Certification professionnelle <b>Manager de Business Unit</b> , de niveau 7, délivrée par ESGCV, reconnue par l'Etat et les entreprises, et attestant de la capacité de l'apprenant à exercer le métier visé. Elle est enregistré au RNCP sous le code 35961 par décision de France Compétences en date du 15/10/2021, NSF 312p
<b>ACCESSIBILITE HANDICAP</b>	<p>OUI :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les supports écrits de formation sont optimisés pour fonctionner avec la liseuse d'écran ReadSpeaker possédant un plug-in dédié pour l'accessibilité : modification de la police de caractère, masque de lecture et agrandissement du texte,</li> <li>• Les cours vidéos peuvent être sous-titrés,</li> <li>• Les échanges avec les différentes équipes de Studi peuvent être réalisés à l'écrit ou à l'oral suivant le handicap de l'Apprenant.</li> </ul> <p>Prise en compte des besoins spécifiques par les correspondants-référents handicap : adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, aménagement des évaluations et des examens, renforcement des appels de coaching, etc. Une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'Apprenant via handicap@studi.fr</p>
<b>PUBLIC VISÉ</b>	Tous les publics éligibles aux dispositifs de l'alternance selon les textes en vigueur
<b>PRÉREQUIS EXIGÉS</b>	<p>Pré-requis formation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir validé un diplôme ou un Titre certifié de niveau 6 (Bac+3)</li> </ul> <p>Ou</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir validé 180 crédits ECTS et justifier d'une expérience professionnelle de 2 ans minimum dans le domaine visé par le Titre</li> </ul> <p>Ou</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Via un dossier VAPP retraçant l'expérience professionnelle (validation des acquis professionnels et personnels, sur étude par la direction pédagogique) :</li> <li>• Avoir validé un diplôme ou un Titre de niveau 5 (Bac+2) et justifier d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum dans le domaine visé par le Titre</li> <li>• Avoir validé le Baccalauréat ou un Titre de niveau 4 et justifier d'une expérience professionnelle de 4 ans minimum dans le domaine visé par le Titre</li> <li>• Avoir validé un diplôme ou un Titre de niveau 3 (CAP/BEP) et justifier d'une expérience professionnelle de 6 ans minimum dans le domaine visé par le Titre</li> </ul> <p>En cas de prérequis autre (notamment une expérience pro hors secteur), une dérogation exceptionnelle est à demander (via un dossier complet : VAP,</p>

	<p>attestation employeur ou autres preuves d'une expérience professionnelle, personnelle ou associative permettant l'acquisition de compétences connexes...) et qui sera étudié par le Référent pédagogique.</p> <p>Pré-requis techniques : Disposer d'un ordinateur récent (double écran recommandé) et d'une bonne connexion à internet</p>
<b>DURÉE DES CONTRATS</b>	20 à 24 mois

## I - OBJECTIFS DE LA FORMATION

Cette formation permet d'acquérir les connaissances et compétences métiers en gestion de patrimoine immobilier, qui seront évaluées et validées par l'obtention de la certification professionnelle **Expert en ingénierie patrimoniale**.

### **Les principales activités 'métier' maîtrisées à l'issue de la formation :**

- Elaboration et pilotage de la stratégie commerciale
- Gestion du budget et pilotage de la performance commerciale
- Pilotage du business développement
- Stratégies innovantes de management de l'équipe commerciale
- Management de projet de transformation et/ou d'innovation.

### **Les compétences évaluées concernent :**

- Réaliser un diagnostic stratégique d'une organisation en analysant son environnement macro-économique à l'aide d'études de marché, son portefeuille produit et ses opportunités de développement de manière à identifier les forces et les faiblesses de la business unit et/ou de l'organisation et les opportunités et menaces sur son/ses marchés.
- Elaborer un dispositif de veille scientifique, technique, technologique, réglementaire, sectorielle et concurrentielle en :
  - définissant les objectifs de veille,
  - mobilisant des méthodologies de recherche, traitement et exploitation de données,
  - évaluant la fiabilité du protocole, afin de répondre aux enjeux de la business unit et de s'adapter aux évolutions des conditions de marché.
- Identifier les opportunités de développement en France ou à l'international de l'activité de sa business unit, sur la base d'un système de veille proactif (concurrentiel, juridique, technologique, technique, positionnement et notoriété) de manière à élaborer la stratégie de développement d'une BU.
- Elaborer la stratégie de développement d'une BU, à partir des opportunités préalablement définies, en s'appuyant sur le diagnostic stratégique et opérationnel ainsi que l'évaluation du marché de manière à la présenter à la direction générale
- Piloter les outils de suivi et mesure de l'efficacité de la stratégie de développement d'une BU, ainsi que les indicateurs de performances associés de manière à évaluer l'impact des décisions stratégiques et opérationnelles.
- Défendre la stratégie de développement d'une Business Unit auprès de la direction générale, en présentant un business plan, au moyen en traitant les objections potentielles de manière à convaincre son auditoire.
- Évaluer la structure financière et comptable d'une business unit en se basant sur sa rentabilité passée et prévisionnelle ; et en identifiant des sources de marge additionnelle et les risques de manière à élaborer des préconisations visant à l'optimisation de ses performances économiques.
- Élaborer le budget prévisionnel d'exploitation comprenant les prévisions de chiffres d'affaires (objectifs commerciaux) et les coûts (charges fixes, variables, prestations, coût cachés...) d'un produit ou d'un service sur un marché français et/ou étranger
- Piloter la performance de la Business Unit, en collaboration avec la (les) direction(s) financière(s) de l'organisation, au travers de réunions de gestion en identifiant et corrigeant les éventuels écarts permettant d'identifier et corriger les risques associés en conformité avec la stratégie de l'entreprise.
- Concevoir et déployer un plan d'actions marketing et commercial à destination d'une cible client interne et/ou externe en s'appuyant sur :
  - L'analyse de l'environnement,
  - Le positionnement de l'entreprise, de manière à assurer la performance économique de la BU
- Élaborer ou participer à l'élaboration de la proposition de valeur et l'argumentaire associés à un produit ou un service en cohérence avec la stratégie marketing et commerciale de l'organisation afin de soutenir la stratégie marketing de l'organisation.
- Elaborer un plan de communication selon la cible (interne/externe) en la structurant autour :
  - Des objectifs de communication et KPI attendus
  - Des actions et/ou dispositifs de communication mis en œuvre,
  - D'un planning défini, de manière à susciter l'adhésion et l'engagement de son auditoire

- Piloter les outils de suivi et mesure de l'efficacité des plans d'actions marketing et commercial en veillant à :
  - La sélection des indicateurs de suivi des actions,
  - L'analyse des résultats des actions de marketing mix et mise en œuvre d'actions correctives le cas échéant, afin de soutenir les objectifs de performance de la BU sur un exercice.
- Réaliser un audit organisationnel et/ou de gouvernance d'une business unit en se basant sur une étude de sa structure fonctionnelle, son système d'information et ses procédures afin d'évaluer les risques pouvant menacer le fonctionnement de la BU.
- Évaluer l'adéquation entre les compétences des collaborateurs de la BU et le besoin en compétences nécessaire au soutien des orientations stratégiques de manière à concevoir un plan de développement de compétences, de formation, et/ou de recrutement.
- Organiser des entretiens de recrutement (interne et externe) adaptés aux postes à pourvoir, en collaboration avec la direction des ressources humaines, en veillant à la nondiscrimination des candidats, afin de renforcer la BU.
- Accompagner les collaborateurs dans la définition et la réalisation de leurs objectifs individuels et collectifs dans le respect des obligations légales et contractuelles en :
  - Évaluant le niveau de compétences et de motivation
  - Capitalisant sur les résultats des entretiens individuels d'évaluation et entretiens professionnels,
  - Organisant des réunions d'équipe rappelant les actions, les objectifs et les moyens nécessaires,
  - Résolvant les problèmes d'organisation et les conflits éventuels
- Mettre en œuvre un management de délégation en définissant des objectifs SMART, les méthodes et les modalités de mise en œuvre ainsi que les indicateurs de performance afin de renforcer l'efficacité collective.
- Concevoir un projet de transformation et/ou d'innovation à l'échelle d'une BU sur la base d'une étude d'opportunité évaluant le retour sur investissement, en mobilisant des outils d'idéation (type design thinking ou projection) afin de soutenir les objectifs stratégiques de l'organisation
- Définir l'organisation et les étapes d'un projet de transformation et/ou d'innovation, les principaux livrables, les besoins en ressources humaines, matérielles et financières, afin de les formaliser sous la forme d'un cahier des charges.
- Identifier et sélectionner des partenaires (prestataires, fournisseurs, experts...) sur la base d'une grille de critères spécifiques de manière à lancer un projet de transformation et/ou d'innovation à l'échelle d'une BU ou d'une organisation.
- Évaluer un projet de transformation et/ou d'innovation sur la base d'indicateurs de suivi et de performance, ainsi que sur les résultats des enquêtes qualitatives et quantitatives auprès des clients internes/externes afin de rédiger un rapport de clôture du projet.
- Piloter l'accompagnement au changement et l'innovation au sein d'une BU en mobilisant des outils et méthodes adaptés à la singularité des personnes et des situations de manière à permettre l'acculturation des collaborateurs et la gestion des résistances.

## Les attendus lors de l'expérience en entreprise (en cas de stage ou alternance)

L'ensemble des compétences précitées sont à mettre en œuvre en entreprise, sous la responsabilité du tuteur ou du maître d'apprentissage. Des compétences transverses de savoir-être personnel et professionnel (et softskills) peuvent également être évaluées, dans une granularité variable selon l'importance dans le métier visé.

## II - CONTENU DE LA FORMATION

Votre programme Studi	Modules de formation	Nombre d'heures	Nombre total d'heures du bloc
<b>Commencer ma formation MBA Manager de Business Unit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bien démarrer ma formation</li> <li>● Apprendre à apprendre : comment ça fonctionne ?</li> <li>● Apprendre à apprendre : gestion du temps</li> <li>● Apprendre à apprendre : gestion du stress</li> <li>● Favoriser son immersion professionnelle et son employabilité</li> </ul>	<b>5h</b>	<b>5h</b>
<b>Elaboration et pilotage de la stratégie commerciale</b>	Détail du contenu de formation <ul style="list-style-type: none"> <li>● Comprendre la réflexion stratégique</li> <li>● Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement commercial</li> <li>● Analyser les ressources de la direction marketing et commercial</li> </ul>	102 h	135h

<p><b>RNCP35961BC01</b>  <b>Conception de la stratégie globale de sa business unit à partir d'un diagnostic stratégique et opérationnel</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déterminer les choix et les décisions stratégiques de la Business Unit</li> <li>• Comprendre la veille et ses enjeux</li> <li>• Analyser et exploiter les informations et en organiser la diffusion</li> <li>• Evaluer la concurrence de la Business Unit</li> <li>• Concevoir une stratégie nationale et à l'international</li> <li>• Fixer les objectifs pertinents de la direction marketing et commerciale</li> <li>• Adapter la stratégie globale à la direction marketing et commerciale</li> <li>• Déterminer les conséquences des décisions sur la direction marketing et commerciale</li> <li>• Déterminer les indicateurs de performance indispensables à la direction marketing et commerciale</li> <li>• Piloter les outils de mesure</li> <li>• Auditer les résultats de la direction marketing et commerciale</li> <li>• Concevoir le business plan de la BU</li> <li>• Planifier la stratégie de la direction marketing et commerciale</li> <li>• Convaincre son auditoire</li> <li>• Application du bloc Elaboration et pilotage de la stratégie marketing et commerciale</li> </ul>		
	<p><b>Evaluations en cours de formation :</b>  <i>Des évaluations ponctuent l'ensemble de la formation, elles sont soit auto-évaluées, soit corrigées et notées par les formateurs experts du parcours de formation afin de valider les compétences acquises.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Applications</li> <li>• Evaluation d'entraînement</li> </ul>	13 h	
	<p><b>Epreuves d'Examen :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une épreuve écrite de type étude de cas basée sur des problématiques d'entreprises données en marketing et/ou commerce</li> <li>• Une vidéo de soutenance: Vidéo de 6 à 8 mn max de présentation du livrable réalisé (les étapes, la méthodologie, rendu/ synthèse générale, observations éventuelles (limites ou obstacles rencontrés) et REX)</li> </ul>	20 h	
<p><b>Gestion du budget et pilotage de la performance marketing et commerciale</b></p> <p><b>RNCP35961BC02</b></p> <p><b>Planification, optimisation, gestion du budget et coordination des aspects financiers d'un service et/ou d'une direction</b></p>	<p>Détail du contenu de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre et estimer les ressources financières de la direction marketing et commerciale</li> <li>• Évaluer les résultats financiers de la direction marketing et commerciale</li> <li>• Formuler des axes de développement</li> <li>• Comprendre les composantes du budget d'exploitation de la BU</li> <li>• Participer à l'élaboration du budget d'exploitation de la BU</li> <li>• Comprendre les budgets et compte de résultat de la BU</li> <li>• Piloter les indicateurs de performance de la direction marketing et commerciale</li> <li>• Comprendre les fondamentaux du droit commercial</li> </ul>	79 h	110h

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Application du bloc Gestion du budget et pilotage de la performance marketing et commerciale</li> </ul>		
	<p><b>Evaluations en cours de formation :</b> Des évaluations ponctuent l'ensemble de la formation, elles sont soit auto-évaluées, soit corrigées et notées par les formateurs experts du parcours de formation afin de valider les compétences acquises.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Applications</li> <li>Evaluations d'entraînement</li> </ul>	11 h	
	<p><b>Epreuves d'Examen :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Une épreuve écrite de type étude de cas basée sur une problématique portant sur une entreprise réelle ou fictive.</li> <li>Une vidéo de soutenance: Vidéo de 6 à 8 mn max de présentation du livrable réalisé (les étapes, la méthodologie, rendu/ synthèse générale, observations éventuelles (limites ou obstacles rencontrés) et REX)</li> </ul>	20 h	
<p><b>Pilotage du business développement</b> RNCP35961BC03</p> <p><b>Promotion d'un produit et/ou service à destination de client interne et/ou externe en France et à l'international</b></p>	<p>Détail du contenu de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Définir la stratégie de négociation</li> <li>Réaliser le diagnostic de positionnement de ses marchés</li> <li>Elaborer les recommandations marketing et commerciales</li> <li>Piloter les canaux de vente</li> <li>Concevoir une proposition de valeur pertinente</li> <li>Construire une stratégie marketing et commerciale à l'international</li> <li>Utiliser les outils digitaux comme levier de développement</li> <li>Le social selling comme moteur de prospection</li> <li>Concevoir un plan de communication adapté à la cible</li> <li>Mesurer l'efficacité du plan d'action marketing et commercial</li> <li>Mesurer la performance des ventes et créer des rapports</li> </ul>	57 h	
	<p><b>Evaluations en cours de formation :</b> Des évaluations ponctuent l'ensemble de la formation, elles sont soit auto-évaluées, soit corrigées et notées par les formateurs experts du parcours de formation afin de valider les compétences acquises.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Applications</li> <li>Evaluation d'entraînement</li> </ul>	11 h	70 h
	<p><b>Epreuves d'Examen :</b> Une épreuve écrite d'examen, en 2 parties :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Une partie de type projet, avec des livrables à fournir à partir de contextes professionnels reconstitués</li> <li>Une partie de type cas pratiques, étude de cas</li> </ul> <p>Une vidéo de soutenance de l'étude de cas réalisée</p>	2 h	
<p><b>Stratégies innovantes de management d'une équipe marketing et commerciale</b> RNCP35961BC04</p>	<p>Détail du contenu de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comprendre et piloter une direction commerciale</li> <li>Accompagner la montée en compétence des ressources humaines.</li> <li>Piloter le développement des ressources humaines</li> <li>Accompagner une équipe et la faire grandir</li> </ul>	85 h	105 h

<b>Accompagnement du développement des individus, des équipes et de l'organisation dans une logique de management de proximité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piloter la performance d'une organisation</li> <li>• Maîtriser les fondamentaux du Management</li> <li>• Engager les collaborateurs et piloter la performance</li> </ul>		
	<b>Evaluations en cours de formation :</b> <i>Des évaluations ponctuent l'ensemble de la formation, elles sont soit auto-évaluées, soit corrigées et notées par les formateurs experts du parcours de formation afin de valider les compétences acquises.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Applications</li> <li>• Evaluation d'entraînement</li> </ul>	12 h	
	<b>Epreuves d'Examen :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une épreuve écrite de type dossier de consulting pourtant sur un audit sur entreprise réelle ou fictive.</li> </ul>	8 h	
<b>Management de projet de transformation et/ou d'innovation</b>  <b>RNCP35961BC05</b>  <b>Management de projet de transformation et/ou d'innovation orienté client</b>	<b>Détail du contenu de formation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concevoir un projet de transformation</li> <li>• Organiser un projet de transformation</li> <li>• Recruter et piloter les parties prenantes du projet de transformation</li> <li>• Mesurer l'efficacité de son projet</li> <li>• Accompagner le changement en interne</li> </ul>	93 h	125 h
	<b>Evaluations en cours de formation :</b> <i>Des évaluations ponctuent l'ensemble de la formation, elles sont soit auto-évaluées, soit corrigées et notées par les formateurs experts du parcours de formation afin de valider les compétences acquises.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Applications</li> <li>• Evaluation d'entraînement</li> </ul>	12 h	
	<b>Epreuves d'Examen :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une épreuve écrite de type dossier de consulting sur un projet de transformation sur entreprise réelle ou fictive.</li> </ul>	20 h	
<b>EPREUVES FINALES D'EXAMEN</b>  Validation (réussite) des examens de chaque bloc de compétences (cumul de blocs validés)		/	
<b>TOTAL Durée conseillée du programme de formation</b>		<b>550 h</b>	

En cas de formation certifiante (TP et Titre RNCP - hors Diplôme d'Etat) réalisée en alternance via un contrat d'apprentissage, un pack complémentaire de contenus et services spécifiques est inclus :

Niveaux de formation	Durée des contrats	Durée formation support	Contenus et services de renforcement et accompagnement pédagogique dédiés aux apprenants en contrat d'apprentissage	Durée totale et maximale du parcours en alternance
MBA	20 à 24 mois	550 h	<p>Pack alternant : contenus et services dédiés aux besoins du public en contrat d'apprentissage (104 h)</p> <p>Digital Skills (Studi +) : 2 programmes courts dédiés aux digital skills au choix parmi le catalogue, permettant de se former et s'exercer aux logiciels les plus adaptés à son entreprise (105 h)</p> <p>Le rapport professionnel de l'alternant: rédaction d'un livrable analytique en 3 parties, à remplir au fur et à mesure de ses pratiques et observations en entreprise (46 h)**</p> <p><b>**Temps de travail personnel non connecté sur la plate-forme</b></p>	805 h

Ces durées totales et maximales de formation proposées en contrat d'apprentissage s'ajustent dans les plannings en fonction de la durée des contrats (en mois).

N.B. : Ne sont pas incluses les éventuelles remises à niveau proposées en fonction des résultats au test de positionnement réalisé à l'entrée en formation

### III - DÉROULEMENT ET ACCOMPAGNEMENT

#### Modalités et délais d'accès à la formation

- Selon le dispositif, l'accès à la prestation, ses modalités peuvent comporter une ou plusieurs des étapes suivantes :
  - Information individuelle ou collective,
  - Dossier de demande de formation,
  - Identification, voire évaluation des acquis,
  - Entretien individuel de conseil en formation, de façon à définir le parcours le plus adapté entre un parcours standard, un parcours raccourci ou un parcours renforcé.
- Le délai d'accès à la formation dépend de la programmation et des places disponibles, en constante évolution. Vous pouvez consulter en ligne les dates programmées pour chaque site et contacter un conseiller client au 01 74 888 888 pour plus d'informations.

#### Déroulement de la formation

- Inscription et démarrage tout l'année
- **Durée de référence de l'action de formation : 805 h** hors période en entreprise. Cette durée peut varier selon le statut de l'apprenant ou le type de contrat, en fonction des contenus, services et/ou accompagnements spécifiques associés. La durée prise en compte sera précisée dans le document contractuel.
- A la durée de formation s'ajoute une période de formation en milieu professionnel :
  - en alternance (dans le cadre d'un des dispositifs de l'alternance (contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation ou le cas échéant Pro A)
- Possibilité de se connecter de façon illimitée et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues,
- Planning individualisé en fonction des contraintes de l'apprenant, selon le type de financement du parcours de formation et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le chargé de relation apprenant et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning).

- L'apprenant sera en relation permanente avec le service relation apprenant de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- Afin d'assurer un accompagnement de qualité qui permet à l'apprenant d'acquérir toutes les compétences et connaissances du parcours proposé, il est demandé à l'apprenant de réaliser obligatoirement les épreuves de Certificats Studi pour chaque bloc de compétences et d'un Diplôme Studi.

### **Moyens pédagogiques :**

- Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera différentes activités d'apprentissage FOAD portées par la plateforme de formation en ligne et par les applications mobiles mises à disposition par STUDI
- L'accès à des ressources pédagogiques spécifiques au parcours et à des ressources complémentaires est disponible en ligne (Modules e-learning, PPT, Voix-off, vidéos) mais également hors connexion (documents PDF)
- Le centre de formation dispose d'outils de conception de séquences de formation modernes et performants comprenant des lives, des classes virtuelles, des supports "clé en main" (supports audio et visuels), des outils multimédias
- Des exercices pratiques dont des travaux encadrés et évalués (Évaluations en cours de formation d'une durée totale estimée : 59 h) sont proposés tout au long de la formation

### **Accompagnement personnel et individualisé, avec :**

- Un accès illimité à la plateforme de formation digitale et sur applications mobiles, à l'ensemble des ressources et prestations d'accompagnement, est offert à l'apprenant pendant la durée de sa formation.
- Un accompagnement individuel régulier de la part de l'équipe de l'Education Team : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les chargés de relation apprenant de la Customer Experience & Success et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la SDO (Service Delivery Operations).
- Des formateurs, enseignants et professionnels choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 48h ouvrées maximum, avec réponse synchrone via l'animation de lives pédagogiques et asynchrone via les forums des cours, messageries privées, et corrections personnalisées de devoirs.
- Suivi individualisé par entretien
- Suivi des progressions pédagogiques et assiduité
- La première communauté française d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.
- Des applications web et mobiles IOS/Android.
- Un accompagnement personnalisé vers l'emploi par le Career Center.

### **Encadrement technique :**

- Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités : un référent est identifié pour assister les apprenants lors de difficultés en relation avec les moyens techniques (connexion, matériel, plateforme...). Il reste disponible pour l'apprenant sous un délai de : 24h maximum

## **IV – MODALITÉS D'ÉVALUATION des ACQUIS**

### **Certification professionnelle**

La formation de l'apprenant aboutit à une session d'examen de type distancielle débouchant en cas de validation à un Titre de niveau 7.

Pour obtenir le Titre **Manager de Business Unit**, il faut :

- Réaliser les évaluations d'entraînement obligatoires par bloc de compétences
- Réaliser et valider l'examen certifiant de chaque bloc de compétences du Titre

L'organisation des épreuves de validation finale se fait conformément aux termes du règlement intérieur.

A l'issue de la formation et dans le cas où l'apprenant réussit les examens, il se verra remettre :

- Une attestation de validation de bloc si l'apprenant n'a passé que des épreuves liées aux blocs ou si l'apprenant est en réussite partielle sur le titre.
- Un parchemin si les épreuves de l'ensemble du Titre sont validées.
- Une attestation de fin de formation, remise par Studi.

## Aménagements des épreuves pour personnes en situation de handicap

Sur présentation de documents officiels relatifs au handicap (RQTH, carte d'invalidité, etc.), l'Apprenant peut bénéficier d'aménagements des épreuves (temps supplémentaire et/ou aides humaines et techniques).

Dans ce cadre, les aménagements d'examen sont possibles sur les épreuves afin de répondre au mieux à vos besoins spécifiques, en contactant le service pédagogique Studi.

Une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'Apprenant via [handicap@studi.fr](mailto:handicap@studi.fr)

## Evaluation de la satisfaction

A l'issue de votre formation, une enquête de satisfaction vous sera demandée.

## V – SUITE DE PARCOURS ET DÉBOUCHÉS

**Les emplois accessibles à l'issue de la formation, une fois la certification professionnelle Manager de Business Unit obtenue :**

- Directeur commercial
- Responsable du développement des ventes
- Business development manager
- Key account manager
- Ingénieur chargé d'affaires
- Manageur de transition
- Directeur service client
- Business coordinateur.

**Les suites de parcours accessibles une fois la certification professionnelle Manager de Business Unit obtenue :**

- Il est possible d'intégrer directement le marché du travail

Cette liste n'est pas exhaustive. Il existe d'autres poursuites possibles.

## VI- LISTE DES FORMATEURS ET QUALIFICATIONS

**Formateur référent du parcours : COCHINI Samuel** - London - Versatile Sales Person Training / Amsterdam - Siebel – ESP TAS account management / Amsterdam - Siebel – Strategic Account Planning

### 1. **RNCP35961BC01 Conception de la stratégie globale de sa business unit à partir d'un diagnostic stratégique et opérationnel**

**MANIEZ Isabelle** - CAPET Economie Gestion Commerciale - 20 ans d'expérience

**GONZALEZ Marion** - Mastère : Développement des entreprises et des organisations (option marketing digital) - Consultante en marketing - 5 ans d'expérience

**VARON Anne** - DESS Gestion de l'entreprise - Formatrice consultante - 20 ans d'expérience

**LABOUREUR Céline** - Certification ESSEC-ORANGE - Formatrice consultante et vacataire - 20 ans d'expérience

**ARNAUD Estelle** - Master 2 Direction Commerciale - Directrice de Région Sud Est du Groupe Yves Rocher & Formatrice - 12 ans d'expérience

**RITZENTHALER Emmanuel** - Maîtrise Marketing et Vente & Diplôme de coach professionnel - Directeur Régional du Groupe Yves Rocher - 30 ans d'expérience

**GITZHOFFER Anne** - CAPET CAER ECO-GESTION COMMERCIALE - Formatrice en Marketing - 30 ans d'expérience

**EREN Yohan** - Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion - Formateur indépendant en comptabilité - 13 ans d'expérience

### 2. **RNCP35961BC02 Planification, optimisation, gestion du budget et coordination des aspects financiers d'un service et/ou d'une direction**

**MANIEZ Isabelle** - CAPET Economie Gestion Commerciale - 20 ans d'expérience

**GONZALEZ Marion** - Mastère : Développement des entreprises et des organisations (option marketing digital) - Consultante en marketing - 5 ans d'expérience

**VARON Anne** - DESS Gestion de l'entreprise - Formatrice consultante - 20 ans d'expérience

**LABOUREUR Céline** - Certification ESSEC-ORANGE - Formatrice consultante et vacataire - 20 ans d'expérience

**ARNAUD Estelle** - Master 2 Direction Commerciale - Directrice de Région Sud Est du Groupe Yves Rocher & Formatrice - 12 ans d'expérience

**RITZENTHALER Emmanuel** - Maîtrise Marketing et Vente & Diplôme de coach professionnel - Directeur Régional du Groupe Yves Rocher - 30 ans d'expérience

**GITZHOFFER Anne** - CAPET CAER ECO-GESTION COMMERCIALE - Formatrice en Marketing - 30 ans d'expérience

**EREN Yohan** - Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion - Formateur indépendant en comptabilité - 13 ans d'expérience

3. **RNCP35961BC03 Promotion d'un produit et/ou service à destination de client interne et/ou externe en France et à l'international**

**MANIEZ Isabelle** - CAPET Economie Gestion Commerciale - 20 ans d'expérience

**GONZALEZ Marion** - Mastère : Développement des entreprises et des organisations (option marketing digital) - Consultante en marketing - 5 ans d'expérience

**VARON Anne** - DESS Gestion de l'entreprise - Formatrice consultante - 20 ans d'expérience

**LABOUREUR Céline** - Certification ESSEC-ORANGE - Formatrice consultante et vacataire - 20 ans d'expérience

**ARNAUD Estelle** - Master 2 Direction Commerciale - Directrice de Région Sud Est du Groupe Yves Rocher & Formatrice - 12 ans d'expérience

**RITZENTHALER Emmanuel** - Maîtrise Marketing et Vente & Diplôme de coach professionnel - Directeur Régional du Groupe Yves Rocher - 30 ans d'expérience

**GITZHOFFER Anne** - CAPET CAER ECO-GESTION COMMERCIALE - Formatrice en Marketing - 30 ans d'expérience

**EREN Yohan** - Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion - Formateur indépendant en comptabilité - 13 ans d'expérience

4. **RNCP35961BC04 Accompagnement du développement des individus, des équipes et de l'organisation dans une logique de management de proximité**

**MANIEZ Isabelle** - CAPET Economie Gestion Commerciale - 20 ans d'expérience

**GONZALEZ Marion** - Mastère : Développement des entreprises et des organisations (option marketing digital) - Consultante en marketing - 5 ans d'expérience

**VARON Anne** - DESS Gestion de l'entreprise - Formatrice consultante - 20 ans d'expérience

**LABOUREUR Céline** - Certification ESSEC-ORANGE - Formatrice consultante et vacataire - 20 ans d'expérience

**ARNAUD Estelle** - Master 2 Direction Commerciale - Directrice de Région Sud Est du Groupe Yves Rocher & Formatrice - 12 ans d'expérience

**RITZENTHALER Emmanuel** - Maîtrise Marketing et Vente & Diplôme de coach professionnel - Directeur Régional du Groupe Yves Rocher - 30 ans d'expérience

**GITZHOFFER Anne** - CAPET CAER ECO-GESTION COMMERCIALE - Formatrice en Marketing - 30 ans d'expérience

**EREN Yohan** - Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion - Formateur indépendant en comptabilité - 13 ans d'expérience

5. **RNCP35961BC05 Management de projet de transformation et/ou d'innovation orienté client**

**MANIEZ Isabelle** - CAPET Economie Gestion Commerciale - 20 ans d'expérience

**GONZALEZ Marion** - Mastère : Développement des entreprises et des organisations (option marketing digital) - Consultante en marketing - 5 ans d'expérience

**VARON Anne** - DESS Gestion de l'entreprise - Formatrice consultante - 20 ans d'expérience

**LABOUREUR Céline** - Certification ESSEC-ORANGE - Formatrice consultante et vacataire - 20 ans d'expérience

**ARNAUD Estelle** - Master 2 Direction Commerciale - Directrice de Région Sud Est du Groupe Yves Rocher & Formatrice - 12 ans d'expérience

**RITZENTHALER Emmanuel** - Maîtrise Marketing et Vente & Diplôme de coach professionnel - Directeur Régional du Groupe Yves Rocher - 30 ans d'expérience

**GITZHOFFER Anne** - CAPET CAER ECO-GESTION COMMERCIALE - Formatrice en Marketing - 30 ans d'expérience

**EREN Yohan** - Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion - Formateur indépendant en comptabilité - 13 ans d'expérience

Chaque fois que nécessaire, vous pouvez contacter votre conseiller en formation: `{{!Name1_es_:fullname}}`

[business@studi.fr](mailto:business@studi.fr) / 01 74 888 888

{{Signature Block2\_es\_:signer1:signatureblock}}

{{Signature Block2\_es\_:signer2:signatureblock}}