



école supérieure  
du commerce et des services



un réseau



# Gestionnaire d'Unité Commerciale option Commerce-Distribution

Présentation du métier et du  
référentiel de formation

*Document mis à jour le 20 février 2020*

## PRESENTATION DU METIER

---

L'objectif est de former des futurs collaborateurs au poste de vendeur, assistant(e) commercial(e), commercial(e) sédentaire... Le gestionnaire d'unité commerciale a la responsabilité d'un rayon, d'une boutique, d'un point de vente. Sa mission le conduit à conseiller et orienter la clientèle au sein d'un département vente. Il met en application la stratégie commerciale de son point de vente. En contact direct avec la clientèle, il peut être force de propositions afin de tenir compte de l'attente des clients et de l'évolution du marché. Base de la force commerciale, il/elle sera appelé(e) à travailler auprès de clientèles de tous les secteurs socioprofessionnels.

Sa mission s'organise autour de 4 axes principaux :

- accueillir le client, détecter ses besoins, conclure la vente et participer à la gestion de l'après-vente ;
- réceptionner les produits, gérer les stocks ;
- participer à l'élaboration de la politique d'achat et d'approvisionnement, promouvoir les produits et les services de l'entreprise et/ou du point de vente
- et décliner la stratégie commerciale de l'entreprise.

Cette option « **Commerce-Distribution** » vise à l'acquisition de connaissances et de compétences nécessaires à la conduite d'activités liées à ce secteur d'activité.

La maîtrise de ces savoirs doit permettre à l'alternant :

- de développer une forte capacité d'autonomie et de créativité commerciale,
- d'organiser et de planifier son travail,
- et d'être force de propositions,

dans le respect de la réglementation et de la déontologie.

La formation se déroule en alternance dans le cadre d'un contrat d'apprentissage, d'un contrat de professionnalisation (jeune ou adulte), d'une période de professionnalisation (possibilité de suivre que certains modules d'enseignement).

# **GESTIONNAIRE D'UNITE COMMERCIALE**

## **OPTION COMMERCE-DISTRIBUTION**

**1 100 heures sur 24 mois**

---

**BLOC A : METTRE EN ŒUVRE LES ACTIONS COMMERCIALES ET  
OPERATIONS MARKETING DU POINT DE VENTE** **189 Heures**

**BLOC A SPECIALISATION : COMMERCE ET DISTRIBUTION** **238 Heures**

**BLOC B : PARTICIPER A L'ORGANISATION DU FONCTIONNEMENT  
DE L'UNITE ET A L'ANIMATION D'EQUIPE** **126 Heures**

**BLOC C : OPTIMISER LA RELATION CLIENTS AU SEIN DE L'UNITE  
COMMERCIALE** **154 Heures**

**BLOC D : ASSURER LA GESTION ET LE SUIVI ADMINISTRATIF DE  
L'UNITE COMMERCIALE** **154 Heures**

**MODULES COMPLEMENTAIRES** **239 Heures**

## DETAILS DES ENSEIGNEMENTS PAR BLOC DE COMPETENCES

BLOC DE COMPETENCES A : METTRE EN ŒUVRE LES ACTIONS COMMERCIALES ET OPERATIONS MARKETING DU POINT DE VENTE – 189H				
Référentiel d'activités		Référentiel formation		Référentiel de certification
Activités et tâches	Compétences associées et évaluées	Modules	Volume horaire	Critères d'évaluation
<p><u>Principales activités :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'étude de la concurrence et des évolutions du marché</li> <li>- La mise en œuvre de stratégies et de techniques de promotion et/ou de valorisation des produits et services</li> <li>- L'organisation de l'espace</li> <li>- La réalisation d'actions commerciales</li> </ul>	<p>En tenant compte de son environnement local et des évolutions du marché, mettre en œuvre des actions commerciales et des opérations de marketing permettant de dynamiser ses ventes tout en respectant l'image de l'enseigne ou de la marque.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. En identifiant les principaux acteurs implantés localement, repérer leur positionnement et leur zone d'influence, afin de mieux identifier le marché et la concurrence existante.</li> <li>2. En allant sur les différents points de vente situés sur sa zone, étudier les offres et prix pratiqués en suivant les évolutions des marchés au niveau des produits/services et de la clientèle.</li> <li>3. En observant les différents points de vente, analyser les parcours proposés et les présentations effectuées afin de se renouveler dans ses techniques de valorisation des produits.</li> <li>4. En s'informant auprès de différents professionnels ou via la presse, suivre les tendances en émergence et les facteurs ayant des influences en matière d'achat.</li> <li>5. En cohérence avec l'image de l'enseigne ou de la marque, et afin de faciliter la circulation des clients, organiser l'espace en veillant à ce que les éléments de décor et l'ambiance soient en adéquation avec les produits/services.</li> <li>6. En tirant des enseignements des observations effectuées auprès d'autres professionnels, trouver de nouvelles idées de valorisation ou de promotion des produits/services à commercialiser en veillant à trouver un bon équilibre d'exposition entre produits d'appels et produits qualitatifs.</li> <li>7. Afin de dynamiser ses ventes, optimiser l'utilisation des différents supports de communications commerciales physiques ou dématérialisées permettant d'attirer l'attention des clients.</li> </ol>	<p>MA1 Assurer une veille commerciale de la concurrence</p> <p>MA2 Identifier la demande sur son marché</p> <p>MA3 Analyser l'offre sur son marché</p> <p>MA4 Maîtriser les techniques de merchandising</p> <p>MA5 Maîtriser les techniques de promotion du produit/service</p> <p>MA6 Intégrer l'omnicanal dans le commerce</p> <p>MA7 Utiliser les outils bureautiques dans la mise en œuvre des actions commerciales (traitement de texte, outil de présentation)</p> <p>MA8 Appliquer une méthodologie de projet</p>	<p>14h</p> <p>28h</p> <p>28h</p> <p>28h</p> <p>28h</p> <p>21h</p> <p>21h</p> <p>21h</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification des principaux concurrents</li> <li>- Repérage de leurs forces et faiblesses</li> <li>- Analyse de son offre commerciale</li> <li>- Identification des forces et faiblesses de son offre</li> <li>- Proposition d'un ou deux axes d'amélioration</li> <li>- Analyse quantitative et/ou qualitative des actions réalisées</li> <li>- Identification des conditions de réussite ou d'échec d'une action</li> <li>- Préconisations d'ajustements possibles en cohérence avec les analyses effectuées</li> </ul>

**BLOC DE COMPETENCES B : PARTICIPER A L'ORGANISATION DU FONCTIONNEMENT DE L'UNITE ET A L'ANIMATION D'EQUIPE – 126H**

Référentiel d'activités		Référentiel formation		Référentiel de certification
Activités et tâches	Compétences associées et évaluées	Modules	Volume horaire	Critères d'évaluation
<p><u>Principales activités :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'organisation du travail et le planning des collaborateurs</li> <li>- Le contrôle des activités réalisées</li> <li>- La gestion des situations problèmes</li> <li>- La transmission des données administratives liées à la gestion des salariés</li> </ul>	<p>En tenant compte des fluctuations de l'activité selon les heures et les saisons, collaborer à l'organisation du fonctionnement de son unité, à l'élaboration de son planning et à celui d'un ou plusieurs collaborateurs, tout en veillant au travail réalisé.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. En déterminant les tâches et activités à réaliser, participer à l'organisation du fonctionnement de l'unité, en hiérarchisant les priorités.</li> <li>2. En respectant le code du travail, contribuer à l'élaboration de son planning et à celui d'un ou plusieurs collaborateurs, en tenant compte des heures de fréquentation et en répartissant les tâches à effectuer selon les compétences.</li> <li>3. En s'assurant du travail effectué, contrôler les résultats obtenus, en vérifiant le respect des règles et normes établies.</li> <li>4. En prenant l'avis d'un ou plusieurs collaborateurs, proposer des solutions opérationnelles à mettre en œuvre en identifiant les points pouvant faire l'objet d'une amélioration.</li> <li>5. En respectant les intérêts de chacun, résoudre une situation présentant un problème interne, en trouvant une solution adaptée.</li> <li>6. Afin de contribuer au développement de leurs compétences, former un ou plusieurs collaborateurs en situation de travail, en veillant à leur comportement vis-à-vis de la clientèle et en déterminant avec eux les axes de progrès à réaliser.</li> <li>7. Afin de contribuer à l'établissement des contrats de travail et des bulletins de salaires, recueillir les données nécessaires au suivi administratif des salariés, en les transmettant à sa hiérarchie, au service RH ou au service comptable.</li> </ol>	<p>MB1 Organiser son temps et planifier son travail</p> <p>MB2 Respecter le droit du travail applicable à son environnement</p> <p>MB3 Adapter sa communication interpersonnelle</p> <p>MB4 Accueillir un nouveau collaborateur</p> <p>MB5 Accompagner quotidiennement un collaborateur</p>	<p>42h</p> <p>28h</p> <p>42h</p> <p>7h</p> <p>7h</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertinence de l'analyse du fonctionnement actuel</li> <li>- Identification des points forts et faibles</li> <li>- Proposition d'axes d'amélioration</li> <li>- Pertinence des axes proposés par rapport au contexte</li> <li>- Respect de la réglementation sociale</li> <li>- Prise en compte des différentes composantes de la situation</li> <li>- Prise de distance par rapport à la situation</li> <li>- Pertinence de l'analyse</li> <li>- Remise en cause de son positionnement</li> <li>- Choix d'actions adaptées à l'analyse effectuée</li> </ul>

**BLOC DE COMPETENCES C : OPTIMISER LA RELATION CLIENTS AU SEIN DE L'UNITE COMMERCIALE – 154H**

Référentiel d'activités		Référentiel formation		Référentiel de certification
Activités et tâches	Compétences associées et évaluées	Modules	Volume horaire	Critères d'évaluation
<p><u>Principales activités :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'identification des caractéristiques de ses clients</li> <li>- Leur accueil et la prise en compte de leurs besoins</li> <li>- Le conseil et la réalisation des ventes</li> <li>- L'optimisation du niveau de satisfaction des clients</li> </ul>	<p>En se référant aux données capitalisées sur eux, et en tenant compte de leurs caractéristiques, gérer la relation client en veillant à leur niveau de satisfaction et en contribuant à leur fidélisation.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Afin de déterminer les améliorations à apporter à ses offres, vérifier le niveau de satisfaction des clients, en mettant en œuvre différents modes de recueil d'informations.</li> <li>2. En fonction des cibles visées, analyser les caractéristiques des clients selon leur catégorie d'appartenance et leur typologie, afin d'identifier les facteurs qui contribuent à leur décision d'achat.</li> <li>3. Afin de maintenir son volant de clientèle, contribuer à la fidélisation des clients en leur faisant bénéficier des gratifications/avantages offerts par son enseigne.</li> <li>4. En respectant chaque client et en tenant compte de leur comportement, mettre en œuvre une démarche d'accueil qui contribue à leur bien-être, et leur permet de se sentir pris en compte.</li> <li>5. En observant ses clients, et en tenant compte de leur comportement, évaluer l'attitude à adopter à leur égard, afin de trouver le bon positionnement à avoir.</li> <li>6. En développant une démarche d'écoute, analyser les attentes de ses clients afin de comprendre leurs besoins et de les conseiller en les orientant vers des produits/services adaptés.</li> <li>7. En apportant des réponses fiables et actualisées, développer un argumentaire permettant la réalisation de la vente tout en répondant à la satisfaction des clients.</li> <li>8. Suite à réclamation, assurer un service après-vente permettant de régler les problèmes rencontrés, en trouvant des solutions acceptables pour ses clients, tout en préservant les intérêts de son unité.</li> <li>9. En évaluant les habitudes de consommation des clients, déterminer les nouvelles offres ou les actions promotionnelles à réaliser afin d'augmenter le volume des ventes.</li> </ol>	<p>MC1 Maîtriser les étapes de la vente à distance ou en face à face</p> <p>MC2 Gérer une situation relationnelle atypique</p> <p>MC3 Fidéliser sa clientèle</p> <p>MC4 Respecter la réglementation commerciale clients</p> <p>MC5 Le e-commerce</p> <p>MC6 S'initier aux outils de GRC</p>	<p>42h</p> <p>28h</p> <p>28h</p> <p>28h</p> <p>21h</p> <p>7h</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification des enjeux de la fidélisation</li> <li>- Choix des outils en fonction de la typologie clients</li> <li>- Actualisation des données clients</li> <li>- Utilisation des données clients</li> <li>- Déclinaison des enjeux en argumentaire</li> <li>- Prise en compte de la situation</li> <li>- Identification des différents facteurs de la situation</li> <li>- Gestion de ses émotions</li> <li>- Recherche de solutions</li> <li>- Choix d'une solution adaptée</li> </ul>

**BLOC DE COMPETENCES D : ASSURER LA GESTION ET LE SUIVI ADMINISTRATIF DE L'UNITE COMMERCIALE – 154H**

Référentiel d'activités		Référentiel formation		Référentiel de certification
Activités et tâches	Compétences associées et évaluées	Modules	Volume horaire	Critères d'évaluation
<p><u>Principales activités :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La vérification des règlements réalisés</li> <li>- L'analyse du produit des ventes et des actions promotionnelles</li> <li>- La proposition d'actions correctives face aux méventes</li> <li>- La négociation des conditions de prestations avec les fournisseurs</li> </ul>	<p>Afin de contribuer à son développement, assurer la gestion et le suivi administratif de son unité en suivant l'évolution de son chiffre d'affaires et de ses ventes, et en proposant de nouvelles actions pouvant contribuer à les dynamiser.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. En effectuant les actes de base du suivi de trésorerie, vérifier les encaissements, en identifiant et corrigeant les erreurs potentielles.</li> <li>2. En utilisant les outils informatiques, renseigner les tableaux de bord de suivi de l'activité afin de suivre les évolutions de son chiffre d'affaires et d'identifier les marges générées par chaque famille de produit/service.</li> <li>3. En analysant les courbes de vente des différents produits/services commercialisés, rechercher les causes de succès ou de méventes de certains d'entre eux afin de définir les actions à mettre en œuvre.</li> <li>4. En tenant compte des différentes contraintes dans lesquelles elles s'inscrivent, analyser les résultats des actions commerciales mises en œuvre en déterminant les ajustements à apporter ou les nouvelles actions à conduire pour dynamiser les ventes.</li> <li>5. En utilisant les tableaux de bord, gérer les stocks en procédant à leur inventaire et leur mise à jour selon les procédures en vigueur.</li> <li>6. Afin de disposer des réassortiments nécessaires, passer les commandes en respectant les procédures à suivre et en tenant compte des délais de livraison.</li> <li>7. En s'assurant de leur conformité aux conditions définies lors de l'établissement des contrats, contrôler la quantité et la qualité des produits livrés en gérant les irrégularités constatées.</li> <li>8. En vérifiant la conformité des livraisons, établir les documents nécessaires afin de procéder au règlement des fournisseurs</li> </ol>	<p>MD1 Maîtriser les calculs commerciaux liés à la rentabilité</p> <p>MD2 Utiliser un tableau de bord</p> <p>MD3 Analyser les résultats commerciaux</p> <p>MD4 Respecter la réglementation commerciale fournisseur</p> <p>MD5 Gérer les stocks</p> <p>MD6 Créer et suivre un tableau de bord avec un tableur</p>	<p>21h</p> <p>35h</p> <p>49h</p> <p>7h</p> <p>21h</p> <p>21h</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse des données d'un tableau de bord</li> <li>- Identification des indicateurs de performance commerciale</li> <li>- Repérage des familles de produit à développer, maintenir ou abandonner</li> <li>- Proposition des actions à conduire par rapport aux analyses effectuées</li> <li>- Pertinence de la proposition</li> </ul>

**BLOC DE COMPETENCES A SPECIALISATION : COMMERCE-DISTRIBUTION – 238H**

Référentiel d'activités		Référentiel formation		Référentiel de certification
Activités et tâches	Compétences associées et évaluées	Modules	Volume horaire	Critères d'évaluation
<p><u>Principales activités :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les caractéristiques spécifiques du commerce et de la distribution</li> <li>- Le marketing appliqué au produit/service</li> <li>- Le processus commercial en face à face ou à distance</li> <li>- La réglementation spécifique au produit/service</li> </ul>	En tenant compte du positionnement de l'enseigne, définir l'offre afin de répondre à la demande de la segmentation du marché.	MAS1 Définir un assortiment	14h	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification du contexte de l'action (choix de l'évènement, choix du produit)</li> <li>- Utilisation des moyens adaptés : rétroplanning, moyens humains et financier</li> <li>- Application des techniques de merchandising</li> <li>- Action de communication sur l'action réalisée</li> <li>- Utilisation des outils de promotion des ventes</li> <li>- Respect de la législation commerciale en vigueur</li> <li>- Prise en compte des stocks et contraintes de l'approvisionnement</li> <li>- Mesure des retombées de l'action et analyse pertinente</li> </ul>
	En intégrant un outil de gestion des stocks, gérer une commande pour optimiser l'offre.	MAS2 Participer au processus d'achat	14h	
	Dans de négociation fournisseur, participer au processus d'achat de son point de vente.	MAS3 Mettre en place une action d'animation et en mesurer la performance	28h	
	En utilisant les techniques de merchandising de séduction, mettre en place une action d'animation, permettant l'augmentation le flux de clientèle et le chiffre d'affaires du point de vente.	MAS4 Gérer la relation clients dans un contexte de drive	14h	
	Afin d'analyser les résultats des opérations commerciales, réaliser un reporting qualitatif et quantitatif.	MAS5 Réaliser une vitrine thématique	21h	
	En prenant en compte les aléas de l'activité, gérer la relation client dans le contexte du drive, de la prise de commande à la livraison.	MAS6 Mesurer les impacts des accords de distribution dans l'unité commerciale	14h	
	En utilisant les techniques de merchandising de séduction, réaliser une vitrine thématique.	MAS7 Accueillir en langue étrangère	84h	
Afin de respecter la législation commerciale, prendre en compte les accords de distribution, dans la définition des principales actions de marketing opérationnelles du point de vente.				



**MODULES COMPLEMENTAIRES – 239H**

<b>Référentiel d'activités</b>	<b>Référentiel formation</b>
Modules	Volume horaire
Accueil / Bilan	14h
Jeux d'entreprise	56h
Trophées consulaires	14h
Gestes de premiers secours	7h
Préparation à la soutenance + Soutenance du mémoire professionnel	35h
Accompagnement sur le mémoire professionnel	38h30
Examens écrits et oraux	74h30

# GRANDS PRINCIPES DE LA CERTIFICATION

---

## - Modalités d'évaluation

Le référentiel du diplôme de « Gestionnaire d'Unité Commerciale option Généraliste » est composé de **4 blocs de compétences et la prise en compte d'une pratique professionnelle dans le cadre de ce parcours en alternance.**

Le diplôme peut être obtenu en formation continue ou initiale :

- par blocs séparés,
- dans son intégralité.

L'apprenant se définit par un candidat qui est en poursuite d'études (les parcours en alternance ne sont pas pris en compte comme expérience professionnelle).

**Pour les apprenants, le référentiel intègre une dimension professionnelle évaluée systématiquement selon deux modalités :**

*(voir grille d'évaluation ci-après)*

- à partir d'une **note attribuée par le professionnel** qui suit le candidat en entreprise à l'aide d'une grille d'activités et de compétences
- à partir de la **notation d'un rapport d'activité et d'une soutenance** reprenant le contenu du travail effectué en entreprise et mettant en application les acquis de la formation.

**Concernant le public salarié, la validation du titre n'est pas soumise à l'évaluation professionnelle. La validation successive des 4 blocs de compétences entraîne la validation du titre complet.**

## - Niveau initial requis

Pour un parcours vers la certification en formation initiale ou continue :

- un diplôme de niveau IV ou baccalauréat validé et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement
- 3 années d'expérience professionnelle dans le secteur d'activité commerce-distribution et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement

## Grille d'évaluation du diplôme Gestionnaire d'Unité commerciale

**Obtention du diplôme à 500 points sur 1000 pts sous réserve d'obtenir des valeurs minimales suivantes :**

Modules de formation	Points Contrôle continu	Points Evaluation de bloc
<b>Bloc A - Mettre en œuvre les actions commerciales et opérations marketing du point de vente (valeur minimale de validation : moyenne de 08/20)</b>	<b>50 points</b>	<b>100 points</b>
MA1 - Assurer une veille commerciale de la concurrence	-	Gestion de projet commercial : dossier d'analyse des principaux acteurs locaux, des techniques de valorisation de l'offre commerciale et des actions promotionnelles, 100 pts
MA2 - Identifier la demande sur son marché	10	
MA3 - Analyser l'offre sur son marché	10	
MA4 - Maîtriser les techniques de merchandising	10	
MA5 - Maîtriser les techniques de promotion du produit/service	10	
MA6 - Exploiter les techniques du cross canal	10	
MA7 - Utiliser les outils bureautiques dans la mise en œuvre des actions commerciales (traitement de texte, outil de présentation))	-	
MA8- Appliquer une méthodologie de projet	-	
<b>Spécialisation Commerce et Distribution</b>	<b>80 points</b>	<b>70 points</b>
MAS1- Définir un assortiment	10	Présentation d'une action commerciale réalisée en point de vente - Dossier écrit - 20 pts et - Présentation orale : 30 pts  Gestion d'une relation client en langue étrangère, épreuve orale, 20 pts en 1 <sup>ère</sup> et 2 <sup>ème</sup> année
MAS2- Participer au processus d'achat	-	
MAS3- Mettre en place une action d'animation et en mesurer la performance	20	
MAS4 - Gérer la relation clients dans un contexte de drive	-	
MAS5 - Réaliser une vitrine thématique	10	
MAS6 - Mesurer les impacts des accords de distribution dans l'unité commerciale	10	
MAS7 - Accueillir en langue étrangère	20	
<b>Bloc B - Participer à l'organisation du fonctionnement de l'unité et à l'animation d'équipe (valeur minimale de validation : moyenne de 08/20)</b>	<b>70 points</b>	<b>80 points</b>
MB1 - Organiser son temps et planifier son travail	30	Etude de cas : proposer une organisation de travail, 40 pts, 2h  Oral : mise en situation dans sa relation professionnelle à l'autre, en relation avec l'étude de cas, 40 pts, 20 mn+30mn de préparation
MB2 - Respecter le droit du travail applicable à son environnement	10	
MB3 - Adapter sa communication interpersonnelle	30	
MB4 - Accueillir un nouveau collaborateur	-	
MB5 - Accompagner quotidiennement un collaborateur	-	
<b>Bloc C - Optimiser la relation clients au sein de l'unité commerciale (valeur minimale de validation : moyenne de 08/20)</b>	<b>70 points</b>	<b>80 points</b>
MC1 - Maîtriser les étapes de la vente à distance ou en face à face	30	Epreuve écrite : propositions d'actions de fidélisation : 2 h, 40 pts  Oral : mise en situation : gestion d'une situation relationnelle difficile ou atypique avec un client – Remis à
MC2 - Gérer une situation relationnelle atypique	10	
MC3 - Fidéliser sa clientèle	10	

MC4 - Respecter la réglementation commerciale clients	10	l'avance, durée de l'oral : 15 mn, 40 pts
MC5 – Le e-commerce	10	
MC6 - S'initier aux outils de GRC		
<b>Bloc D - Assurer la gestion et le suivi administratif de l'unité commerciale (valeur minimale de validation : moyenne de 08/20)</b>	<b>70 points</b>	<b>80 points</b>
MD1 - Maîtriser les calculs commerciaux liés à la rentabilité	10	Etude de cas : analyse d'une action commerciale, 80 pts – 3h
MD2 - Utiliser un tableau de bord	20	
MD3 – Analyser les résultats commerciaux	30	
MD4 - Respecter la réglementation commerciale fournisseur	-	
MD5 - Gérer les stocks	10	
MD6 - Créer et suivre un tableau de bord avec un tableur		
<b>Pratique professionnelle et évaluation en entreprise (valeur minimale de validation : moyenne de 10/20)</b>		<b>250 points</b>
Mémoire		100 pts
Soutenance		100 pts
Evaluation de l'entreprise		50 pts

### Conditions d'obtention du diplôme quelle que soit la voie d'accès

**La certification totale** est délivrée si le candidat obtient **10 de moyenne générale avec une note d'évaluation professionnelle d'au moins 10/20 (150 points)** sous réserve de ne pas avoir obtenu une note inférieure à 8 sur l'un des 4 blocs (note éliminatoire). Concernant la note du bloc D (Banque-Assurance), **elle doit être égale ou supérieure à 10/20 (100 points)**.

⇒ **Validation totale de la certification**

**Dans l'hypothèse où le candidat obtient une moyenne générale égale ou supérieure à 10** mais une note inférieure à 8/20 (note éliminatoire) dans un ou plusieurs blocs, il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20.

⇒ **Validation partielle de la certification, avec remise de certificat(s) de bloc de compétences.**

**Dans l'hypothèse où le candidat n'obtient pas 10 de moyenne générale**, il n'obtient donc pas la certification totale, mais il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20.

⇒ **Validation partielle de la certification, avec remise de certificat(s) de bloc de compétences.**

### En cas d'échec

- Le candidat a la possibilité de repasser les blocs pour lesquels il a échoué, une seule fois par bloc, dans un délai de 5 ans.
- Concernant l'évaluation professionnelle, le candidat a la possibilité de présenter un dossier lié à une nouvelle problématique professionnelle après 3 mois minimum d'expérience professionnelle, dans un délai de 5 ans.

**Dans le cadre d'un redoublement** : le candidat suit les modules du ou des blocs non-validés et repasse les évaluations de blocs de l'année concernée.

**Possibilité de présentation en candidat libre** : le candidat repasse uniquement les évaluations de blocs et conserve le bénéfice de sa note de tuteur. Dans ce cas, le candidat ne peut se présenter que dans un seul centre, auprès duquel il a obligation de s'inscrire à la prochaine session d'examen, par courrier recommandé (4 mois avant l'épreuve de validation du ou des blocs concernés).

### En cas de non présentation

- **Aux blocs** : la non-présentation aux évaluations de bloc induit la non obtention du bloc.

L'absence de période en entreprise, la non-remise de rapport dans les délais fixés par le centre ou la non présentation à la soutenance induit la non obtention du titre.

Motifs recevables de non présentation aux évaluations de bloc et à l'évaluation professionnelle :

- Certificat médical
- Arrêt de travail
- Cas de force majeure justifié (certificat de décès d'un proche...)

Dans ce seul cas, une épreuve de rattrapage sera proposée au candidat dans un délai maximum de 6 mois après demande écrite du candidat.

### Absentéisme

**En cas d'absentéisme non-justifié :**

- les absences en entreprises dans le cas d'un contrat de travail (contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation) relèvent des dispositions du code du travail et/ou des textes applicables à l'entreprise.
- les absences en centre de formation ne doivent pas dépasser 10% du temps de face à face. Les sanctions pour absentéisme relèvent du règlement intérieur de chaque établissement.

### Déroulement des épreuves

Cf. Règlement intérieur des établissements

### Fraude aux examens de validation de blocs

Tout candidat pris en situation de fraude sera immédiatement exclu de l'épreuve et de ce fait éliminé, il ne valide aucun bloc. Le plagiat est considéré comme de la fraude.

### Jury de certification

A l'issue de l'ensemble des épreuves, l'établissement réunit le jury de certification.

La constitution du jury est conforme aux modalités du dossier d'enregistrement au RNCP.

Le jury de certification établit la liste des certifiés et rédige le procès-verbal d'obtention du certificat total ou partiel.

Le jury est souverain dans ses décisions. Le parchemin sera signé par le Président de CCI France et le Président de la CCI.

Pour les candidats n'ayant pas obtenu la certification, l'établissement délivre une attestation de suivi de formation et le(s) certificat(s) de bloc(s) de compétences validé(s).

### Falsification

En cas de falsification des résultats, le candidat se verra signifier une interdiction d'accès aux diplômes du réseau pour une durée de 10 ans.

## Divulqation des résultats

Les résultats d'examen sont validés par un jury de certification qui rédige le procès-verbal d'examen et le transmet à CCI France pour l'octroi d'un N° d'enregistrement.

Les centres de formation élaborent les parchemins selon la trame fournie par CCI France.

La divulgation des résultats peut alors avoir lieu à la date et par la voie choisie par chaque centre de formation : affichage, site internet, courrier....