

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

<p>Marketing</p>	<p>Conduire les actions marketing</p>	<p>en analysant avec des outils pertinents les contextes économiques, juridiques, commerciaux et financiers</p> <p>en évaluant de manière adaptée les principaux acteurs de l'offre sur le marché</p> <p>en quantifiant la demande et en appréciant le comportement du consommateur</p> <p>en analysant avec les outils appropriés les compétences et les ressources de l'entreprise</p> <p>en élaborant un mix adapté à la cible et positionné par rapport aux concurrents</p> <p>en adoptant une posture citoyenne, éthique et écologique</p>
<p>Vente</p>	<p>Vendre une offre commerciale</p>	<p>en respectant l'ordre des étapes de la négociation commerciale et une démarche éthique.</p> <p>en élaborant les documents commerciaux adaptés à la situation commerciale et dans le respect de la réglementation</p> <p>en utilisant de façon efficace des indicateurs de performance fixés par l'organisation</p> <p>en prospectant à l'aide d'outils adaptés</p> <p>en adaptant sa communication verbale et non verbale à la situation commerciale</p>
<p>Communication commerciale</p>	<p>Communiquer l'offre commerciale</p>	<p>en élaborant une stratégie de communication en cohérence avec le mix</p> <p>en utilisant les outils de la communication commerciale adaptés à la demande et aux contraintes de l'organisation</p> <p>en produisant des supports de communication efficaces et qualitatifs</p> <p>en respectant la réglementation en vigueur</p>
<p>Branding</p>	<p>Elaborer une identité de marque</p>	<p>en analysant de manière pertinente l'image et les territoires de la marque</p> <p>en déterminant judicieusement les valeurs et composantes essentielles de la marque</p> <p>en mettant en place des actions pour valoriser l'image de marque</p> <p>en mesurant correctement l'efficacité de la stratégie de marque (image voulue, image perçue)</p>
<p>Événementiel</p>	<p>Manager un projet événementiel</p>	<p>en s'adaptant aux besoins du commanditaire de manière optimale</p> <p>en utilisant efficacement les outils de gestion de projet et de management d'équipe</p> <p>en mettant en œuvre des outils de communication et de commercialisation adaptés</p> <p>en respectant les contraintes juridiques, budgétaires et logistiques</p>