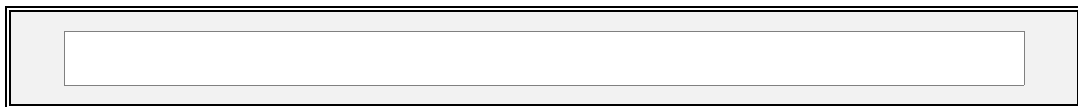




EUROPASS

DIPLOMA SUPPLEMENT

SUPPLEMENT AU DIPLOME



This Diploma Supplement model was developed by the European Commission, Council of Europe and UNESCO/CEPES. The purpose of the supplement is to provide sufficient independent data to improve the international 'transparency' and fair academic and professional recognition of qualifications (diplomas, degrees, certificates etc.). It is designed to provide a description of the nature, level, context, content and status of the studies that were pursued and successfully completed by the individual named on the original qualification to which this supplement is appended. It should be free from any value judgments, equivalence statements or suggestions about recognition. Information in all eight sections should be provided. Where information is not provided, an explanation should give the reason why.

Le présent Supplément au Diplôme suit le modèle élaboré par la Commission européenne, le Conseil de l'Europe et l'UNESCO/CEPES. Il vise à fournir des données indépendantes et suffisantes pour améliorer la "transparence" internationale et la reconnaissance académique et professionnelle équitable des qualifications (diplômes, acquis universitaires, certificats, etc). Il est destiné à décrire la nature, le niveau, le contexte, le contenu et le statut des études accomplies avec succès par la personne désignée par la qualification originale à laquelle ce présent supplément est annexé. Il doit être dépourvu de tout jugement de valeur, déclaration d'équivalence ou suggestion de reconnaissance. Toutes les informations requises par les huit parties doivent être fournies. Lorsqu'une information fait défaut, une explication doit être donnée.

1. INFORMATION IDENTIFYING THE HOLDER OF THE QUALIFICATION INFORMATIONS SUR LE TITULAIRE DU DIPLOME

<p>Last name(s) <i>Nom(s) patronymique</i></p> <p>1.1 <input style="width: 100%;" type="text"/></p>	<p>First name(s) <i>Prénom(s)</i></p> <p>1.2 <input style="width: 100%;" type="text"/></p>
<p>Date of birth <i>Date de naissance</i></p> <p>1.3 <input style="width: 100%;" type="text"/></p>	<p>Student identification number <i>Numéro d'identification de l'étudiant</i></p> <p>1.4 <input style="width: 100%;" type="text"/></p>

2. INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION INFORMATIONS SUR LE DIPLOME

<p>Name of qualification and (if applicable) title conferred <i>Intitulé du diplôme et (le cas échéant) titre décerné</i></p> <p>2.1 <input <br="" business="" manager"="" style="width: 100%; height: 150px;" type="text" unit="" value="1<sup>st</sup> cycle, Level 6 (European Qualifications Framework) diploma, 180 ECTS credits "/><i>Titre de 1^{er} cycle, Niveau II (nomenclature française), équivalent Niveau 6 (Cadre Européen des Certifications), 180 crédits ECTS « Responsable du développement de l'unité commerciale »</i></p>	<p>Main field(s) of study for the qualification <i>Principal / principaux domaine(s) d'étude couvert(s) par le diplôme</i></p> <p>2.2 <input style="width: 100%; height: 150px;" type="text" value="Marketing
Sales
Management
Law
Financial management

Marketing
Commerce
Management
Juridique
Gestion"/></p>
<p>Name and status of awarding institution (in original language) <i>Nom et statut de l'établissement ayant délivré le diplôme</i></p> <p>2.3 <input style="width: 100%; height: 100px;" type="text" value="IPAC
<i>Higher education institution recognised by the French State</i>
Etablissement d'enseignement supérieur et reconnu par l'Etat"/></p>	<p>Language(s) of instruction / examination <i>Langue(s) utilisée(s) pour l'enseignement / les examens</i></p> <p>2.5 <input style="width: 100%; height: 50px;" type="text" value="English
Anglais"/></p>
<p>Name and status of institution (if different from 2.3) administering studies (in original language) <i>Nom et statut de l'établissement ayant dispensé les cours (si différent de 2.3)</i></p> <p>2.4 <input style="width: 100%; height: 50px;" type="text" value="Ibid
Idem"/></p>	

3. INFORMATION ON THE LEVEL OF THE QUALIFICATION INFORMATION SUR LE NIVEAU DE QUALIFICATION

Level of qualification
Niveau de qualification

Official length of programme
Durée officielle du programme

3.1 RNCP (French National Register of Vocational Certifications) diploma, Level II (EQF Level 6) : “Personnel with positions requiring a degree equivalent to a Bachelor or 180 ECTS credits”
Titre RNCP, Niveau II (Niveau 6 CEC): «Personnel occupant des emplois exigeant une formation d'un niveau comparable à celui de la licence ou 180 crédits ECTS»

3.2 The programme lasts 2 semesters (60 ECTS credits after 120 ECTS credits validated before)
La durée totale des études pour l'obtention du diplôme est de 2 semestres (60 crédits ECTS après 120 crédits ECTS validés auparavant)

Access requirements(s)
Condition(s) d'accès

3.3 2 validated years of higher education or equivalent (120 ECTS credits)
Recruitment through written application and oral interview
2 années d'études supérieures après le baccalauréat ou équivalent (soit 120 crédits ECTS)
Recrutement sur dossier et entretien

4. INFORMATION ON THE CONTENTS AND RESULTS GAINED INFORMATIONS SUR LE CONTENU ET LES RESULTATS OBTENUS

Mode of study
Organisation des études

4.1 Full time with at least 19 weeks in internship
Plein temps dont 19 semaines minimum de stage

Programme requirements
Exigences du programme

4.2 **Graduate's skills :**

SELLING ACTIVITIES

Analysing and following market trends in order to gain market shares

- Analysing the business unit and competition's clientele. Analysing needs and buying behaviors.
- Following on-site visits and/or website viewers and analysing the efficiency of actions.
- Forecasting the demand according to the sensitivity of the market to events.
- Proposing actions with annual plans that create value for each element of the mix.
- Implementing a general sales policy to a local area.

Managing operational marketing

- Implementing marketing actions
- Creating or using evaluation tools to measure results.
- Drawing a communication plan for B to C and B to B communication according to the general sales policy.

Managing web community and measuring brand reputation

- Developing and following the brand reputation on the internet.
- Strengthening the community cohesion.
- Developing influence tactics on social networks.
- Implementing a business watch on the “employer brand”.
- Satisfying and creating profitable customer loyalty plans thanks to the analysis of client's value.
- Managing customer's relationship with efficient tools.

Creating a high value relationship with the client

- Maximising the efficiency of the sales team
- Setting a pricing strategy according to the market, defending a price, a margin while keeping a good relationship with the client.
- Negotiating in a difficult context.

MANAGEMENT ACTIVITIES

Recruiting the team members

- Recruiting according to a job profile and a job description.
- Leading recruitment interviews.
- Observing the labour legal framework when recruiting.

Managing the sales team

- Training new team members and giving others the opportunity to further development.
- Leading the sales team taking into account all types of diversity.
- Communicating with the sales team about operational aspects, objectives, strategical orientations, company project.
- Taking part into the implementation of a project.
- Deciding corrective actions to be implemented and making the concerned employees accepting them.

Coordinating actions

- Organising the Unit with instructions and procedures that are understood and accepted by the team.
- Managing crisis situations, change and conflicts.

Communicating

- Writing a project, an action plan and highlighting main issues.
- Presenting it orally - in a native or foreign language – or presenting any other project.

ADMINISTRATION ACTIVITIES

Legally securing the business unit sales relationships

- Interacting with the legal department.
- Negotiating a sales agreement according to the general sales direction's objectives and the legal department instructions.
- Controlling the application of contracts and deciding about necessary corrective actions.
- Managing the obligations and responsibilities linked to running the business, in relation with the legal department.
- Respecting the online legal framework.
- Managing sales teams with respect to the social legislation and working contracts.

Optimizing the profitability of the Unit

- Interacting with the financial department.
- Setting a business plan.
- Calculating the impact of incidents linked to the development of the business unit.
- Deciding about necessary corrective actions to take.
- Calculating a breakeven point, a production cost, a margin to set a retail price.
- Analysing the financial health of a client/potential customer.

Highlighting key indicators to be followed regularly in order to control the budget.

Compétences du diplômé :

ACTIVITE COMMERCIALE

Analyser et suivre les évolutions du marché pour en conquérir une partie

- Analyser la clientèle de l'unité et de la concurrence. Analyser les besoins, les comportements d'achat.
- Suivre la fréquentation et/ou l'audience d'un site et analyser l'efficacité des actions menées.
- Prévoir la demande en fonction de la sensibilité du marché face à des événements.
- Proposer des actions sous forme de plans annuels générateurs de valeur pour chaque composante du mix.
- Etre capable d'appliquer la politique commerciale générale sur un territoire donné.

Piloter les actions de marketing opérationnel

- Mettre en œuvre les actions marketing.
- Créer ou utiliser les outils permettant de mesurer les résultats obtenus.
- Concevoir un plan de communication en B to C comme en B to B adapté à l'Unité et cohérent avec la politique commerciale générale.

Etablir une relation à forte valeur avec le client

- Optimiser l'efficacité d'une équipe commerciale.
- Fixer une stratégie de prix adaptée au marché, défendre son prix, sa marge et préserver la relation client.
- Négocier en situation difficile.

Animer les communautés web et mesurer la réputation de la marque

- Développer et suivre la notoriété de la marque sur le web.
- Renforcer la cohésion de la communauté.
- Développer une stratégie d'influence sur les réseaux sociaux.
- Mettre en place une veille sur la « marque employeur ».
- Satisfaire et fidéliser le client rentable grâce à l'analyse de la valeur client.
- Gérer la relation client grâce à l'utilisation d'outils performants.

ACTIVITE MANAGEMENT

Recruter les membres de l'équipe

- Recruter à partir d'un profil de poste et d'une fiche de fonction.
- Mener les entretiens selon une méthodologie adaptée.
- Respecter la législation du travail dans la phase de recrutement.

Manager l'équipe commerciale

- Former les collaborateurs récents de l'équipe commerciale. Faire progresser les collaborateurs confirmés par l'acquisition de savoir-faire nouveaux.
- Animer l'équipe commerciale par la prise en compte de toutes les formes de diversité.
- Communiquer auprès de l'équipe sur des thématiques opérationnelles, la définition d'objectifs, la pertinence de la stratégie, le projet de l'entreprise.
- Participer au niveau de l'Unité à la mise en œuvre d'un projet.
- Organiser et animer les rencontres nécessaires au suivi des réalisations commerciales.
- Décider des mesures correctives à prendre et les faire accepter aux personnes concernées.

Coordonner les actions

- Organiser l'Unité par la mise en place d'instructions et de procédures comprises et admises par l'équipe.
- Gérer une crise, des changements et des conflits éventuels.

Communiquer à l'écrit et à l'oral

- Ecrire un projet, un plan d'action et en faire ressortir les perspectives et enjeux.
- Le présenter oralement – en langue française ou anglaise – ou présenter tout autre dossier.

ACTIVITE DE GESTIONNAIRE

Sécuriser les relations commerciales de l'Unité dans leur dimension juridique

- Etre l'interface avec le service juridique.
- Négocier en accord avec la direction commerciale et le service juridique le fond et la forme du contrat commercial.
- Contrôler le respect des contrats et décider des mesures correctives nécessaires.
- Gérer avec l'appui du service juridique les règles à respecter et les responsabilités encourues dans l'exercice de l'activité commerciale et de la responsabilité de l'Unité.
- Appliquer la réglementation liée à la vente.
- Gérer les équipes de vente dans le cadre des contrats de travail et du respect de la législation sociale.

Optimiser et rentabiliser l'unité

- Etre l'interface avec les services financiers.
- Etablir un plan d'affaires.
- Chiffrer l'impact des incidences liées à l'évolution de l'activité commerciale sur le plan d'affaires.
- Décider des mesures correctives à prendre face à ces incidences et établir le plan d'affaires modifié.
- Calculer le seuil de rentabilité, le coût de revient, une marge pour définir un prix de vente.
- Analyser la santé financière d'un prospect/client.
- Concevoir un contrôle de gestion de l'activité commerciale en identifiant les informations clés à suivre.

Programme details (e.g. modules or units studied), and the individual grades/marks/credits obtained
Précisions sur le programme (par ex. modules ou unités étudiées), et sur les points/notes/crédits obtenus

4.3

Transcript of records attached

The programme is running over 2 semesters of 30 ECTS credits each to validate 60 ECTS credits, level 3rd year

Bulletin de notes en Annexe.

L'année est divisée en 2 semestres de 30 crédits ECTS pour valider 60 crédits ECTS de niveau 3^{ème} année

Grading scheme and, if available, grade distribution guidance
Système de notation et, le cas échéant, information concernant la répartition des notes

4.4 Mark scheme from 0 (lowest mark) to 20 points (highest mark). (cf Transcript of records)

Each module is graded with a one-hour written exam (40% of the mark) and a final case study per study unit (60% of the mark). The module is passed if the mark is of 6/20 minimum and if the average mark obtained to the related study unit is of 10/20 minimum. Skills are assessed by a professional project and by both IPAC and the company in which the student is working in internship.

ECTS credits and the diploma are awarded if the general yearly average mark is of 10/20 minimum and if the average mark to each study unit is of 10/20 minimum and if no module mark is under 6/20.

The academic board is composed of academic directors and professionals of the sectors. They make the decision to grant the diploma to the student at the end of the academic year.

Notation de 0 (note la plus basse) à 20 points (note la plus élevée). (cf Bulletin de notes)

Chaque module est évalué par un examen écrit d'une heure (40% de la note) et une étude de cas par unité d'enseignement (60% de la note) en fin d'année. Le module est validé si la note est de 6/20 minimum et si la moyenne à l'unité d'enseignement concernée est de 10/20 minimum. Les compétences sont évaluées par un dossier professionnel et dans le cadre du stage conjointement entre l'entreprise et l'IPAC.

Les crédits ECTS et le titre sont attribués si la moyenne générale annuelle est de 10/20 minimum et si la moyenne à chacune des unités d'enseignement est de 10/20 minimum et si aucune note matière n'est inférieure à 6/20.

Le jury de délibération, composé de la direction pédagogique et de professionnels, statue sur la délivrance du titre en fin de cursus.

Overall classification of the qualification (in original language)
Classification générale du diplôme (dans la langue d'origine)

4.5 Not applicable
Non applicable

5. INFORMATION ON THE FUNCTION OF THE QUALIFICATION INFORMATIONS SUR LA FONCTION DE LA QUALIFICATION

Access to further study
Accès à un niveau d'études supérieur

5.1 The objective of the programme is for the student to have a job. However, the diploma allows the student to enter in a Master programme after assessment of the application.

Le titre a une finalité professionnelle. Cependant, le diplôme peut donner accès aux études de niveau Master sous condition d'évaluation de la candidature.

Professional status
Statut professionnel conféré (le cas échéant)

5.2 Not applicable
Non applicable

6. ADDITIONAL INFORMATION INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

Additional information
Informations complémentaires

6.1

Academic programme <i>Enseignement académique</i>	IPAC			
Professional practice <i>Pratique professionnelle</i>	SWISS INTERNATIONAL HUMANITARIAN ORGANIZATION	02/2016 – 05/2016	Suisse Switzerland	Anglais English

Further information sources
Autre(s) source(s) d'information

6.2

www.ipac-france.com www.cncp.gouv.fr

7. CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT CERTIFICATION DU SUPPLEMENT

<p>7.1 Date</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;">07 novembre 2016</div>	<p>7.2 Signature</p> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; margin-top: 5px;"></div>
<p>7.3 Capacity Qualité du signataire</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;"> <p>Michel CALLOT Director</p> </div>	<p>7.4 Official stamp or seal Tampon ou cachet officiel</p> <div style="border: 1px solid black; height: 50px; margin-top: 5px;"></div>

8. INFORMATION ON THE NATIONAL HIGHER EDUCATION SYSTEM INFORMATION SUR LE SYSTEME NATIONAL D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

