

## Le Bachelor Marketing Digital et Social Média

est une formation de niveau Bac +3 destinée aux étudiants qui désirent s'orienter dans les métiers de la communication et du marketing digital et des réseaux sociaux.

## Objectifs

### Cette formation vous apprendra à :

- Mener des projets webmarketing,
- Construire une stratégie de communication digitale,
- Participer à la définition des objectifs marketing et commerciaux,
- Manager des projets d'entreprises,
- Maîtriser les méthodologies de veille et d'innovation,
- Produire du contenu web (rédactionnel, vidéo,...),
- Développer une marque et sa visibilité sur le Net.

Dans les secteurs institutionnel et entrepreneurial en vue d'accroître leur visibilité et élargir leur audience.

## Vous êtes

étudiant de BTS Communication, IUT info com, BTS NDRC (négoce et digitalisation de la relation commerciale), et BTS MCO management commercial opérationnel).

## Débouchés professionnels

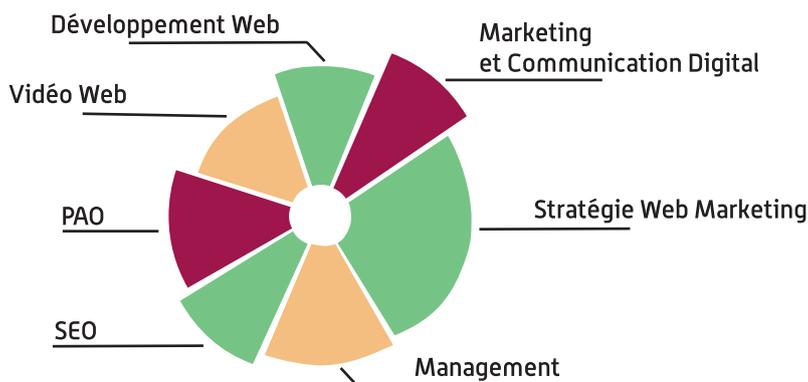
Chargé de communication plurimédia  
Social média manager  
Chargé du marketing digital  
Community manager  
Chef de projet junior

## Poursuite d'études

Master webmarketing  
Master Communication digitale  
Master start-up management

**Admission  
sur dossier  
et entretien  
individuel**

Compétences  
visées



## Une formation d'avenir

Des étudiants opérationnels dans le domaine du digital, du management et du marketing avec des compétences commerciales et de communication. Une polyvalence attendue et incontournable dans le milieu professionnel.

## Nos enseignements

### Management Transversal

Culture Digitale  
Monétisation et financement  
Communication digitale  
Marketing Digital  
Droit du numérique

### Management

Project Management  
Gestion et budget d'un service  
Contrôle de gestion Commercial marketing

Management d'un service

Management d'équipe

### Experiment

Workshop  
Projet professionnel  
Création Start-up

### Digital

Stratégie Webmarketing  
Social Media  
Google  
Traffic management  
SEO

### Web

Web development  
Introduction aux outils CMS  
Content Management System  
Youtube

### Outils & Techniques

Anglais  
Personal Branding  
Vidéos appliquées au Webmarketing  
PAO appliquée au Webmarketing  
Actualité du digital

**Niveau : bac + 3**

**Durée : 1 an**

**Format : alternance**

Contrat de professionnalisation ou d'apprentissage

L'alternance permet de concevoir un projet professionnel complet grâce à une formation diplômante et une expérience concrète en entreprise.

## Les avantages

- Une **expérience professionnelle** significative permettant un accès plus facile à l'emploi,
- le rythme est celui d'une semaine à l'école et **trois semaines** en entreprise,
- gratuité des frais de formation,
- une carte d'étudiant,
- mise en pratique des enseignements théoriques,
- une rémunération, pendant sa formation en tant que **salarié**.

## Nos atouts

Un établissement doté d'une expérience dans le secteur de la communication de plus de 30 ans. Un enseignement dispensé en majorité par des intervenants professionnels à la pointe de l'actualité des métiers et des enseignants assurant l'accompagnement pédagogique.

Une dimension humaine valorisant une relation privilégiée et une proximité avec ses différents partenaires.

Lycée  
st-géraud

## Titre reconnu par l'État

Cette formation conduit à l'obtention du titre de niveau 6,

**Responsable du développement et du pilotage commercial**, certification enregistrée au RNCP par arrêté du 7 juillet 2017, publié au Journal Officiel du 19 juillet 2017, délivrée par le Collège de Paris.



COLLEGE  
DE PARIS

## Référentiel RDPC parcours Bachelor3 Marketing Digital et Social Média

### PROGRAMME DE FORMATION

Le titre RNCP – Niveau II « Responsable du Développement et du pilotage Commercial » s’effectue sur une année de formation. Celle-ci est découpée en unité d’enseignement contenant pour chacune différentes matières répondant aux attendues des blocs de compétences du titre.

#### UE 1 : Management transversal

##### o Culture digitale

###### Objectifs pédagogiques

- Connaître l’histoire du digital
- Connaître les acteurs majeurs du digital et les chiffres clés
- Connaître l’écosystème d’un site web
- Analyser les générations X, Y, Z liés au digital
- Comprendre l’avènement de la transformation digitale
- Mesurer l’impact des GAFAs sur notre société et notre économie
- Comprendre les nouveaux paradigmes digitaux
- Aborder la notion de l’économie collaborative et des NATUs

###### Contenu

- Découvrir les GAFAs et leurs créateurs
- Historique sur les différentes révolutions économiques
- Analyse comportementale des différentes générations sur la consommation et le monde professionnel
- Analyse des nouveaux outils collaboratifs
- Etude de l’impact économique du digital dans le monde

###### Modalité(s) d’évaluation :

- ⇒ Cas pratique
- ⇒ Etude de cas

##### o Monétisation et financement

###### Objectifs pédagogiques

- ⇒ Savoir développer une valeur ajoutée unique à un marché ou un domaine d’activité afin de se différencier et de faire valoriser son entreprise
- ⇒ Connaître tous les formats de structure d’entreprise afin de développer la plus pertinente pour son marché
- ⇒ Savoir réaliser des levées de fond pour accroître la croissance de son entreprise

###### Contenu

- ⇒ Définition de la monétisation et le financement
- ⇒ Les structures juridiques
- ⇒ L’appel d’offre

###### Modalité(s) d’évaluation

- ⇒ Etude de cas

##### o Communication digitale

###### Objectifs pédagogiques

- Définir une stratégie de communication digitale en définissant les enjeux de la présence de l’organisation sur le web
- Faire de la diffusion de contenu stratégique tout en relayant en interne les commentaires et les attentes des internautes
- Gérer les différentes relations en externe avec les partenaires du digital (agences de communication, régies publicitaires, cabinets de mesure d’audience, etc.)
- Proposer des solutions en matière de communication digitale afin d’optimiser l’utilisation des nouvelles technologies et des nouveaux médias

## **Contenu**

- Définition de la stratégie de communication digitale
- Gérer la stratégie digitale éditoriale (newsletters, site externe & interne, blogs, etc.)
- Gérer le budget, le planning et suivre la performance des actions de communication digitale réalisées
- Rencontrer des partenaires pour la création d'événements ponctuels (concours en ligne, mini-sites, campagne de communication)
- Mettre en place des programmes d'affiliations et de partenariats

## **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

### ○ **Marketing digital**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Comprendre le marketing digital
- ⇒ Comprendre la différence entre marketing digital & marketing traditionnel
- ⇒ Connaître les chiffres clés de l'apport du marketing digital
- ⇒ Qui dressent les codes du marketing digital ?
- ⇒ Comprendre les changements qu'apporte le digital en entreprise
- ⇒ Mener une campagne de marketing digital
- ⇒ Connaître les outils du marketing digital (SEO, SEA, Pub Display, Réseaux sociaux)

#### **Contenu**

- ⇒ Rédaction d'une stratégie digitale 360°
- ⇒ Présentation et analyse de transformations digitales
- ⇒ Création d'un planning de campagne marketing
- ⇒ Rédaction de plan stratégique d'entreprise (Audit de l'existant, benchmark et actions de mise en œuvre)

#### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

### ○ **Droit du numérique**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Repérer, comprendre et analyser les principales questions juridiques liées à l'usage commercial d'Internet
- ⇒ Analyser et suivre l'actualité juridique législative et jurisprudentielle relative à l'utilisation d'internet et des réseaux sociaux
- ⇒ Maîtriser les différents impacts du nouveau règlement européen sur la protection des données et des informations
- ⇒ Evaluer les opportunités et les contraintes des évolutions législatives concernant Internet : LCEN, Loi pour une République Numérique, Règlement européen sur la protection des données, etc.

#### **Contenu**

- ⇒ Définir la notion de droit de l'internet et de ses principaux acteurs
- ⇒ Comprendre les décisions de justice les plus connus afin d'en tirer des conclusions à son avantage
- ⇒ Pouvoir protéger sa création, son produit, sa marque afin d'éviter tout litige juridique
- ⇒ Anticiper et prévenir des principales difficultés contentieuses majeures que peuvent générer l'usage d'Internet au niveau privé ou professionnel

#### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

## **UE 2 : Management**

### ○ **Project Management**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Être capable de manager un projet d'entreprise avec de nombreuses équipes à disposition
- ⇒ Rédiger les différents documents officiels pour réaliser des ventes
- ⇒ Coordonner une équipe projet avec des acteurs interne et externe

### **Contenu**

- ⇒ Les compétences clefs du chef de projet
- ⇒ Définir la vocation et la cible du produit/service mis en place
- ⇒ Intégrer le projet dans la stratégie de l'entreprise
- ⇒ Identifier les acteurs internes et l'impact organisationnel du projet réalisé
- ⇒ Etablir les critères de succès et définir les indicateurs de calcul du ROI

### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

## ○ **Gestion et budget d'un service**

### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Savoir analyser et élaborer un budget
- ⇒ Maîtriser les outils de gestion pour optimiser le pilotage de son service

### **Contenu**

- ⇒ L'analyse de l'activité et des résultats
- ⇒ Les marges sur coûts variables, coûts directs et marges contributives
- ⇒ Le calcul du seuil de rentabilité
- ⇒ Le calendrier budgétaire
- ⇒ La budgétisation d'un service et construction de plans d'actions
- ⇒ Les soldes intermédiaires de gestion
- ⇒ Les ratios : marges et résultats, frais généraux
- ⇒ Les calculs et analyse des écarts et sur marge
- ⇒ La capacité d'autofinancement
- ⇒ Les diagnostics
- ⇒ Les approches du contrôle de gestion

### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Cas pratique
- ⇒ Etude de cas

## ○ **Contrôle de gestion commercial marketing**

### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Etre capable de participer à la définition des objectifs commerciaux et marketing
- ⇒ Analyser les chiffres afin de renforcer l'efficacité commerciale
- ⇒ Maîtriser les indicateurs commerciaux afin de piloter la performance
- ⇒ Maîtriser les différents outils afin d'accompagner l'entreprise dans ses plans d'actions

### **Contenu**

- ⇒ Les objectifs commerciaux et marketing
- ⇒ Le reporting
- ⇒ La performance commerciale et marketing
- ⇒ Les plans d'action

### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Cas pratique
- ⇒ Etude de cas

## ○ **Management d'un service**

### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Comprendre et assimiler le rôle du management directionnel afin de pouvoir gérer son équipe
- ⇒ Comment gérer les systèmes de contrôle permettant au responsable de suivre et piloter les résultats
- ⇒ Définir la structure organisationnelle la mieux adaptée à son marché

### **Contenu**

- ⇒ Qu'est-ce que le management de service ?
- ⇒ Les 10 principes du bon management
- ⇒ Réaliser un diagnostic interne de son entreprise

- ⇒ Gérer le suivi et le contrôle du management

### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

## ○ **Management d'équipe**

### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Comprendre le rôle du management en entreprise et du manager dans l'organisation
- ⇒ Identifier les besoins et motivations d'une équipe
- ⇒ Connaître les outils d'animation de l'équipe et savoir les mettre en pratique

### **Contenu**

- ⇒ Les idées du management
- ⇒ Les rôles, responsabilités et qualités du manager
- ⇒ La connaissance de l'équipe : les diversités Hommes / Femmes et Jeunes / Séniors, les handicapés et la diversité contractuelle
- ⇒ Les motivations de chaque typologie de ressources humaines
- ⇒ Savoir convaincre et communiquer
- ⇒ La communication adaptée en fonction de l'interlocuteur
- ⇒ La fédération des équipes

### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

## **UE 3 : Digital**

### ○ **Stratégie Webmarketing**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Connaître les évolutions vers le multicanal, digitalisations des organisations etc
- ⇒ Avoir les connaissances nécessaires pour appréhender le digital et son impact sur les organisations
- ⇒ Apprendre à rédiger une Road Map et savoir le présenter devant une audience

#### **Contenu**

- ⇒ Introduction à la stratégie Digitale
- ⇒ Bâtir un plan de communication 2.0
- ⇒ Elaborer sa stratégie de communication digitale 'social Media et e-réputation
- ⇒ Panorama des outils de veille indispensable pour effectuer une veille stratégique efficace
- ⇒ Créer des opportunités pour la marque : fanpage Facebook, Twitter, YouTube.

#### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

### ○ **Social media**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Savoir étendre sa visibilité via les différents réseaux sociaux
- ⇒ Connaître tous les facteurs clefs d'une bonne campagne média sociaux
- ⇒ Maîtriser la définition et l'utilisation des KPIs les plus importants selon le type de campagne sociale
- ⇒ Assurer une ligne éditoriale claire et homogène entre les différents réseaux.
- ⇒

#### **Contenu**

- ⇒ Définition du SMO
- ⇒ Définir une ligne éditoriale sur les réseaux sociaux
- ⇒ Découverte des caractéristiques de chaque médial social
- ⇒ Utiliser les outils Ads pour développer une marque

## **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

### ○ **Google**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Comprendre la puissance de Google par son historique
- ⇒ Etre en mesure d'utiliser l'ensemble des différents outils de la marque pour développer son entreprise sur internet
- ⇒ Réaliser des campagnes payantes publicitaires via le référencement
- ⇒ Améliorer la performance de son site web grâce aux outils d'analyse de la marque

#### **Contenu**

- ⇒ Connaître les différentes marques de Google
- ⇒ Utiliser les outils tels que Youtube, Google Analytics ou encore Google Ads
- ⇒ Lancer ses premières campagnes de référencement payant

## **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

### ○ **Traffic management**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Comprendre l'utilisation de Google Analytics et savoir parfaitement l'utiliser
- ⇒ Etre en mesure de rédiger des rapports complets de l'état de santé d'un site web grâce aux outils analytiques
- ⇒ Etre force de proposition dans le but d'améliorer les performances de toutes formes de sites webs : Blog, site vitrine, site e-commerce, landing page, etc.
- ⇒ Comprendre les nouvelles tendances d'analyses

#### **Contenu**

- ⇒ Définir Google Analytics
- ⇒ Analyse du tableau de bord et calcul statistiques de performances
- ⇒ Définir et mesurer les KPIs pour chaque campagne à mener
- ⇒ Benchmark de la concurrence et des mises à jour de Google

## **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

### ○ **SEO**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Savoir développer sa visibilité sur le net
- ⇒ Connaître tous les facteurs clefs du succès du content marketing
- ⇒ Elaborer un plan de référencement naturel (gratuit) et payant
- ⇒ Comprendre le fonctionnement de Google et ses algorithmes

#### **Contenu**

- ⇒ Les fondamentaux du référencement naturel (SEO) Search Engine Optimisation
- ⇒ Eliminer les facteurs bloquants exploration / indexation (technique)
- ⇒ Rédaction et optimisation du contenu par le SEO
- ⇒ Rayonnement : Popularité et content marketing
- ⇒ Monitoring (Mesurer les impacts par les KPI's)

## **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

## **UE 4 : WEB**

### ○ **Web development**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Connaître et maîtriser les bases du développement web en apprenant les langages de bases : HTML 5 et le CSS
- ⇒ Apprendre l'intégralité des balises de l'HTML et de l'HTML5 pour déclarer tous les éléments qui constituent l'ensemble d'une page web
- ⇒ Réaliser du CSS en apprenant à maîtriser les feuilles de style en intégrant le CSS3 et en gérant les tableaux, arrière-plan, blocs, textes et polices
- ⇒ Développer un langage et un vocabulaire technique suffisant pour être force de proposition envers les différents acteurs du monde du web (Développeur, webmaster, informaticiens)

#### **Contenu**

- ⇒ Initiation à la programmation en créant du contenu web via la programmation en HTML et CSS
- ⇒ L'utilisation des différentes balises pour mettre en place différents titres et des paragraphes dans la réalisation d'une page web
- ⇒ Insertion de contenus destinés à la réalisation de sites webs via la programmation par CSS (images, photos, vidéos, couleurs)
- ⇒ Créations de différents sites ou projets personnels via les outils de programmations classiques HTML et CSS avec premier pas sur la lecture du JAVASCRIPT.

#### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Réalisation d'un site

### ○ **Introduction aux outils CMS**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Développer un petit site web vitrine ou un blog sans avoir de connaissances approfondies des techniques de développement web (HTML/CSS/JAVASCRIPT)
- ⇒ Apprendre les différents concepts d'administrations du site en attribuant lors de cas réels des rôles à chaque intervenant (Du simple rédacteur à l'administrateur)
- ⇒ Mettre en place les outils nécessaires à l'installation, la réservation, l'hébergement et la protection d'un site web (Nom de domaine, base de données SQL, Réservations OVH)
- ⇒ Disposer de sites répondant aux attentes du marché en termes de contenu rédactionnel et de référencement naturel (SEO)

#### **Contenu**

- ⇒ Découvrir et utiliser les bases de Wordpress
- ⇒ Créations de différents sites webs répondant aux critères du marché sans passer par des développeurs ou des agences de communications
- ⇒ Utiliser des modules de bases et les plug-ins classiques de Wordpress afin d'améliorer la richesse et l'esthétique du site (Calendrier, Gallery, Portfolio, Slider)

#### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Rédaction de cahier des charges

### ○ **Content Management System**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Développer un blog correspondant aux critères des codes marketing et de communication
- ⇒ Pouvoir installer et appliquer des extensions, plug-ins en toute autonomie et répondant aux besoins listés dans le cahier des charges
- ⇒ Être en mesure de modifier son site au-delà des modifications basiques proposés par le thème Wordpress
- ⇒ Mener à bien une campagne de référencement SEO

#### **Contenu**

- ⇒ Modifier le thème Wordpress en ajoutant ses propres lignes de codes
- ⇒ Travailler la sémantique pour référencer son site web sur les moteurs de recherche
- ⇒ Utilisation approfondie de Wordpress

#### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Réalisation d'un site

- **Youtube**

**Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Comprendre les mécanismes de l'influence sur la toile par le biais de la vidéo
- ⇒ Utiliser Youtube dans sa stratégie Digital
- ⇒ Maîtriser les leviers de performance du second site le plus visité dans le monde
- ⇒ Savoir mettre en place un vrai système d'ambassadeurs

**Contenu**

- ⇒ Qu'est que l'influence (égérie, youtubeurs...)
- ⇒ Créer des nouvelles opportunités de marques
- ⇒ Panorama des Youtubeurs influents
- ⇒ Construire un système de monétisation grâce à youtube
- ⇒ La communication audiovisuelle version youtube
- ⇒ Montage d'une vidéo avec un Youtubeur

**Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

**UE 5 : Outils et Techniques**

- **Anglais**

**Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Maîtriser le vocabulaire technique acquis dans les formations antérieures
- ⇒ Acquérir de nouvelles notions en langue étrangère dans le domaine de spécialisation
- ⇒ Accroître sa culture générale et se présenter

**Contenu**

- ⇒ Le vocabulaire technique lié au management et à la gestion d'une unité opérationnelle
- ⇒ Le vocabulaire technique lié aux différentes fonctions dans l'entreprise
- ⇒ Les études de documents/vidéo/support audio en anglais
- ⇒ Les outils et techniques de la recherche d'emploi et du recrutement

**Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Recherche thématique et exposé
- ⇒ Contrôle de connaissance du vocabulaire
- ⇒ Rédaction d'écrits professionnels

- **Personnal Branding**

**Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Comment réussir à devenir et développer sa propre marque sur internet
- ⇒ Maîtriser grâce au Personnal Branding son e-reputation
- ⇒ Connaître les secrets de l'ensemble des réseaux sociaux afin de les utiliser pour une stratégie de Personnal Branding

**Contenu**

- ⇒ Définir le Personnal Branding
- ⇒ Identifier les profils qui utilisent le personnal branding
- ⇒ Mesurer l'impact de sa campagne
- ⇒ Pouvoir anticiper les aléas de la notoriété

**Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Cas pratique

- **Vidéos appliquées au webmarketing**

**Objectifs pédagogiques**

- Comprendre la réflexion projet autour de la réalisation d'une campagne promotionnelle
- Etre en mesure de livrer une vidéo promotionnelle diffusable sur les différents canaux d'une entreprise

- Débloquer des compétences techniques en captation vidéo et en montage vidéo
- Mesure l'importance des différents outils et matériels pour la vidéo (logiciels, carte SD, perche, objectifs, boîtier nu, etc.)

### **Contenus**

- Utilisation du logiciel Premiere Pro
- Réalisation d'un clip promotionnel dans le cadre d'un besoin réel de communication d'une entreprise en partenariat avec l'école
- Rédaction d'un plan d'action

### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Réalisation d'une vidéo

## • **PAO appliquée au webmarketing**

### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Comprendre les principes de base de l'image numérique et savoir définir une taille, une résolution et un cadre en fonction du contexte
- ⇒ Pouvoir réaliser du contenu d'image qui sera utilisable pour de la promotion sur les réseaux sociaux, des newsletters, ou encore sur des supports web
- ⇒ Réaliser des mises en page simples correspondant aux attentes classiques et ordinaires du secteur du digital
- ⇒ Développer un langage et un vocabulaire technique suffisant pour être force de proposition envers les différents acteurs du monde du design (Graphiste, agences, régie publicitaire, etc...)

### **Contenu**

- ⇒ Découverte des logiciels PAO Photoshop et Indesign et définir leurs rôles.
- ⇒ Incorporer des images et des textes, effectuer les corrections et la mise en forme de base sur des supports de textes
- ⇒ Réalisation de photomontages simples avec les techniques de bases des différents logiciels dans un contexte marketing et de communication
- ⇒ Choisir la résolution et les modes colorimétriques
- ⇒ Techniques de traitement de l'image (calques, détournages...)
- ⇒ Adapter les visuels aux résolutions web

### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Réalisation de supports numérique

## • **Actualité du digital**

### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Etre en mesure de suivre les évolutions et les influences du webmarketing et de la communication digitale
- ⇒ Connaitre les outils actuels et futurs qui façonneront les grandes décisions marketing
- ⇒ Faire le lien entre la culture générationnelle et le digital sur les différents secteurs de marché

### **Contenu**

- ⇒ Définir le périmètre de l'actualité digitale
- ⇒ Réaliser un benchmark sur son secteur d'activité ainsi que les tendances du numérique
- ⇒ Faire des études sur les nouveaux outils du digital et leurs impacts potentiels

### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas

## **UE 6 : Experiment**

### ○ **Workshop**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Appréhender des problématiques réelles d'entreprise et leur apporter des solutions concrètes à appliquer
- ⇒ Ecouter une présentation globale d'une entreprise par le biais de l'un des responsables de son entreprise
- ⇒ Apprendre à travailler en groupe en mode projet

#### **Contenu**

- ⇒ Réaliser un plan de communication ou digital pour répondre aux besoins d'une entreprise
- ⇒ Echanger, négocier avec les acteurs du Workshop

#### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Etude de cas
- ⇒ Soutenance orale en groupe devant un jury

### ○ **Projet professionnel**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Analyser un contexte professionnel réel
- ⇒ Cerner un contexte de travail précis, développer son analyse et être capable de le justifier
- ⇒ Être capable de déterminer une problématique d'entreprise et proposer un plan d'action

#### **Contenu**

- ⇒ Réaliser un diagnostic interne et externe d'une entreprise cible ou de sa propre entreprise
- ⇒ Dédurre la problématique centrale pouvant donner lieu à des actions de pérennisation ou de développement de l'entreprise
- ⇒ Conclure l'analyse en démontrant les apports personnels et professionnels de la démarche ainsi que les perspectives d'évolution du projet

#### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Rédaction d'un support de présentation écrit
- ⇒ Elaboration d'une présentation orale via Powerpoint ou tout autre support de communication
- ⇒ Soutenance orale individuelle de 30 minutes

### ○ **Création de start-up**

#### **Objectifs pédagogiques**

- ⇒ Mettre en lien des compétences transverses liées au mix marketing
- ⇒ Assurer une étude de faisabilité de marché et une étude produit/service
- ⇒ Mettre en pratique les techniques de travail de groupe

#### **Contenu**

- ⇒ Réflexion et définition du projet de création en groupe
- ⇒ Détermination du chef de groupe, élaboration de la liste des tâches, ordonnancement des actions
- ⇒ Etude de faisabilité par rapport au marché
- ⇒ Choix des statuts de l'entreprise et des salariés
- ⇒ Etude de la campagne de communication

#### **Modalité(s) d'évaluation**

- ⇒ Rédaction d'un support papier de présentation du projet justifiant les choix