GUIDE DE CONDUITE DU PROJET EN T STMG

**Objectifs** :

* Identifier et planifier des étapes de travail pour améliorer l’efficacité de l’élève dans la conduite du projet dans un délai imparti.
* Evaluer, accompagner, aider l’élève à franchir chacune des étapes.
* Permettre à l’élève de structurer son oral de 10’ de présentation du projet.
* Conduire un projet marketing en conformité avec les fiches de travail constituant le dossier projet (Annexes 1, 2 et 3).

UN ÉTAT D’ESPRIT :

CRÉATIVITE, ORGANISATION, IMPLICATION, AUTONOMIE ET COLLABORATION.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Les étapes du projet | Les démarches et méthodes | Les outils possibles | Période de validation | Validation par le professeur |
| 1. **Analysez le contexte**   *Travail de groupe* | Mise en œuvre des démarches de recherche documentaire sur l’entreprise et /ou analyse des documents donnés par le professeur.  Méthodes de créativité et résolution de problèmes : remue-méninges, questionnement  QQOQCP…  Démarche de diagnostic (SWOT) interne et externe. | Fiche d’identité de l’entreprise.  Tableaux, schémas, carte mentale… |  |  |
| 1. **Identifiez le(s) problème(s)**   *Ex :*  *baisse de la clientèle ; arrivée d’un nouveau concurrent ; baisse du chiffre d’affaires ;*  *offre en inadéquation avec la demande…*  **Et identifiez le(s) besoin(s)**  *Ex :*  *Besoin d’étudier la clientèle ; besoin d’étudier les forces et faiblesses de l’entreprise ; besoin de mettre en place un plan de marchéage efficace…* | Démarche de conduite d’entretien.  Démarche d’analyse d’informations.  Méthode de résolution de problèmes (QQOQCP).  *Travail de groupe* | Guide d’entretien.  Schémas.  Captures d’écran de sites d’entreprises.  Visuels d’entreprise…. |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Les étapes du projet | Les démarches et méthodes | Les outils possibles | Période de validation | Validation par le professeur |
| 1. **Définissez les objectifs (missions conformes à toute démarche marketing)**   **Et répartissez le travail dans l ‘équipe de marketeurs**  *Travail de groupe* | Tableau de répartition des tâches.  Plan d’action.  Carnet de bord… | Outils collaboratifs : ENT du lycée, Google drive, réseau du lycée… |  |  |
| 1. **Réalisez vos missions**   *Travail individuel* | Mobilisez les méthodes, les démarches propres au marketing.  *Ex :*  *Démarche d’étude d’un marché ; démarche de réalisation d’études marketing ; démarche de réalisation d’un plan de communication…* | Outils de gestion.  Outils informatiques appropriés. |  |  |
| 1. **Proposez des solutions pertinentes**   *Travail individuel et de groupe* | Argumentation.  Ecoute active. | Outils informatiques (logiciels appropriés à une présentation orale) |  |  |
| Les étapes du projet | Les démarches et méthodes | Les outils possibles | Période de validation | Validation par le professeur |
| 1. **Préparez votre oral**   *Travail individuel* | Démarches de communication orale structurée et argumentée conforme aux critères d’évaluation (Annexe 3).  Gestion du temps d’exposé 10’. | Guide de conduite du projet.  Outils informatiques (logiciels appropriés à une présentation orale). |  |  |