

Livret à l'attention des Candidats

Manager de projet

Titre certifié de niveau 7

Codes NSF 312 et 341

N° Fiche RNCP 32130

Publié au JO du 4 janvier 2019

FORMATIVES

Centre d'affaires Oberthur – 74 G rue de Paris
35000 - RENNES

Table des matières

1.	INTRODUCTION.....	3
2.	LE CONTENU DE LA FORMATION	4
A)	LES BLOCS DISPENSES.....	4
B)	LES EXAMENS.....	4
3.	LE DOSSIER PROJET	13
4.	LA PÉRIODE EN ENTREPRISE	13
A)	OBJECTIFS	13
B)	CONSEILS	13
5.	LE MÉMOIRE.....	13
6.	LA SOUTENANCE DU MÉMOIRE	16
A)	OBJECTIFS DE LA SOUTENANCE	16
7	RÉCÉPISSÉ DES INFORMATIONS.....	19

1. INTRODUCTION

Présentation de Formatives :

Organisme certificateur & réseau coopératif d'écoles supérieures

- *Formatives est détentrice de 10 titres RCNP de niveaux 6 et 7 et construit des partenariats avec des établissements qui répondent à ses exigences qualité :*

Une soixantaine d'écoles forment aujourd'hui le réseau et **délivre les titres proposés par Formatives** partout **en France**. La principale mission du réseau est de mettre en commun expérience et savoir-faire pour proposer des offres de formations qualitatives, en cohérence avec le marché de l'emploi. Formatives est constitué d'établissements dont les **valeurs communes** permettent de former des diplômés compétents, car notre **objectif commun, c'est l'employabilité** à l'issue de la formation.

- *Formatives coordonne un réseau d'une soixantaine d'écoles d'enseignement supérieur, partageant les mêmes valeurs pédagogiques et engagements :*

- ✓ Proposer des parcours pédagogiques performants et professionnalisants, en employant des méthodologies d'apprentissage variées,
- ✓ Accueillir les étudiants avec bienveillance, mettre des moyens en œuvre pour favoriser leur montée en compétences et leur insertion professionnelle.
- ✓ Confier l'apprentissage des candidats à des équipes de formateurs compétents et engagés dans le suivi et la progression pédagogique,
- ✓ Analyser les évolutions du marché et les attentes des entreprises afin de proposer des formations qui seront en phase avec les transformations dans le monde du travail.

« Bien formés et guidés, sachant valoriser leur dynamisme et leurs compétences dans un vivier favorable, nos titrés ont les meilleures chances de réussir le démarrage de leur vie professionnelle ! »

2. LE CONTENU DE LA FORMATION

a) Les blocs dispensés

BLOC 1 : DIAGNOSTIQUER UNE STRATÉGIE
 BLOC 2 : ORGANISER UN PROJET ET UNE ÉQUIPE
 BLOC 3 : CONCEVOIR UN PROJET DE COMMUNICATION
 BLOC 4 : CONCEVOIR ET CRÉER UN PROJET SELON SA SPÉCIALISATION
 BLOC 5 : PILOTER LA RELATION CLIENTÈLE
 BLOC 6 : DÉFINIR UNE STRATÉGIE POUR SON PROJET/UNITÉ
 BLOC 7 : MANAGER UN PROJET ET UNE ÉQUIPE
 BLOC 8 : PILOTER DES ACTIONS MARKETING ET DE
 BLOC 9 : PILOTER UN PROJET
 BLOC 10 : RÉDIGER UNE PROPOSITION COMMERCIALE

b) Les examens

Un dossier projets est à rendre par bloc de compétences accompagné d'une soutenance à l'oral : un sujet sur un thème en particulier sera imposé en fonction des compétences attendus du bloc évalué.

- Pour les apprenants ayant validé la totalité des blocs, un mémoire professionnelle autour d'une thématique spécifique sera à présenter à l'oral et à l'écrit

BLOC	Compétences évaluées	Matières	Modalités d'évaluation
BLOC 1 : Diagnostiquer une stratégie	C1.1 Identifier les enjeux stratégiques et appliquer les orientations stratégiques choisies par une organisation	<ul style="list-style-type: none"> • Politique générale d'entreprise et diagnostic stratégique 	Dossier projet BLOC 1
	C1.2 Mobiliser les outils pour déterminer les modes de fonctionnement de l'organisation et de l'environnement politique, social, économique		
	C1.3 Réaliser une veille économique, marketing, technologique		
	C1.4 Faire une veille de la législation et appliquer les réglementations en mobilisant les outils et méthodes en droit (selon spécialité)	<ul style="list-style-type: none"> • Droit appliqué 	
	C1.5 Analyser des contrats	<ul style="list-style-type: none"> • Droit des contrats 	
	C1.6 Analyser le comportement des consommateurs et les nouvelles tendances	<ul style="list-style-type: none"> • Planning stratégique 	
	C1.7 Valoriser une offre après avoir défini et argumenté ses choix		

	<p>C1.8 Analyser les informations sur les publics cibles et sur leurs besoins, savoir les comprendre et les prioriser</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Communication interne 	
	<p>C1.9 Élaborer un positionnement et des axes de communication</p>		
<p>BLOC 2 : Organiser un projet et une équipe</p>	<p>C2.1 Réaliser un diagnostic et rédiger (ou analyser) un cahier des charges.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion de projets 	<p>Dossier projet BLOC 2</p>
	<p>C2.2 Formaliser les besoins en compétences</p>		
	<p>C2.3 Constituer l'équipe projet (missions, planification, contraintes légales et réglementaires)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Management d'équipe • Management d'un service 	
	<p>C2.4 Mettre en relation des effectifs et des missions à réaliser Suivre le travail réalisé par les membres de l'équipe</p>		
	<p>C2.5 Déterminer les objectifs de résultat /Choisir des indicateurs de suivi d'un projet ou d'une activité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contrôle de gestion 	
	<p>C2.6 Analyser les procédures appliquées</p>		
	<p>C2.7 Participer à la démarche qualité</p>		
	<p>C2.8 Calculer la rentabilité d'une action, d'un service</p>		
	<p>C2.9 Proposer des axes d'amélioration des performances</p>		
	<p>C2.10 Piloter l'information entre les membres du projet en mobilisant les outils et méthodes de la communication interne.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Développement personnel et techniques de négociation 	
	<p>C2.11 Motiver une équipe</p>		
	<p>C2.12 Appliquer les principes de management de la diversité</p>	<p>Management de la diversité</p>	
	<p>C2.13 Proposer des outils d'accueil et d'intégration</p>		

Bloc 3 : Concevoir un projet de communication	C3.1 Réaliser une enquête ou une étude de l'environnement : études concurrentielles, sociologiques, sociétales, géomatiques... (selon spécialité)	<ul style="list-style-type: none"> Analyse du marché 	Dossier projet BLOC 3
	C3.2 Définir les éléments constitutifs de la marque (image, identité visuelle) Construire une image ou une marque en partant de la stratégie définie par les commanditaires du projet (transformation, lancement, changements organisationnels...) Maîtriser les fondamentaux du marketing	<ul style="list-style-type: none"> Mix Marketing Marketing de l'innovation 	
	C3.3 Analyser les informations sur les publics cibles et sur leurs besoins, savoir les comprendre et les prioriser	<ul style="list-style-type: none"> Stratégies marketing 	
	C3.4 Proposer un plan marketing (événementiel)		
	C3.5 Mobiliser les outils et méthodes pour gérer la communication de l'organisation (actions à mettre en place, outils adaptés à l'objectif)	<ul style="list-style-type: none"> Stratégies de communication 	
	C3.6 Transposer un contenu écrit en visuel	<ul style="list-style-type: none"> Marketing digital / Campagne marketing (e-mailing) 	
	C3.7 Proposer les contours d'une charte graphique pour une marque, un projet, un produit, un événement		
	C3.8 Élaborer des messages de communication en adéquation avec les besoins de l'organisation		
	C3.9 Maîtriser la préparation d'une maquette		
	C3.10 Communiquer par écrit sur le projet auprès des différents acteurs, du public	<ul style="list-style-type: none"> Relations Presse, relations publiques, lobbying 	
C4.1 Définir les composantes et contraintes d'un projet	<ul style="list-style-type: none"> Management de projets 		
C4.2 Rédiger le cahier de pilotage			
C4.3 Réaliser un planning			
C4.4 Définir les critères de qualité et de délais			

Bloc 4 : Concevoir et créer un projet selon sa spécialisation	C4.5 Étudier et présenter les besoins et comportements d'un panel d'utilisateurs		Dossier projet BLOC 4
	C4.14 Mesurer les écarts de performance des ressources de production et financières afin d'évaluer un projet.		
	C4.15 Partager l'expérience du projet : réussites, difficultés, résultats, gestion des aléas. Présenter ses analyses de façon claire et synthétique à ses interlocuteurs.		
	C4.7 Rechercher et transcrire les informations indispensables à la compréhension du projet (positionnement, ressources, budget...) Estimer les risques financiers	<ul style="list-style-type: none"> Gestion financière Ingénierie du financement et business plan 	
	C4.8 Gérer des prestataires extérieurs et coordonner les différentes équipes		
	C4.9 Organiser des partenariats	<ul style="list-style-type: none"> Stratégies de partenariats, sponsoring, mécénats Anglais professionnel 	
	C4.10 S'exprimer en langue anglaise/ présenter un projet en anglais/viser le niveau TOEIC		
	C4.13 Diagnostiquer et analyser un système d'information (SI) Décrire les impacts liés à l'évolution du SI	<ul style="list-style-type: none"> TIC et logiciels professionnels Business Intelligence 	
	Spécialités	<ul style="list-style-type: none"> Tourisme 	
		<ul style="list-style-type: none"> Sport 	
<ul style="list-style-type: none"> Projets multimédias 			
C5.1 Analyser un tableau de bord d'objectifs	<ul style="list-style-type: none"> Études et analyse de données 		

Bloc 5 : Piloter la relation clientèle	C5.2 Collaborer à l'élaboration d'un plan de développement de l'activité C5.5 Piloter des actions commerciales	<ul style="list-style-type: none"> Techniques commerciales / Pilotage des actions commerciales Négociation et développement commercial Fondamentaux du commerce international 	Dossier projet BLOC 5
	C5.3 Analyser une politique commerciale		
	C5.4 Maîtriser le processus d'influence sur les décisions d'achat ou d'investissement		
Bloc 6 : Définir une stratégie pour son projet/unité	C6.1 Réaliser une veille des tendances et des technologies pour en dégager les opportunités et produire des recommandations, au niveau de son unité.	<ul style="list-style-type: none"> Management de projets 	Dossier projet BLOC 6
	C6.2 Assurer une veille marketing C6.3 Comprendre comment la stratégie marketing s'intègre dans la chaîne de valeur globale de l'organisation et collaborer à l'élaboration d'un plan de développement C6.8 Élaborer une stratégie marketing C6.9 Connaître les impacts du marketing de l'entreprise sur chaque service C6.10 Appliquer la stratégie marketing au niveau international	<ul style="list-style-type: none"> Stratégies marketing 	
	C6.4 Déterminer une stratégie d'entreprise (développement, communication.... Selon la spécialité) C6.5 Expliquer les enjeux de l'innovation et motiver les membres de son équipe à l'innovation	<ul style="list-style-type: none"> Stratégies d'entreprise, stratégie de l'innovation Stratégies de communication 	
	C6.6 Analyser et intégrer les évolutions du secteur pour en dégager les opportunités et produire des recommandations		
	C6.7 Participer à l'élaboration de processus Qualité	<ul style="list-style-type: none"> Démarche Qualité et labels 	
Bloc 7 : Manager un projet et une équipe	C7.1 Construire un business model Identifier une offre par rapport au marché Identifier les éléments financiers de son Business plan Construire un plan de financement	<ul style="list-style-type: none"> Ingénierie du financement et business plan 	Dossier projet BLOC 7
	C7.2 Maîtriser les différents aspects de la culture d'entreprise pour optimiser son management d'équipe	<ul style="list-style-type: none"> Culture d'entreprise 	
	C7.3 Analyser l'interculturalité d'une entreprise et mettre en place des actions et outils de management de l'interculturalité	<ul style="list-style-type: none"> Management interculturel 	
	C7.4 Déterminer les impacts du changement sur l'organisation C7.5 Exposer aux acteurs l'intérêt et les conséquences de ces changements. C7.6 Gérer des situations conflictuelles	<ul style="list-style-type: none"> Gestion des conflits Conduite du changement 	
	C7.7 Analyser les résultats d'une équipe C7.8 Décrire et évaluer les compétences des collaborateurs	<ul style="list-style-type: none"> Évaluation des collaborateurs 	

	C7.9 Mener un entretien d'évaluation		
	C7.10 Élaborer une méthodologie de mesure qualitative de rentabilité C7.11 Réaliser une mesure des écarts de performance des ressources de production et financières d'un projet ou d'une activité	<ul style="list-style-type: none"> • Management de projets 	
Bloc 8 : Piloter des actions de marketing et communication	C8.1 Maîtriser les différentes stratégies de communication C8.2 Déterminer les actions de communication à mettre en place (communication digitale, e-réputation, communication événementielle) Sélectionner les outils adaptés à l'objectif	<ul style="list-style-type: none"> • Communication digitale et e-réputation 	Dossier projet BLOC 8
	C8.3 Définir une stratégie de communication d'influence	<ul style="list-style-type: none"> • Communication d'influence 	
	C8.4 Analyser une communication de gestion de crise	<ul style="list-style-type: none"> • Communication de crise 	
	C8.5 Maîtriser la performance marketing (stratégie et marketing opérationnel) C8.6 Utiliser les outils marketing pour faire la promotion d'un produit, service, événement... C8.7 Appréhender la stratégie de distribution qui met à profit plusieurs canaux C8.8 Construire une stratégie de conquête et de fidélisation cross-canal efficace	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing opérationnel • Mix marketing • Marketing cross-canal • Marketing sensoriel 	
	C8.9 Connaître les méthodes et enjeux du marketing sur le commerce en ligne C8.10 Mener des actions ciblées pour accroître sa visibilité sur le net et les ventes	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing des services • E-marketing 	
	C8.11 Gérer une campagne	<ul style="list-style-type: none"> • Management de projets 	
	Bloc 9 : Piloter un projet selon sa spécialisation	C9.1 Évaluer des choix de financements. Mobiliser les techniques de financement de projet	
C9.2 Définir le potentiel d'un client ou prospect C9.3 Faire une veille de la législation C9.4 Analyser des contrats en mobilisant le droit commercial international C9.5 Gérer la satisfaction clientèle C9.6 Mettre en œuvre une stratégie commerciale et réaliser un suivi d'activité C9.7 S'exprimer en langue anglaise dans son milieu professionnel. Présenter un projet en anglais.		<ul style="list-style-type: none"> • Marketing B to B / industriel 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Marketing direct et promotion 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Expertise commerciale 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Marketing des services 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Droit commercial international 	

		<ul style="list-style-type: none"> Anglais professionnel 	
	Spécialités	<ul style="list-style-type: none"> Tourisme 	
		<ul style="list-style-type: none"> Sport 	
		<ul style="list-style-type: none"> Projets multimédias 	
Bloc 10 : Rédiger une proposition commerciale	C10.1 Collaborer à une négociation stratégique : sélectionner les arguments et concevoir une argumentation	<ul style="list-style-type: none"> Négociation commerciale 	Dossier projet BLOC 10
	C10.2 Réaliser un budget prévisionnel C10.3 Préparer un tableau de bord d'objectifs C10.4 Réaliser le suivi des performances	<ul style="list-style-type: none"> Contrôle de gestion (2) 	

Conditions d'examen:

Chaque BLOC : Dossier projet présenté à l'oral devant un jury

brief client avec une ou plusieurs problématiques reprenant l'ensemble des compétences associées au bloc



Période en entreprise



Conditions de validation de la 1ère année:

* 5 blocs de compétences validés (1 à 5)

Conditions d'examen:

Chaque BLOC : Dossier projet présenté à l'oral devant un jury

brief client avec une ou plusieurs problématiques reprenant l'ensemble des compétences associées au bloc



Période en entreprise



Mémoire présenté à l'écrit et à l'oral



Conditions de validation de la certification :

- * 10 blocs de compétences validés : 5 en 1ère année (1 à 5) et 5 en 2ème année (6 à 10)
- * Période en entreprise de 80 jours minimum
- * Mémoire professionnel autour d'une thématique professionnelle

3. LE DOSSIER PROJET

Pour valider chaque bloc de compétences, les candidats réalisent :

- un dossier projet qui consiste en un brief client avec une ou plusieurs problématiques reprenant l'ensemble des compétences associées au bloc.
- Il faudra ensuite présenter ce dossier à un jury de professionnels, de manière structurée, pendant 20 minutes.
- S'en suivra un jeu de questions-réponses pendant 10 minutes afin de vérifier les connaissances et compétences du candidat.

4. LA PÉRIODE EN ENTREPRISE

a) Objectifs

Dans le cadre de votre formation, vous devez effectuer une période en entreprise obligatoire d'une durée minimum de 40 jours soit 280 heures au sein de la même entreprise à 6 mois maximum. Cette période en entreprise peut prendre la forme d'un stage. Sans ce stage vous ne pourrez pas obtenir votre titre.

Cette période en entreprise vous permettra, si vous souhaitez valider la totalité des blocs, de préparer votre mémoire qui est attendu comme examen final.

b) Conseils

- Définissez le but de votre période en entreprise : poste(s) visé(s), compétences à démontrer...
- Partez de fiches de poste pour déterminer les attentes exprimées par les entreprises et les compétences nécessaires. Analysez le rapport entre savoirs et compétences.
- Définissez vos objectifs à court, moyen et long termes.
- Définissez vos objectifs à court, moyen et long termes.
- Informez-vous méthodiquement et régulièrement sur les contenus des domaines de compétences visés (veille documentaire) pendant votre formation initiale puis en appui à la formation tout au long de la vie
- Rendez le contact facile (coordonnées, liens sur le net...)
- Vous pouvez utiliser un format original ou y ajouter une touche personnelle (mur d'images, citations, etc.) : la créativité permet parfois de sortir du lot !

5. LE MÉMOIRE

Le mémoire est basé sur votre période en entreprise. C'est un dossier mobilisant vos connaissances acquises dans le cadre de votre formation et est centré sur l'étude d'un cas concret ou d'un problème d'entreprise.

Il a pour objectifs de vous permettre :

- de réaliser un projet mobilisant vos compétences et vos savoirs acquis dans le cadre de votre formation et de votre temps de présence en entreprise
- de développer un projet directement en lien avec la ou les mission(s) effectuée(s) en entreprise et répondre à une problématique définie.

Le mémoire sera à présenter à l'oral.

Le mémoire est basé sur votre période en entreprise. C'est un dossier mobilisant vos connaissances acquises dans le cadre de votre formation et est centré sur l'étude d'un cas concret ou d'un problème d'entreprise.

Il a pour objectifs de vous permettre :

- de réaliser un projet mobilisant vos compétences et vos savoirs acquis dans le cadre de votre formation et de votre temps de présence en entreprise
- de développer un projet directement en lien avec la ou les mission(s) effectuée(s) en entreprise et répondre à une problématique définie.

Le mémoire sera à présenter à l'oral.

La rédaction du mémoire doit mener à un enrichissement des connaissances et des compétences
Les conclusions doivent comporter des réponses à une problématique.

Choix du sujet :

Le sujet doit vous intéresser suffisamment pour assurer votre motivation
Assurez-vous que vous serez en mesure de rassembler des données et faits nécessaires pour rédiger un mémoire reposant sur des preuves bien établies.

Vous pouvez choisir : (liste non-exhaustive)

- Un mémoire d'étude/ de recherche
- Une solution à un problème auquel votre entreprise doit faire face
- Un business plan, projet entrepreneurial

Méthode de travail :

Pour réaliser cet objectif, il est souhaitable de respecter les règles suivantes :

- Utilisez vos cours, ils vous aideront à mieux décrire l'entreprise ou le projet et ses processus (on attend un vocabulaire professionnel, technique).
- Toutes les sources doivent être identifiées (auteurs, ouvrages = livres ou articles ou reportages..., page ou site internet).
- Toute investigation doit être effectuée dans un but précis. Il convient d'éviter les rassemblements peu méthodiques de données et de construire les étapes de l'enquête qui fourniront à terme des réponses ou solutions à des questions, hypothèses ou problèmes précis.
- Pendant vos recherches, rassemblez et notez les données systématiquement. Réfléchissez soigneusement à la présentation visuelle de vos données afin qu'elles attirent l'attention (utilisation de graphiques par exemple).
- Examinez de façon critique les données que vous rassemblez, afin qu'elles soient aussi précises, fiables et représentatives que possible. Toutes suppositions, hypothèses et méthodologies doivent être signalées dans le texte de votre mémoire.
- Comportez-vous en observateur objectif : les aperçus critiques que vous avez obtenus sur les théories actuelles. Cela permettra une évaluation de votre travail dans son contexte théorique.

Collecte des données :

a) Données quantitatives et qualitatives

Les méthodes qualitatives mettent l'accent sur des facteurs tels que la signification, l'expérience, la description. Ces méthodes tiennent compte avec précision de la diversité du comportement humain
La quantification des données implique des mesures numériques et le choix des chiffres pour représenter la réalité.

Méthodes quantitatives	Méthodes qualitatives
Entretiens	Observations
Questionnaires	Entretiens et contacts
Enquêtes	Analyses documentaires
Expériences	Techniques de projection
	Etudes de cas

b) Identification et utilisation des sources

Le jury et le Certificateur s'attendent à ce que vous fassiez référence à des études liées au sujet traité. Les sources seront des cours, des manuels, des ouvrages, des articles de revues spécialisées.
Soyez prudent concernant les informations collectées sur internet.
Pour tous les documents écrits issus de l'entreprise que vous souhaitez utiliser comme sources, veillez à obtenir les autorisations nécessaires et à respecter les droits d'auteur.

Format :

La partie principale du mémoire doit avoisiner 80 pages avec un texte dactylographié (espacement de 1,5 ; marges de 2 cm) de l'introduction à la conclusion.
Les annexes sont comptées séparément.
Les pages sont numérotées de façon consécutive à partir de l'introduction
Tous les diagrammes et graphiques sont numérotés de façon consécutive

Plan type :

- Page de couverture avec nom du centre de formation, du certificateur, de l'entreprise, vos nom et prénom, celui de votre directeur de mémoire, l'année universitaire, le titre du mémoire
- Page de titre (facultative)
- Remerciements (facultatifs mais appréciés)
- Le cas échéant, une condition de confidentialité
- Sommaire qui doit comporter la numérotation des pages
- Introduction : Elle comporte une accroche, la présentation du contexte et du sujet, l'annonce de la problématique et les objectifs du mémoire puis l'annonce du plan.
- Partie I : Justification de la problématique
 - Contexte et observations (PASSÉ / PRÉSENT)
 - Diagnostic (pensez à utiliser les outils de diagnostic tels que SWOT, PESTEL, DIAGRAMMES...)
 - Votre analyse s'appuyant sur des faits observés et votre diagnostic
 - En conclusion, votre problématique ainsi justifiée
- Partie II : Vos recherches documentaires (bibliographie) et enquêtes,
 - Méthodologie : comment avez-vous obtenu vos sources de données ? Les outils utilisés et pourquoi ? Expliquer les avantages et les inconvénients ainsi que les raisons pour lesquelles vous avez choisi ces méthodes. Expliquez également les problèmes théoriques associés à votre choix de sujet afin de situer votre travail par rapport aux recherches existant déjà dans ce domaine.
 - Traitement des données rassemblées, analyse et évaluation de ces données (les questionnaires, réponses brutes, tableaux... sont présentés en annexe).
 - Deux ou trois axes de travail. Vos arguments doivent suivre une progression logique, l'analyse des données vous permettant d'expliquer, comprendre et interpréter les faits pour mieux étayer vos conclusions.
- Partie III : Vos préconisations
Présenter les résultats de vos recherches à partir des informations et arguments contenus dans les parties précédentes et du contexte. Mettez-vous bien en position de niveau I (stratégie, vision à moyen et long terme). Vous devez absolument convaincre, pensez donc à bien préciser le calendrier de mise en œuvre et le budget qu'il faudrait allouer pour mettre en place vos recommandations (en euros ou en pourcentage).
- Partie IV : Conclusion
Amélioration possible de la méthodologie ou sur d'autres aspects du problème qu'il serait souhaitable d'étudier plus en détail (apports personnels et professionnels) → Ouverture.
Vos conclusions ne seront peut-être pas aussi avancées que vous l'auriez souhaité, mais ce qui décidera de la qualité de votre travail est la façon dont vous aurez compris le contexte organisationnel et assemblé des connaissances, le soin avec lequel vous aurez construit vos recherches, la rigueur de votre analyse, l'envergure intellectuelle de votre évaluation et de vos conclusions.

Le mémoire doit présenter :

- * une veille concernant l'innovation technique ou technologie,
- * une ou plusieurs actions menées,
- * des recherches de financements,
- * l'évaluation des résultats obtenus (mesure de rentabilité),
- * une analyse de performances / promesse de performances

Il est indispensable que toutes les sources citées soient reconnues et attribuées de façon explicite. N'oubliez pas que notre logiciel anti-plagiat est redoutable. Avec un moteur de recherche très puissant, il va comparer votre travail avec tout ce qui peut se trouver sur le net !

« Citation mot à mot » + insérer une note de bas de page précisant l'auteur, l'ouvrage, la page

Tout copiage mot à mot ou avec quelques synonymes engendre un pourcentage de plagiat élevé. Ceci comprend les gloses et paraphrases (documentation d'entreprise) et les citations textuelles directes (auteurs).

Si vous dépassez le pourcentage autorisé, vous devrez retravailler votre écrit avant la soutenance.

En fin de mémoire, la bibliographie reprend les auteurs cités au fil des pages (idéalement dans l'ordre alphabétique) en respectant au minimum la norme suivante :

Pour un article : NOM Initiale du prénom (année), « nom exact de l'article », page internet par exemple

Exemples : DUPUY Y. (1999), « Vingt ans de recherche française sur le contrôle comptable des performances », Comptabilité-Contrôle-Audit, les vingt ans de l'AFC, www..... com

Pour un ouvrage : NOM Initiale du prénom (année), titre de l'ouvrage, numéro de page

Exemple : FERNANDEZ A. (2013), Les nouveaux tableaux de bord des managers, Le projet Business Intelligence clés en main, page 79

La bibliographie doit reprendre tous les auteurs cités au fil des pages (notes de bas de page).

Annexes :

Une page de garde présente la liste des annexes numérotées et paginées (séparément du mémoire).

Toute annexe doit être citée dans le corps du texte et doit permettre d'avoir des renseignements complémentaires sur un élément du mémoire (approfondissement, tableau de données, source...)

Conseils :

A faire :

- Traitez vos sources de façon critique, votre travail doit comporter une évaluation. De par leur nature même, les documents d'entreprise ne sont pas impartiaux. Il convient de ne pas accepter aveuglément les informations qu'ils contiennent
- Comportez-vous en observateur objectif.

A ne pas faire :

- N'utilisez pas trop abondamment la documentation et les sources de l'entreprise
- Éliminez tout ce qui ne sert pas à éclairer ou renforcer votre argument

Vos conclusions ne seront peut-être pas aussi avancées que vous l'auriez souhaité. Ce qui décidera de la qualité de votre travail est la façon dont vous aurez compris le contexte organisationnel et assemblé des connaissances. Le soin avec lequel vous aurez construit vos recherches démontrera la rigueur de votre analyse, l'envergure intellectuelle de votre évaluation et de vos conclusions.

Remise du mémoire :

Votre centre de formation vous transmettra une date de remise du mémoire (de l'ordre de 15 jours avant la date de la soutenance).

Si vous souhaitez qu'une condition de confidentialité soit observée, merci de le mentionner sur la couverture

6. LA SOUTENANCE DU MÉMOIRE

a) Objectifs de la soutenance

L'objectif de la soutenance est de faire une synthèse de ce qui a été développé dans le mémoire. C'est pourquoi vous devez préparer cette épreuve avec soin et utiliser des outils de présentation adaptés à votre démonstration :

Vous serez évalué(e) sur vos aptitudes et compétences nécessaires pour prendre des responsabilités dans une entreprise, au niveau 7. Vous devez faire preuve de charisme, montrer votre ouverture d'esprit sur le monde, vos facultés à analyser une problématique et à prendre des décisions en conséquence.

Le Tuteur d'Entreprise peut être présent lors de l'oral, sans être membre du Jury (simple observateur).

Évaluation de l'oral par les membres du jury

Titre préparé : Manager de projet, niveau 7

Centre d'examen : Nom :	Date : Prénom :
--	----------------------------------

Évaluation du mémoire écrit	
Problématique / 4 Définition et pertinence de la problématique Outils d'analyse utilisés pour le diagnostic Capacité à se poser les bonnes questions Clarté de la présentation et de l'analyse du contexte	
Méthodologie / 4 Cohérence de la démarche de recherche Revue de littérature Identification et qualité des sources Techniques d'entretiens (interviews) Études quantitatives et qualitatives Axes de travail présentés (Hypothèses)	
Qualité de présentation et de démonstration / 4 Rigueur dans l'argumentation et dans la démonstration Exploitation des sources : caractère judicieux des annexes Essentiel distingué de l'accessoire Introduction et conclusion pertinentes	
Résultats / 4 Conclusions claires, résultats présentés et analysés Résultats cohérents avec l'ambition de recherche initiale apportant des réponses à la problématique Maîtrise de la question étudiée Ouverture - Prospectives (Niveau 7)	
Bibliographie / 1 Sources citées en notes de bas de page, respect des normes en vigueur	
Expression écrite / 2 Orthographe, syntaxe Facilité à lire le mémoire	
Présentation / 1 Présentation soignée, plan clair, titres appropriés Conformité aux exigences du mémoire (80 pages +/- 10%)	
Note globale ECRIT	/20

Évaluation de la soutenance Orale du mémoire	
Organisation et présentation / 3 Respect des temps préconisés Présentation du plan, du fil conducteur Liberté par rapport aux notes	
Capacité à convaincre / 5 Qualité de l'argumentation Aisance et maturité Présentation professionnelle Exposé logique et cohérent Énergie	
Intérêt et consistance / 5 Problématique exposée et argumentée Maîtrise de la méthodologie Rigueur de la démonstration Maîtrise des résultats Valeur ajoutée de la soutenance	
Qualité des échanges / 5 Gestion de l'entretien : écoute, reformulation Qualité des explications Gestion de l'entretien (stress...) et capacité d'adaptation Développement des éléments clés pour répondre aux questions du jury Prise de position (Niveau 7)	
Présentation / 2 Clarté du ppt, numérotation des pages Respect des codes de présentation et utilité des slides	
Expression orale / - 1 à + 1 (bonus) Bon usage de la langue française	
Note globale ORAL	/ 20

Signatures des membres du Jury

NOM	Prénom	Fonction	Signature

PROCÈS VERBAL

Titre préparé : Manager de projet, niveau 7

Centre d'examen : Nom :	Date : Prénom :
--	----------------------------------

- **Mémoire**

Note globale ECRIT	/20
--------------------	-----

Note globale ORAL	/20
-------------------	-----

- **Compétences professionnelles**

Intitulés des blocs	Acquis	En cours	Non Acquis
Bloc 1 : Diagnostiquer une stratégie			
Bloc 2 : Organiser un projet et une équipe			
Bloc 3 : Concevoir une communication			
Bloc 4 : Concevoir un projet			
Bloc 5 : Piloter la relation clientèle			
Bloc 6 : Définir une stratégie pour son projet / unité			
Bloc 7 : manager un projet et une équipe			
Bloc 8 : Piloter des actions marketing et de communication			
Bloc 9 : Piloter un projet			
Bloc 10 : Régider une proposition commerciale			
Nombre de blocs validés	/10		

Observations :

Signatures des membres du Jury

NOM	Prénom	Fonction	Signature

7 RÉCÉPISSÉ DES INFORMATIONS

Je soussigné candidat au titre de niveau 6 de Formatives atteste par la présente avoir reçu toutes les informations concernant :

- L'organisation de la formation : calendrier, programme de formation fournis avant le début de la formation par l'école
- Les modalités d'évaluation : Pour chaque bloc, le candidat doit
 - réaliser un dossier de projet (brief client avec une ou plusieurs problématiques reprenant l'ensemble des compétences associées au bloc) ;
 - présenter ce dossier à un jury de professionnels, de manière structurée, pendant 20 minutes. S'en suivra un jeu de questions-réponses pendant 10 minutes afin de vérifier les connaissances et compétences du candidat.
- La délivrance du titre est conditionnée à :
 - La validation des 10 blocs de compétences constitutifs de la certification ;
 - La présentation écrite et orale d'un mémoire professionnel réalisé autour d'une thématique professionnelle, choisie par le candidat et en lien avec le secteur d'activité visé par la certification ;
 - L'attestation de présence de 80 jours minimum en entreprise

Je m'engage par ailleurs à suivre les cours avec assiduité et rendre tous les travaux personnels selon le calendrier établi par l'organisme de formation.

Fait à le

Signature :