



Évaluation de l'épreuve intégrée

Section : **Bachelier en Marketing**

Année académique

Session 1 :

Session 2 :

Document 1 : Évaluation de l'écrit par le lecteur

Lecteur :

Date :

Compétences à acquérir :

En respectant les consignes données, les règles et usages de la langue française, au travers de la rédaction d'un projet de développement d'une entreprise nouvelle ou de transformation du modèle économique d'une entreprise existante en y intégrant des outils numériques adaptés à la situation :

- *son analyse du marché, du réseau de distribution, de la politique de prix et de communication de l'entreprise afin de déterminer et de justifier le positionnement stratégique ainsi que les techniques commerciales à mettre en œuvre*
- *l'intégration des techniques de statistiques appropriées afin de justifier ses choix*
- *son projet sous forme de business model en justifiant son choix sur base d'outils d'analyse*

Scénario 1 : Création d'une nouvelle entreprise

Scénario 2 : Transformation du modèle économique

• Analyse

| | | |
|--------------------------------------|---|--------------------------|
| Environnements macro et micro | PESTEL : Déterminer, expliquer et justifier les facteurs macro-environnemental ayant un potentiel impact sur l'activité | <input type="checkbox"/> |
| | MICRO INTERNE : Expliquer/présenter l'entreprise et son environnement interne dans le cadre du projet (motivation/problématique, mission, valeurs, vision, compétences, historique, etc.) | <input type="checkbox"/> |
| | MICRO EXTERNE : Identifier et analyser les acteurs interagissant avec le produit choisi (fournisseurs, intermédiaires, concurrents, etc.) | <input type="checkbox"/> |
| Produit / Cible | Scénario 1 - CARTE D'EMPATHIE avec les objectifs à la suite de déterminer 1 cible et de développer un premier concept : chaque rubrique de la carte d'empathie est judicieusement exprimée comme la synthèse d'une démarche active de l'expérience du marché dans le secteur approché et des attentes/contre attentes d'une cible prioritaire détectée. Tout ceci débouchant aussi sur la création d'un persona. | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 - PROTOTYPAGE : Innovation phase idéation - concepts successifs vers un prototype testable (prototypage) : plusieurs concepts successifs sont proposés suite à des recherches intégrant optimalement la cible prioritaire | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 2 - Description de la ligne de produit étudiée et pour quelle(s) cible(s) : description générale des activités de l'entreprise et mise en avant et développement de la ligne de produit étudiée dans le tfe + diagnostic complet de cette dernière, dont largeur, profondeur, services associés, packages, packaging. Existence ou pas de de cartes d'empathie et de persona avec diagnostic sur la ou les cibles existantes | <input type="checkbox"/> |
| Distribution | Scénario 2 analyse de la distribution existante : les différents canaux employés sont présentés et étudiés (direct, court, long, intermédiaires, relais) | <input type="checkbox"/> |
| Prix | Scénario 2 : analyse du pricing existant en fonction des modèles et des services proposés, voire des packages existants | <input type="checkbox"/> |



| | | |
|----------------------|---|--------------------------|
| Communication | Scénario 2 : Evaluation du dispositif de communication existant en se basant sur le.s persona.s de l'entreprise | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 2 : Adéquation entre les objectifs visés par l'entreprise et les objectifs de communication | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 2 : Diagnostic des améliorations/changements pertinents | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 : Identification des canaux privilégiés pour atteindre chaque cible | <input type="checkbox"/> |

- **Techniques statistiques**

| | | |
|--|--|--------------------------|
| Etudes qualitatives | Justification d'un cadrage, développement d'un guide d'entretien, réalisation d'interviews, analyse des résultats et conclusion (en quoi l'étude qualitative répond à l'objectif d'étude et fait avancer la recherche) | <input type="checkbox"/> |
| Etude quantitative: généralement - en scénario 1 dans la partie "stratégie et plan d'actions", - en scénario 2 comme étude existante dans la partie "analyse" ou comme nouvelle étude, permettant de justifier des choix stratégiques de transformation de modèle dans la partie "stratégie et plan d'actions" | Justification d'un cadrage, développement d'un guide d'entretien, réalisation d'interviews, analyse des résultats et conclusion (en quoi l'étude quantitative répond à l'objectif d'étude et fait avancer la recherche) Maîtrise du caractère représentatif de l'étude quantitative (min. 100 personnes éligibles interrogées), analyse pertinente par variable, optionnellement avec un test chi carré en croisant 2 variables "adéquates" | <input type="checkbox"/> |

- **Diagnostic**

| | | |
|-------------------|--|--------------------------|
| Diagnostic | Force de Porter : Capacité à déterminer et justifier les menaces | <input type="checkbox"/> |
| | Business model Canva : capacité à synthétiser l'ensemble de l'analyse et expliquer le choix du Business Model Canva | <input type="checkbox"/> |
| | SWOT : Capacité à identifier les éléments externes et internes permettant d'élaborer, à la suite, une stratégie et un plan d'actions | <input type="checkbox"/> |
| | Facteurs clés de succès : Identification d'un ensemble cohérent de facteurs clés de succès difficilement imitables et/ou substituables | <input type="checkbox"/> |

- **Positionnement stratégique & plan d'actions**

| | | |
|---------------------|---|--------------------------|
| Process | Scénario 1 : Détermination des processus et des procédures à créer pour contribuer à l'atteinte des objectifs | <input type="checkbox"/> |
| Produit | Scénario 1 - détermination d'un produit minimum viable : Le PMV est proposé de façon exhaustive, sans "rupture" logique avec la partie analyse (empathie et idéation) | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 2 - élaboration d'une stratégie de croissance produit | <input type="checkbox"/> |
| Prix | Scénario 1 - Prix : Détermination du prix de revient, Analyse suivant la méthode du prix psychologique, Identification du prix de la concurrence) | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 - Prix : Détermination d'une stratégie pricing | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 2 - Prix : Justification d'une évolution ou non de la stratégie pricing | <input type="checkbox"/> |
| Distribution | Scénario 1 (optionnel, suivant le sujet) - étude terrain de la zone de chalandise avec un choix approprié des canaux | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 2 (optionnel suivant le sujet) - proposition d'une adaptation du choix des canaux en lien avec l'étude de la zone de la chalandise | <input type="checkbox"/> |



| | | |
|-------------------------------------|---|--------------------------|
| Communication | Scénario 2 : Formulation des recommandations sur le dispositif existant de communication | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 2 : Élaboration d'un plan de communication illustrant la stratégie | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 : Identification d'indicateurs de performance associé à la stratégie | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 : Définition d'un positionnement de l'entreprise | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 : Définition d'un branding & storytelling (identité visuelle, messages clés) | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 : Définition de la stratégie de contenu de l'entreprise | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 : Définition du mix de communication adéquat | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 : Définition des canaux de communication classique à exploiter | <input type="checkbox"/> |
| | Scénario 1 : Élaboration d'un plan de communication illustrant la stratégie | <input type="checkbox"/> |
| Budgétisation Plan financier | Hypothèses documentées (CA - volumes et prix, achats, autres charges, investissements et leurs amortissements, financements propre et externe) permettant via Hannago ou l'outil 1819 de réaliser un budget prévisionnel complet visant à déterminer le seuil de rentabilité et la viabilité du projet endéans les 3 ans tant sur la rentabilité que la solvabilité | <input type="checkbox"/> |

- **La qualité générale du document écrit**

| | | |
|---|---|--------------------------|
| Respect des consignes | Le travail est structuré et répond aux consignes générales reprises dans le règlement interne des TFE | <input type="checkbox"/> |
| Le travail reflète un caractère personnel | L'étudiant a été en mesure d'intégrer un apport personnel, avec créativité, dans sa recherche et les recommandations formulées. Toute ressource, en ce qui compris, l'appel à l'IA a été mentionnée dans le travail | <input type="checkbox"/> |
| Le document remis est qualitatif et reflète un caractère professionnel | Les règles et usage de la langue française sont respectées | <input type="checkbox"/> |
| | Le travail est correctement structuré (table des matières, introduction, ... conclusion, bibliographie, annexes) | <input type="checkbox"/> |
| | Le style et la forme adoptés sont professionnels (clarté, rigueur au niveau de la terminologie et des concepts utilisés, cohérence de la forme/typographie, capacité à établir une majorité de liens logiques pour former un ensemble organisé, * !*etc.) | <input type="checkbox"/> |
| | Les règles d'orthographe et de grammaire sont respectées (max 40 fautes au total de l'ouvrage) | <input type="checkbox"/> |
| Le choix des illustrations et annexes | Les illustrations choisies et les annexes sont pertinentes et ont pour objectif de faciliter la compréhension du propos | <input type="checkbox"/> |
| | Le nombre d'illustrations et d'annexes est adapté au volume du texte en vue d'alléger la lecture de celui-ci. | <input type="checkbox"/> |
| Références et bibliographie | Les emprunts à d'autres auteurs, sites et/ou IA sont clairement mentionnés | <input type="checkbox"/> |
| | Les règles de référencement sont respectées | <input type="checkbox"/> |
| | La bibliographie est cohérente et complète | <input type="checkbox"/> |

Synthèse

| <u>Acquis d'apprentissage</u> | <u>Acquis</u> | <u>Non acquis</u> |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Analyse | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Techniques statistiques | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diagnostic | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Positionnement stratégique & plan d'actions | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Qualité générale du document écrit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

