

PDUC : LES 5 PARTIES DU DOSSIER ET LEUR CONTENU (10 pages maximum au total)

<i>Parties</i>	<i>Dossier d'examen, avec plan, ou éléments de plan, proposés</i>	<i>Annexes personnelles (hors dossier) mais utiles à l'oral</i>	<i>Observations et conseils</i>
<p>□ 1 - ANALYSE COMMERCIALE ET STRUCTUREE ACTUELLE DE L'UC DANS SON CONTEXTE LOCAL ET LE CAS ECHEANT DANS LE CONTEXTE DE SON RESEAU</p>	<p>➤ 11 Analyse de l'UC sur son marché :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>La Structure de l'UC</u> - <u>L'Offre de l'UC</u> - <u>la clientèle de l'UC</u> - <u>La Concurrence Locale de l'UC</u> - <u>La Demande locale de l'UC</u> - <u>L'Environnement local de l'UC</u> <p>➤ 12 Analyse de l'UC dans le contexte de son réseau :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>La structure du réseau</u> <ul style="list-style-type: none"> * organigramme du réseau - <u>La place de l'UC dans le réseau :</u> <ul style="list-style-type: none"> * les apports du réseau * les limites et les contraintes 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ <u>Plaquette d'entreprise (produits)</u> ❖ <u>Organigramme local</u> ❖ <u>Carte avec implantations géographiques (UC et concurrents)</u> ❖ Documents avec <u>données socio-démographiques</u>, économiques, commerciales... (ex. : INSEE) ❖ <u>Organigramme du réseau</u> ❖ Autres documents internes tels que les objectifs du PAC 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>Partie 1 : 2 pages maximum.</u> ✓ <u>Il s'agit d'une description objective qui doit servir de base au diagnostic</u> qui va suivre. <u>C'est bien un constat assez général</u>, comme l'est la description de l'UC de l'épreuve d'ACRC, mais il peut être <u>nettement orienté vers ce diagnostic.</u> ✓ Dès lors, on devrait naturellement conclure sur l'émergence d'un besoin ou d'un questionnement qui sont les préalables du diagnostic, ex. : peut-on élargir l'assortiment ?, doit-on mieux travailler la cible des jeunes ?, ... ✓ Le plan proposé est nettement recommandé. Il doit permettre de faire un balayage exhaustif de l'UC sur le plan commercial. Chaque point retenu doit être à son tour structuré dans son développement. ✓ <u>Les références au réseau, lorsqu'il existe, sont indispensables, quelque soit sa nature :</u> agences, succursalistes, franchise, groupements commerciaux divers, ... ✓ Les documents d'appui annexés seront les supports de l'exposé oral lors de l'examen. ✓ La conclusion devrait donc ouvrir sur la nécessité du diagnostic qui suit, et qu'on peut alors nommer, ex. : <u>un diagnostic de structure et d'assortiment du rayon</u> ..., ou un autre sur <u>le comportement de la cible jeunes</u> chez ..

	<p>➤ 13 Conclusions</p>		<p>✓ En 4 à 5 lignes max</p>
<p>□ 2 – DIAGNOSTIC PARTIEL DE L'UC PRECISANT LES CONDITIONS, MOYENS, METHODES PERMETTANT D'ABOUTIR ET D'ETAYER CE DIAGNOSTIC</p>	<p>➤ 21 L'émergence du projet</p> <p>➤ 22 La collecte des informations et supports du diagnostic (1) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - études documentaires, - statistiques publiques ou professionnelles, - enquêtes et entretiens internes ou externes, - données commerciales internes ou externes (ex. : fournisseurs) - ... <p>➤ 23 Diagnostic Interne / Externe * :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 231 <u>Forces / Faiblesses</u> : <p><i>domaines d'analyse envisageables (2) :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>approvisionnements, ventes, promotion, accueil, services clients, SAV, RH, Organisation de l'UC, Politique commerciale,</u> <p><i>éléments d'appréciation :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>performances</u> (CA, marges, 	<p>❖ Besoin exprimé par le tuteur ou proposition de votre part.</p> <p>❖ <u>Tout document interne</u> ou externe (1) Citez, classez, et décrivez rapidement vos sources d'information dans un tableau en annexe (Informations recherchées/Méthode de recueil/Ressources utilisées/Date de la sources)</p> <p>❖ <u>Tout document interne</u> (1) justifiant les forces ou faiblesses, et notamment <u>les Analyses Commerciales et Financières de Performances</u>, internes, sous couvert de la confidentialité requise à l'examen. En annexe un ou deux grands tableaux peuvent présenter un diagnostic plus</p>	<p>* ou SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat)</p> <p>✓ <u>partie 2 : 2 pages maximum.</u></p> <p>✓ <u>21 Précisez le contexte d'émergence du projet</u> « Suite aux missions préparatoires, suite aux entretiens avec mon tuteur, suite aux contraintes du réseaux et du PAC.... »</p> <p>✓ <u>22 Vous devez montrer que vous avez su réunir un maximum d'informations pertinentes. Vous devez démontrer que vous avez su maîtriser les outils, les techniques et les méthodes de recherche des infos (sources internes, sources externes) Cette sous-partie est fondamentalement importante</u></p> <p>✓ Par rapport à la partie précédente, <u>le diagnostic est encore un constat</u>, mais pas celui des structures de l'UC et du marché, mais plutôt <u>celui de la réalité quasi-quotidienne de la gestion commerciale et marketing</u> de l'UC dans son environnement concurrentiel.</p> <p>✓ Il s'intègre alors <u>dans un schéma plus large et de nature opérationnelle :</u> <u>CONSTATS => CONSEQUENCES.</u></p> <p>✓ A ce titre, c'est <u>l'état des lieux structuré d'une situation commerciale</u> actuelle (CONSTATS), qui a des <u>effets sur les multiples performances et indicateurs commerciaux</u> (CONSEQUENCES)</p> <p>✓ <u>Il est nécessairement partiel</u> (pas comme en ACRC !), mais seulement axé sur une activité projet qui <u>ne doit concerner qu'une partie des activités de l'UC</u> sur le plan opérationnel. Le diagnostic doit être hiérarchisé</p> <p>✓ Il doit bien sûr déboucher sur <u>l'énoncé d'une problématique précise</u>, ex. : « comment gagner 10 points de fidélité sur ... ? », « comment réimplanter les produits... en gagnant de la</p>

	<p>fréquentation, fidélité, ...)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>coûts</u>, <u>délais</u> (démarque, pertes, logistique, suivi, relance, ...) - <u>moyens</u> (humains, techniques, organisationnels, financiers, ...) <ul style="list-style-type: none"> • 232 <u>Menaces / Opportunités</u> : <p><i>domaines d'analyse envisageables (2) :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>la concurrence</u> dans la zone (proximité, positionnement, ...) - <u>les comportements</u>, motivations des clients et prospects, - <u>l'innovation</u> technologique, - Environnement éco - Structure démographique - Environnement juridique ... <p><i>éléments d'appréciation :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>indicateurs</u>, <u>chiffres et faits</u> issus de données professionnelles, de rapports et d'études citées dans les supports du diagnostic., ci-après. 	<p>détaillé</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ <u>Toute source externe</u> (1), remplissant les mêmes rôles que les précédentes vis à vis du diagnostic global à réaliser, et notamment <u>les Etudes Personnelles menées, ou à mener</u>, pour orienter le projet ou ses modalités. ❖ <u>Rem</u> : <i>Les études documentaires globales, ex: revues professionnelles, n'ont pas la même fonction qu'en partie 1 : elles orientent le diagnostic.</i> 	<p>place et du CA ? »</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Lorsqu'on connaît déjà l'axe de la problématique, <u>il est conseillé d'orienter et de construire le diagnostic dans le sens de cette problématique</u> (raisonnement à rebours) ✓ Il doit être <u>structuré autour d'éléments forts, hiérarchisés et quantifiés</u> (les CONSTATS et CONSEQUENCES) , ex. : l'opération dicount concurrente a démarré en ..., la fréquentation a baissé de 12% depuis le ..., ✓ Les domaines d'analyse envisageables (2) sont purement indicatifs, mais la recherche des éléments pertinents concernent souvent ces domaines. ✓ IL faut faire ce diagnostic sous forme de tableaux pour la clarté de l'exposé. ✓ Les <u>annexes doivent être pertinentes, éventuellement personnelles</u> (ex. : étude-diagnostic comparative de concurrence), et formées de <u>documents originaux</u>, avec des <u>informations internes et externes professionnelles</u> (il faut absolument bannir les impressions et ressentis personnels appuyés sur rien !).
--	---	---	---

	<p>➤ 24 Problématique et domaine de la problématique (voir référentiel)</p>	<p>❖ <u>Rem</u> : Il existe 3 domaines de problématique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développement de l'activité commerciale avec de nouveaux clients - Développement de l'activité commerciale avec les clients existant - Développement de l'activité commerciale par l'amélioration de l'organisation et des performances de l'équipe commerciale 	<p>✓ <u>La problématique est concrète, quantitative et doit tenir en une ou deux phrases.</u></p> <p>✓ <u>Rem</u> : Cette problématique peut se révéler plus complexe qu'il n'y paraît, ex. : COMMENT diversifier l'offre du rayon ..., ALORS QUE l'implantation d'enseignes concurrentes à forte notoriété et agressives nous prend « mécaniquement » x % du segment 18 - 25 ans ? Dans ce cas, il faudra probablement répondre au COMMENT, sans pouvoir agir sur le ALORS QUE.</p> <p>✓ (1) Cela consiste à citer clairement la liste des éléments qui ont concouru à l'élaboration du diagnostic et qui figureront dans les annexes personnelles.</p> <p>✓ On a avantage à justifier de l'utilisation de l'outil informatique, et notamment pour les enquêtes, les analyses de performances (extraction de données), les localisations commerciales des concurrents et les caractéristiques de la zone de chalandise (géomarketing), ...</p>
<p>□ 3 – PRECONISATIONS, JUSTIFIEES ET ARGUMENTEES</p>	<p>➤ 31 Analyse des projets possibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>2 projets au moins et 3 au plus, répondant à la problématique de la partie 2, et analysés synthétiquement selon les critères de faisabilité suivants (4) :</u> - <u>ressources et organisation</u> exigés (hommes, compétences, disponibilités, ..., matériel et mobilier, supports techniques et commerciaux, ...) 	<p>❖ On peut prévoir une annexe qui reproduise fidèlement, et plus visuellement, <u>le Tableau des Projets possibles</u>.(3)</p> <p>❖ Il peut y avoir des documents d'appui, comme un Planning de Travail difficile pour les semaines et mois à venir, un Etat des Effectifs, un Inventaire du Matériel, ...</p>	<p>✓ <u>partie 3 : 2 à 3 pages maximum.</u></p> <p>✓ <u>L'analyse de 2 ou 3 projets alternatifs est nettement recommandée</u> car le dossier PDUC est d'abord gouverné par une <u>problématique</u> qui donne <u>nécessairement</u> lieu des <u>idées-projets différentes</u>, ex. : + 10 points de fidélisation de la cible jeune, soit par offre promotionnelle classique, soit par jeu concours type Quiz, soit par parrainage par d'autres clients jeunes.</p> <p>✓ <u>La formulation d'un projet</u> (c.a.d. sa propre qualification et l'analyse de sa faisabilité) <u>ne doit pas être énoncée comme une solution projet unique</u> (ex., faire une plaquette pub pour faire connaître l'UC), <u>mais en termes de solutions possibles</u> (ex., outils de communication écrite directe ou pas, virtuelle,</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - <u>délais de réalisation</u> (en préparation, pilotage et suivi) - <u>coûts engendrés</u> par le projet (estimation globale ou éléments de référence connus) - <u>autonomie décisionnelle</u> du Commanditaire Tuteur de stage (position hiérarchique réelle et contraintes de management, ex. : le budget possible) <p>➤ 32 Justification du projet retenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>ce projet doit avoir la plus large justification commerciale et stratégique, à savoir :</i> - <u>la meilleure faisabilité</u> (cf. analyse précédente) - <u>le meilleur degré de cohérence avec l'UC</u> (cohérence avec le positionnement et l'organisation commerciale de l'UC) - <u>le meilleur degré de convergence avec la stratégie de l'UC et du réseau</u> (ex. : stratégie d'image, développement du service, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Pas d'annexe particulière, sinon par exemple <u>un document publicitaire</u> pour expliciter l'image de l'entreprise. 	<p>...)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cette analyse devrait se faire sous forme de tableau (3): <i>Projets retenus</i> <i>Faisabilité (à apprécier selon les critères cités) (4)</i> ✓ L'analyse doit être <u>brève mais réellement argumentée</u>, ex. : un délai considéré comme excessif doit être quantifié, x semaines ..., et expliqué : pourquoi commercialement trop long ? ✓ La justification, ou le choix du projet, doit donc aller plus loin qu'une simple évidence ou qu'un constat seulement technique et financier (projet le plus court, le moins cher, avec peu de ressources, ...). <u>Elle doit faire référence à la cohérence et à la convergence avec la stratégie de l'UC</u>. Ex. : un jeu Quiz est médiatique (jeux TV), d'esprit collectif, d'image plutôt jeune, dynamique, ludique, ... et donc en accord avec notre propre image d'entreprise et l'esprit d'équipe qui structure notre organisation commerciale
--	--	---	--

	<p>➤ 33 Note de cadrage</p> <p>- <i>Consigner ici une synthèse courte de la note de cadrage :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Contexte</u> (en quelques mots, faire référence au 2 ou 3 points essentiels du diagnostic et de la problématique) - <u>Objectifs</u> (quantifiés) - <u>Résultats attendus</u> (qqs mots) - <u>Acteurs</u> (les citer) - <u>Délais</u> (les rappeler) <ul style="list-style-type: none"> - <u>Budget</u> (citer l'enveloppe globale ou les éléments importants) <ul style="list-style-type: none"> - <u>Communication</u> (modes de communication éventuels entre les acteurs et en direction des cibles : il faut prévoir de communiquer régulièrement avec les acteurs concernés par oral ou par écrit en créant des supports adaptés - <u>Risques</u> (qui peuvent freiner ou empêcher d'atteindre les objectifs) - <u>Etudes préalables</u> (si c'est le cas) - <u>Documents joints</u> (les citer, car ils figureront dans les annexes personnelles) 	<p>❖ <u>La note de cadrage</u> (telle qu'elle a été présentée au Commanditaire Tuteur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La note de cadrage correspond normalement au <u>document préalable qui clôt la première phase de préparation du projet, avant de faire la description opérationnelle</u> de ce dernier dans le cahier des charges (CDC) ✓ Elle ne recense que les informations utiles à <u>l'orientation générale du projet</u> et doit donc être <u>soumise au Commanditaire Tuteur, pour accord formel</u> avec signature de ce dernier (aspect décisionnel), ce qui la distingue du CDC. ✓ <u>Elle précise les objectifs et les résultats à atteindre dans un cadre de contraintes (délai, budget...)</u> ✓ Il est recommandé <u>de la faire figurer en annexe personnelle</u>, telle qu'elle a pu être présentée au commanditaire, et de ne retenir qu'une courte synthèse, en fait <u>presque une simple référence</u>, dans le dossier d'examen. ✓ Elle figure sous forme de tableau dans le diaporama du BTS MUC des lycées d'Abbeville et de Vannes.
--	--	--	--

<p>□ 4 – ANALYSE DES REPERCUSSIONS HUMAINES, FINANCIERES ET ORGANISATIONNELLES DE LA PRECONISATION</p>	<p>➤ 41 Analyse des conséquences prévisibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Faire un panorama court des répercussions dans les domaines indicatifs suivants (5):</i> - <u>conséquences stratégiques</u> (sur la concurrence, la mise en place de produits ou de services, ...) - <u>conséquences commerciales</u> (sur les relations commerciales, la gestion de clientèle, ...) - <u>conséquences organisationnelles</u> (fonctionnement de l'UC, circuits d'information, ...) - <u>conséquences humaines</u> (personnel nécessaire, compétences, formation, ...) - <u>conséquences financières</u> (coûts, CA, résultats, trésorerie, ..) <p>➤ 42 Le cahier des charges :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Description assez détaillée à faire.</i> <i>Rappel du contenu type :</i> - <u>Contexte et enjeux</u> (rappels) - <u>Objectifs généraux, spécifiques</u> (+ précis que la note de cadrage) - <u>Résultats attendus</u> (détaillés) - <u>Parties prenantes</u> (acteurs) - <u>Descriptif du projet</u> (qqs lignes) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ <u>Tout document</u> qui recenserait des répercussions sur l'UC, et commandité par le Tuteur lui-même. ❖ <u>La reprise éventuelle de certaines méthodologies</u> utilisées dans les annexes du diagnostic, ex. : <u>Analyse des Performances</u>. ❖ <u>Document d'évaluation ou de calcul des coûts (globaux ou partiels) obligatoire ici ou dans le CDC.</u> (6) ❖ <u>Présentation éventuelle du CDC</u> en annexe. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>Partie 4 : 2 à 3 pages maximum.</u> ✓ Les conséquences prévisibles doivent permettre de dresser un CDC opérationnel qui en est en quelque sorte l'aboutissement logique. ✓ Ne se référer qu'aux conséquences les plus pertinentes, à partir d'un plan structuré qu'on peut construire à l'aide des éléments indicatifs proposés (5). ✓ Ici encore, on peut les présenter sous forme de tableau. ✓ Ne pas négliger les annexes personnelles (par exemple un calcul détaillé de coûts, voire de rentabilité, qu'on peut aussi retrouver dans le CDC) ✓ <u>Le CDC c'est la formalisation opérationnelle du projet et le document de référence</u> du Chef de Projet et des autres parties prenantes. ✓ <u>Le CDC reprend les objectifs et résultats de la NDC en les précisant. Il reprend également les contraintes de la NDC en les précisant. Mais il précise le cadre méthodologique, les indicateurs pertinents et les outils de suivi prévisionnels</u> ✓ <u>C'est l'élément clé</u> pour l'évaluation et le contrôle des résultats, et il est donc naturellement avalisé par le Commanditaire. ✓ La structure du CDC proposée est celle classique des ouvrages et sites du BTS MUC. ✓ Comme c'est un document réel de travail, il peut être présenté comme annexe personnelle
--	---	---	---

	<p>claires et précises)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Cadre méthodologique</u> (liste des tâches, modalités, organisation générale, Planification prévisionnelle, ...) - <u>Ressources nécessaires, disponibles et à acquérir</u> (à détailler obligatoirement) - <u>Contraintes à prendre en compte</u> - <u>Budget et financement</u> (budget total ou partiel, avec référence aux coûts précédents) - <u>Evaluation du projet</u> (critères et Indicateurs pertinents, Méthodes...) - <u>Outils de pilotage</u> : il faut prévoir au minimum les outils de Pilotage (moyens et outils de suivi, tableau de bord, réunions, Suivi du GANTT ...) - <u>Risques</u> (détaillés, quantifiés, ..) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ <u>Planning, sous forme de graphique de Gantt (ou autre représentation)</u> ❖ <u>Budget (s) détaillé (s) obligatoire (s)</u> (au moins celui des charges et des coûts, avec reprise du (6)), voire celui des produits ou des économies attendues. 	<p>hors dossier (avec cependant tous ses propres constituants annexés, ex. : le budget). Dans ce cas, il doit être également obligatoirement décrit dans ses grandes lignes dans le dossier d'examen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les annexes personnelles seront essentielles lors de l'exposé oral. Il n'est pas interdit de les citer clairement dans le dossier d'examen., et <u>notamment le graphique de Gantt.</u> ✓ Le cadre méthodologique doit être appuyé à l'oral par le Gantt en annexe qui précise la liste des tâches prévisionnelles ✓ Evaluation du projet : quels critères pertinents seront retenus pour évaluer la réalisation du projet ✓ Suivi mis en place : quels outils de suivi ? (tableau de bord, reporting, réunions, enquêtes, suivi des dépenses, suivi du Gantt ...) <p>VOUS ETES ENCORE DANS LE DOMAINE DU PREVISIONNEL : vous décrivez ici ce que vous envisagez de faire</p>

<p>□ 5 – PREMIERES REFLEXIONS POUR LA MISE EN ŒUVRE DE LA PRECONISATION</p>	<p>➤ 5 Modalités (possibles) de mise en œuvre (si le projet n'a pas été réalisé)</p> <p>- <i>Eléments possibles à retenir :</i></p> <p>51- <u>mise en place des outils de suivi</u> (fiches de reporting, fiche bilan, ..)</p> <p>52- Mobilisation des ressources informatiques</p> <p>53- <u>communications diverses</u> (contraintes, délais, résultats partiels ou globaux, ...)</p> <p>54 - <u>bilan final du projet</u> (réunion-bilan projetée, documents d'appui, ...)</p>	<p>❖ <u>Tout document interne éventuel, sous forme de fiches diverses, suivi de planning, suivi de résultats, du tableau de bord, suivi des réunions de pilotage, ...</u> que vous avez prévu dans le cahier des charges</p> <p>❖ <i>QUELS logiciels, pour QUOI faire ?</i></p> <p>❖ <i>Rem : les documents de communication sont plus que souhaités (ex. : <u>fiche compte rendu de réunion</u>)</i></p>	<p>✓ <u>Partie 5 : 1 à 2 pages maximum.</u></p> <p>✓ Ces modalités concernent tout ce qui à pu être mis en œuvre dans le pilotage concret du projet.</p> <p>✓ Cette sous partie ne sera pas formalisée au-delà des éléments indicatifs proposés, car c'est plutôt et souvent l'expérience concrète de la mise en œuvre du projet qui fera foi et donnera des indications exploitables pour ce type de projet.</p> <p>✓ <u>L'aspect Communication doit être mis en avant ici</u>, ex. : la communication par <u>notes d'information</u> ou par <u>fiches d'organisation ou de résultats</u>, p.e. par messagerie interne.</p> <p>✓ <u>La qualité de la communication, au moins écrite</u>, doit prouver au jury que vous maîtrisez les divers outils correspondants, <u>y compris sur le plan informatique.</u></p> <p>✓ <u>L'aspect managérial</u> est loin d'être réellement absent de la mise en œuvre, et bien sur, de la réalisation d'un projet (<u>formation, suivi, coaching, contrôle, ...</u>) Il doit donner lieu à des documents d'appui.</p>
---	---	---	--

	<p>➤ 5 Réalisation du projet (si le projet a été réalisé) - Synthétique (éventuelle) ; Pas de plan proposé, mais une obligation de faire figurer au moins :</p> <p>51-<u>Synthèse des résultats</u> -- quantitatifs (brut, ratios...) -- qualitatifs (communication, management,...)</p> <p>52- <u>Appréciation quantitative et qualitative de réalisation des objectifs</u> (un bilan <u>des moyens, méthodes, délais</u> ...)</p> <p>53- Mobilisation des ressources informatiques</p> <p>54 des <u>réflexions sur l'avenir, dont des conseils et préconisations</u> pour améliorer l'action en cours, ou celle (s) en devenir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tout document d'appui des résultats comme <u>un tableau</u>, le <u>bilan final</u>, des <u>graphiques accompagnateurs</u>, un <u>compte rendu critique final</u>, une <u>présentation visuelle des résultats et de leur appréciation</u> en réunion d'évaluation et de clôture, ... ❖ La synthèse des résultats permettra de communiquer les résultats du projet au travers des outils de suivi ❖ Evaluation et analyse des <u>écarts</u> (notamment sur budget, sur Gantt...) ❖ <i>QUELS logiciels, pour QUOI faire ? + Mise à jour des BDD</i> ❖ <i>Si on devait refaire dans l'avenir ce projet...</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>La réalisation du projet peut être présentée à l'examen</u>, en fin d'exposé. ✓ Cette réalisation peut justifier l'essentiel des 2 pages pour cette partie, avec citations, dans le dossier, des annexes personnelles utilisées à l'oral ✓ <u>Sa présentation concrète à l'oral de l'examen ne saurait dépasser quelques minutes</u>, en fin d'exposé. ✓ Conseils pour le futur portant sur la planification, le contrôle, le management, le coaching, les relations avec le réseau, les études nécessaires...
--	---	---	--