
EVALUATION

- TITRE 7 MANAGER DE PROJETS DE COMMUNICATION -

E1-Semaine de créativité

La modalité se déroule sur une semaine complète, soit 35h.

Au début de la semaine, un client réel vient vers exposer la mission qu'il souhaite confier aux agences de communication.

Les candidats, qui sont réunis par groupe, constituent une agence de communication. Ainsi, plusieurs agences de communication vont être constituées afin de répondre à la même demande du client.

Tout au long de la semaine, les candidats réalisent les travaux déterminés par la mission.

A la fin de la semaine, une restitution écrite et orale intégrant une recommandation est réalisée par chaque groupe devant le client.

E2-Création d'entreprise

Les candidats, qui sont réunis par groupe, doivent monter un projet de création d'entreprise rentable en développant son business model depuis l'étude de marché jusqu'à la stratégie de communication.

Le projet de création va être soutenu devant un jury dont les membres joueront le rôle d'investisseurs potentiels dont l'enjeu principal est de vérifier la cohérence et la solidité financière soutenue par la stratégie de communication.

E3-Mémoire professionnel

Les candidats rédigent un mémoire d'une cinquantaine de pages dans lequel ils décrivent leur compréhension et leur analyse de la stratégie d'entreprise et la stratégie de communication de la structure qui les a accueillis pendant leur stage.

Ils doivent mettre en tension cette stratégie en constatant un paradoxe en particulier dans le lien avec la stratégie de communication et la stratégie d'entreprise.

Ils doivent proposer de préconisations répondant au paradoxe identifié et analysé.

Il est également demandé au candidat de faire une analyse de la pratique managériale en entreprise en analysant les problématiques de management rencontrées au sein du service dans lequel l'apprentissage s'est déroulé.

E4-Revue de presse

Les candidats, qui sont réunis par groupe, doivent sous la forme d'une émission de radio/télévision présenter l'actualité communication/business ou marketing qui portera sur l'innovation technique, concepts/tendances, campagne de publicité, portrait d'une personnalité, nomination et récompense...

E5-Jeu de rôles / oral de posture managérial

Chaque candidat est soumis à :

-une situation managériale fictive problématique dans laquelle le candidat prend connaissance du contexte soumis par écrit et doit préparer les éléments qu'il va devoir tenir dans le jeu de rôles dans lequel il fera face à un collaborateur

-une situation d'animation de réunion dans laquelle le candidat devra mobiliser et faire adhérer ses collaborateurs à la réalisation d'un projet commun

Il sera demandé au candidat de rechercher le bien collectif de l'entreprise et de terminer les échanges par une décision assertive.

E6-Scénario de crise

Sur une durée de 48 heures, le candidat est soumis à un scénario catastrophe/simulation de crise où il va devoir faire des choix sous pression en matière de communication interne et externe.

Devront être mises en avant par le candidat e particulier sa connaissance des cycles de la crise, la manière d'intervention avec les parties prenantes, la manière avec laquelle il va gérer la crise et sa connaissance des moyens de communication notamment celles des réseaux sociaux.

Pour les modalités E1, E2, E4, l'évaluation se fait de manière collective par groupe de candidats. Toutefois, la dimension individuelle est prise en considération en fonction de la contribution à la réalisation du projet, à la restitution réalisée et à l'investissement personnel.