

Guide des projets tuteurés Licences professionnelles (FA)

Année universitaire 2012-2013

Présentation du projet tuteuré.....	2
Rôle du tuteur de projet tuteuré en licences professionnelles du département SRC	3
Présentation des phases liées aux projets tuteurés	4
Annexe 1 – La présentation de l'agence.....	6
Annexe 2 - Le comité de validation	7
Annexe 3 – Le cahier des charges	8
Annexe 4 - Le dossier de recommandation	10
Annexe 5 – La soutenance finale	11
Annexe 6 : Fiche de présentation du projet	12
Planning des séances de projet tuteuré (année 2012-2013)	13

Responsable des projets tuteurés Licences Professionnelles FA :
Thomas Guignard, thomas.guignard@univ-paris13.fr, bureau M.32

Présentation du projet tuteuré

Dates : octobre à avril pour les initiaux
octobre à juin pour les apprentis.

Effectifs : par groupe de 6 à 8 personnes constitué en « agence »

Objectif :

permettre aux étudiants d'appréhender la conception et la conduite d'un projet multimédia de la définition d'un besoin à la réalisation d'une réponse à ce dernier. Il s'agit de mettre les étudiants en situation professionnelle.

Le projet tuteuré fait la synthèse des apprentissages en licence professionnelle.

Contraintes :

- Ces projets sont l'expression des besoins d'un **commanditaire**, qu'il s'agisse d'une association, d'une création d'entreprise... **en aucun cas une entreprise** qui possède les moyens financiers d'engager une agence de communication ou multimédia.
- Il est primordial que les projets comportent plusieurs dimensions :
 - **une création graphique** : print et/ou web
 - **une problématique de communication et de gestion de contenus** : création d'une agence, lancement et promotion du ou des produits, stratégie web, gestion de contenus...
 - **une partie technique** : site dynamique, programmation, gestion de contenus avec back-office, maintenance et mise à jour (mode d'emploi), sécurisation, accessibilité et ergonomie

Tuteur :

Après validation du projet par le comité de validation, il suit son groupe dans les difficultés qu'il peut rencontrer. L'encadrement du travail s'effectue à la fois à travers des entretiens mensuels, la lecture du pitch, l'élaboration du cahier des charges, du cahier de recommandation.

Le tuteur aidera également les étudiants pour la préparation de la soutenance. En fonction des demandes des étudiants il peut être amené à les diriger vers un enseignant d'une autre spécialité. Toute personne intervenant au sein du département SRC peut assurer le tutorat d'un projet.

Un projet mené à terme se décomposera en :

- la formation d'une agence et de ces outils de présentation
- une présentation rapide du projet soumise à validation (après validation, nomination d'un enseignant-tuteur par projet)
- un cahier des charges
- un cahier de recommandation
- une soutenance du projet avec démonstration

Rôle du tuteur de projet tuteuré en licences professionnelles du département SRC

Le tuteur assure le suivi des étudiants et la coordination entre le groupe et le commanditaire. Il assure le lien avec le commanditaire et contrôle le travail.

- Il est tenu régulièrement informé de l'évolution du projet (au minimum un rendez-vous par mois).
- Il évalue le projet et les différents étudiants pour chaque étape. Les notes relatives au projet tuteuré sont collectives mais le tuteur pourra pénaliser des membres d'une agence peu impliqués dans le travail demandé.
- Il encadre les étudiants et au besoin les renvoie vers des collègues sur certains points ne relevant pas de ses compétences.
- Il est responsable du suivi des différents travaux demandés aux étudiants :
 - Cahier des charges
 - Dossier de recommandations
 - Préparation à la soutenance
- Il assiste les soutenances et pré-soutenances relatives au projet suivi.

1 tuteur ne peut suivre que 2 groupes maximum.

Présentation des phases liées aux projets tuteurés

Etape 1 : Constitution des agences et attribution des projets

Phase 1/ 1ère quinzaine d'octobre : Constitution de l'agence

- a. Constitution de l'équipe en fonction des besoins en termes de compétences, définition du métier et des prestations, recherche de nom d'agence et premiers éléments identitaires
- b. Réalisation du premier document de présentation et de promotion de l'agence.

Phase 1 bis (en parallèle)/ 1ère quinzaine d'octobre : Recherche de projet

- L'agence recherche elle-même un projet répondant aux exigences du département SRC (aspects graphiques et techniques et stratégie de communication)

Dès que l'agence a trouvé son projet, elle devra remettre une fiche de présentation du projet au responsable des projets tuteurés (cf. annexe 6) par courriel : thomas.guignard@univ-paris13.fr

Etape 2 - Comité de validation : FI (22/10) et FA (22/10)

- a. Présentation au **comité de validation** des projets et de l'approche de l'agence : comment elle voit le projet, ce qu'elle envisage de faire, le planning, l'approche budgétaire etc. Évidemment, pour ceux qui ont remporté les appels d'offre, le projet est a priori déjà validé, mais pas l'approche, ni, pour cause, la présentation au comité (cf. annexe 2).

Contenu de la présentation :

- présentation complète de l'agence dont sa politique de communication : l'agence se présente (nom, valeurs, positionnement, membres) et développe un argumentaire (cf. annexe 1)
 - présentation du projet et de l'approche de l'agence : contextualisation et premières recommandations et analyses des objectifs
 - répartition prévisionnelle des rôles des membres de l'agence
 - planning prévisionnel
- b. Validation/ou non par le comité et nomination du tuteur ; si le projet n'est pas validé, les étudiants auront un mois pour trouver un autre projet (un projet pourra également être attribué d'office aux étudiants dans le cas où tous les projets proposés par le département SRC n'ont pas été pourvus).

Phase 2/ novembre et décembre : avancement projet

- a. Première réunion avec le tuteur et présentation du projet
- b. Finalisation de la création de l'agence (Logo, site, positionnement, communication)
- c. Approfondissement du projet (avec le client) : finalisation du « cahier des charges » avec le client et le tuteur.

Etape 3 - Validation du cahier des charges : début janvier

- a. Remise du cahier des charges au tuteur (cf. annexe 3)
- b. Validation et notation du cahier des charges par le tuteur

Phase 3 : janvier : approfondissement du projet

- a. Révision planning
- b. Finalisation budget
- c. Initialisation du dossier de recommandations (*cf. annexe 4*)

Etape 4 - Validation du dossier de recommandation :

- a. Remise du dossier de recommandations au tuteur puis au client pour validation
- b. Notation par le tuteur

Phase 4 : février/mars jusqu'à la soutenance

- a. Création et Prototypage (principes et éléments types)
- b. Optimisation après choix du client et consultation du tuteur
- c. Réalisation
- d. En parallèle :
 - Réalisation du document de présentation pour la soutenance
 - Entraînement à la soutenance

Etape finale : pré-soutenance et soutenance

- a. pré- soutenance avec le tuteur
- b. soutenance (*cf. : annexe 5*) : bilan projet client, bilan projet tuteuré, problématisation et mise en perspective ; l'après projet

La présentation de l'agence

Consignes générales :

- imaginez que vous réalisez un document professionnel, faites abstraction du contexte universitaire
- tenez compte des remarques et demandes du comité de validation
- suivez ce guide pour ne rien oublier

C'est le document/ le support qui introduit et promeut l'agence auprès de ces clients potentiels

- Son histoire : comment elle est née, avec quelle idée initiale, comment elle s'est constituée
- Ses métiers et savoir-faire
- Ses valeurs, son état d'esprit
- Son positionnement
- Son nom, son logotype, sa *base line* éventuelle, son territoire visuel et graphique (ce que cela veut signifier)
- Ses qualités spécifiques (bénéfice concurrentiel, sa promesse)
- Ses moyens, ses ressources, son organisation
- Ses outils de communication et de promotion
- Ses références (ou celles de ses membres) éventuels

Nb : l'ordre de ces parties peut être modifié si cela se justifie ; certaines parties peuvent être plus développées si cela est nécessaire (par exemple si vous estimez que les phases amont de la recherche du logo sont intéressantes).

Les supports de communication de l'agence : ils appliqueront la charte graphique de l'agence (qu'il faut réaliser en amont).

- un site (au minimum une page d'accueil)
- une plaquette
- des cartes de visite
- une newsletter présentation la création de l'agence

Annexe 2 - Le comité de validation

Objectifs et moyens d'action du comité de validation :

1. **Le comité de validation a pour objet de :**
 - Valider la composition des agences
 - Veiller à ce que la charge de travail soit équivalente pour chaque agence
 - S'assurer que la méthodologie proposée par l'agence est pertinente
 - **Veiller à la faisabilité du projet choisi par l'agence**
2. **Les moyens d'action du comité de validation sont les suivants :**
 - ajouter des points à traiter sur le projet présenté par l'agence
 - ré-orienter la problématique du projet
 - modifier le macro-planning
 - modifier la composition des agences

Travail demandé pour le comité de validation :

Une présentation orale 10-15 minutes

- L'agence et son positionnement
 - Explication du nom et du logo
 - Points forts de l'agence
- Composition de l'agence et outils de communication de l'agence
 - Répartition des rôles
 - Présentation des outils de communication de l'agence (ébauche site web, carte de visite, plaquette...)¹
- Le projet
 - Présentation du commanditaire
 - Présentation du projet et des principales missions
 - Première approche de l'agence
- Le programme de travail
 - Prochaines étapes
 - Macro-planning

Critères d'acceptation des projets (rappel)

- Charge de travail équivalente d'un projet à un autre
- Difficulté technique équivalente (insertion de vidéos, d'audio, de CMS/back office complexe, d'outil d'identification/authentification complexes, etc.)
- Réflexions esthétique, ergonomique et/ou sur le *wording* approfondies
- Intégration de compétences print et d'identité visuelle
- Vérification « éthique » qu'il ne s'agit pas de réaliser gratuitement un site marchand pour un tiers
- Clarté du sujet
- Aucun des membres de l'équipe ne doit être impliqué personnellement auprès du commanditaire.

¹ Les outils de communication ne sont pas forcément finalisés, l'agence pourra les finaliser par la suite.

Annexe 3 – Le cahier des charges

LE CAHIER DES CHARGES

Dossier noté à remettre en **3 exemplaires** au secrétariat le **10 janvier 2013**

C'est le document qui définit précisément la problématique à résoudre :

- son contexte pour le commanditaire
- son objet
- les objectifs assignés et les contraintes auxquels le projet doit se conformer

Consignes générales :

- imaginez que vous réalisez un document professionnel, faites abstraction du contexte universitaire
- tenez compte des remarques et demandes du comité de validation des sujets
- suivez ce guide pour ne rien oublier

Contenus :

- le contexte : le commanditaire, la nature du projet et objectifs du projet selon le commanditaire
- analyse du projet : attente du client et analyse critique de la problématique, les ressources internes (chez le commanditaire), identification et attente des publics/cibles, verbalisation des bénéfices attendus, environnement concurrentiel et benchmark
- diagnostic et recommandations en termes de méthodologie, des solutions envisagées, planning prévisionnel, budget
- une conclusion rappelant les données principales et mettant en évidence son intérêt et sa valeur ajoutée

Présentation du document « présentation de l'agence et cahier des charges du projet » :

- **en couverture** : titre, commanditaire, agence, auteurs (équipe) et chef de projet, tuteur, le diplôme préparé, l'année, l'université, l'IUT et le département.
- **sommaire** avec pagination
- **présentation de l'agence** (voir contenus en annexes)
- **introduction** :
 - une définition synthétique du sujet
 - le contexte et la problématique du sujet
- **en développement** :
 - les objectifs **du projet** (présentation du commanditaire et du contexte), un descriptif des grandes lignes du contenu (synopsis)
 - les contraintes et le cadre, les ressources matérielles et financières à disposition
 - L'analyse du projet (à recouper avec le premier point)
 - L'analyse concurrentielle et benchmark et leurs implications sur l'élaboration du produit
 - l'analyse des enquêtes clients, avec les attentes
 - la description de la cible principale et des cibles secondaires
 - les valeurs et mots-clés, le registre discursif (posture, ton, langage, iconographie etc.)
 - les fonctionnalités techniques envisagées
 - la provenance des sources iconographiques et des contenus (texte, image, vidéo, son)

- une liste de tâches et de leurs affectations, en indiquant les responsables des principaux pôles (chef de projet, directeur artistique, directeur technique, rédacteur en chef, etc.)
- un planning général sous forme d'un simple tableau (les 5 grandes étapes du projet, pas de diagramme de Gantt pour l'instant)
- **en conclusion :**
 - un rappel des données principales du projet et de sa valeur ajoutée
 - les apports du projet
- **annexes :**
 - un glossaire des termes spécifiques (par ordre alphabétique)
 - une bibliographie (par ordre alphabétique – **veuillez respecter les conventions de présentation des références bibliographiques**)
 - une webographie
 - une liste de documentation tous supports
 - les analyses concurrentielles complètes
 - les résultats des enquêtes clients
 - etc.

Annexe 4 - Le dossier de recommandation

Description du contenu minimum du dossier de recommandation

Dossier noté à remettre en 3 exemplaires au secrétariat pour le 2 mai 2013

Il doit contenir :

- **une couverture comprenant :**
 - titre
 - support
 - auteurs (équipe) et chef de projet / agence
 - tuteurs
 - diplôme préparé/IUT
- **un sommaire détaillé avec pagination**
- **une introduction :**
 - un rappel synthétique du sujet, de ses objectifs et de ses publics
- **un développement :**
 - une description précise et argumentée de votre proposition (scénario), détaillant les contenus (information et médias)
 - synthèse de l'analyse dont l'analyse de la problématique et l'analyse concurrentielle, et la recommandation en termes de communication (objectifs, cibles, registre discursif...)
- **une arborescence détaillée** des contenus du projet
- **une approche graphique** donnant une idée du choix général de traitement visuel : 2 à 3 écrans légendés suffisent
 - la charte graphique du projet et la charte textuelle (si production contenus)
- **Le descriptif détaillé de votre campagne de communication**, dont une partie concernera la communication virale pour promouvoir le projet
- **Une description argumentée des solutions techniques envisagées s'appuyant sur :**
 - la description précise des cibles utilisateurs
 - les demandes décrites au cahier des charges concernant les éventuels développements complexes (bases de données, outils de recherches, accès sécurisés, mémorisation de parties...)
 - la configuration technique minimale requise (plate-forme cible)
 - une convention de nommage des dossiers, fichiers et médias (en expliquant votre logique)
 - une arborescence détaillée des dossiers et fichiers du projet
 - la description et l'affectation de l'équipe de réalisation (tâche, description et responsable)
 - un planning détaillé (diagramme de Gantt)
 - un budget prévisionnel
- **Une conclusion** résumant les aspects principaux du projet.
- **Il pourra contenir également :** tout élément qui vous semblera donner un éclairage complémentaire à votre projet.

Annexe 5 – La soutenance finale

La soutenance de projet rend compte de la démarche suivie pour concevoir et réaliser le produit. Les responsabilités individuelles et collectives doivent être présentées clairement. La richesse de la présentation, le recours aux outils multimédias, la qualité de l'expression, la cohérence et l'équilibre des interventions sont autant de critères pris en compte dans l'évaluation de la soutenance.

Oral de 30 à 40 minutes environ comprenant **20 à 25 minutes de présentation** et 10 à 15 minutes d'entretien.

A remettre lors de la soutenance:

- Un CD-Rom contenant le diaporama utilisé pour la soutenance, le cahier des charges, le dossier de spécification et le rapport final, le produit multimédia *off-line* (l'exemplaire sera conservé au département SRC)
- Remise d'un document écrit accompagnant la soutenance (en X exemplaires)

Critères d'évaluation :

- Présentation du projet : contexte, explication de la démarche
- Description des tâches, mise en évidence des résultats
- Qualité d'ensemble de la prise de parole
- Equilibre du temps de parole
- Qualité des réponses apportées aux questions
- Qualité des supports (présentation multimédia, exemples, etc.)

Une présentation orale pendant 20-25 minutes à l'aide d'un power point

- **L'agence et son positionnement**
 - Explication du nom et du logo
 - Points forts de l'agence
- **Composition de l'agence**
 - Répartition des rôles
 - Explication des tâches effectuées individuellement et collectivement
- **Le projet**
 - Sujet
 - Analyse de la problématique
 - Contextualisation (environnement et précisions des cibles)
 - Diagnostic
 - Recommandations stratégiques et opérationnelles
- **Le "produit" réalisé**
 - Contraintes commanditaires
 - Contraintes techniques
 - Stratégie de communication et de promotion
 - Quelle pérennité pour votre produit (manuel, formation...) ?
 - Evolutions possibles (les préconisations envisagées pour améliorer le "produit" réalisé)
 - Les problèmes rencontrés
 - Les apports du projet

Une démonstration avec présentation des éléments de communication visuelle

- Prévoir une démonstration en « local » de votre produit
- Chaque membre devra prendre la parole et justifier les choix qui ont été faits en démontrant comment l'agence a non seulement répondu aux besoins exprimés par les commanditaires mais aussi a su être force de proposition.

Annexe 6 : Fiche de présentation du projet

Agence :			Tuteur universitaire :	
Membres du groupe				
LP	Nom	Prénom	Fonction	Adresse électronique
CIWM			Chef de projet	
CIWM				
CIWM				
IW				
IW				
IW				
GCLD				
GCLD				
Nom du projet :				
Commanditaire		Désignation de la structure		
		Adresse site web		
		Nom du contact		
		Fonction du contact		
		Mail du contact		
		N° de téléphone contact		
Cible(s) du projet :				
Description du projet (objectifs et missions à réaliser)				

Planning des séances de projet tuteuré (année 2012-2013)

Intitulé	Dates	Horaires
Présentation des projets tuteurés	26/09/2012	9h-13h
Com. Validation (soutenances)	18/10/2012	9h-13h
Plage de projet tuteuré encadrée (séance dédiée à la finalisation du cahier des charges)	20/12/2012	9h-13h
Rendu Cahier des charges	10/01/2013	-
Validation/notation du cahier des charges par le tuteur	19/01/2013	-
Plage de projet tuteuré encadrée (séance intermédiaire)	07/02/2013	journée entière
Plage de projet tuteuré encadrée (préparation cahier de recommandations)	25/04/2013	journée entière
Rendu Cahier de recommandations	02/05/2013	-
Validation/notation du dossier de recommandation par le tuteur	09/05/2013	-
Plage de projet tuteuré encadrée (dernière séance avant soutenance)	23/05/2013	journée entière
Pré-soutenance	11/06/2013	9h-13h
Soutenances	13/06/2013	journée entière