

> Soutenance avec support professionnel :
* 20min de présentation + 10 min de Q/R+ 5 min débrief notation.
Tous les étudiants participent aux soutenances.

LES COMPETENCES ATENDUES			Résultat des groupes
COMPETENCES HARD SKILLS		Proposition information complémentaires des intervenants	Groupe 1 : NOM Prénoms et Noms des étudiants
Gestion de projet de la préparation, le suivi jusqu'aux retours d'expérience	Présentation de la thématique Déterminer le Périmètre du projet. Suivre et présenter les étapes	Proposer et justifier les outils de la préparation, le suivi jusqu'au aux retours d'expérience	
	Clarification des objectifs du site internet	Ils doivent présenter des objectifs de communication (cognitif, affectif, conatif) et marketing (méthode SMART).	
	Définition des Cibles	Veiller à ce que leur cible principale soit une "extension" de leur cœur de cible mais pas une cible totalement autre.	
	<ul style="list-style-type: none">• Réalisation d'au moins une campagne com sur les réseaux sociaux (en ajoutant, quand possible, un lien vers le site web pour augmenter le Traffic)• Réalisation d'un contenu ayant un focus RSE (en ajoutant, quand possible, un lien vers le site web pour augmenter le Traffic)• Réalisation d'un calendrier éditorial pour au moins la campagne de communication créée.• Réalisation d'un SWOT sur le club (le SWOT devrait être en annexe mais le diagnostic doit être apparent dans le cahier des charges)		
Partie Technique	Présenter les Fonctionnalités du site internet et les Contraintes techniques		
Graphisme et ergonomie	Présenter et justifier charte graphique	Un document présentant le processus de réalisation de l'identité : éléments du brief, branding, recherches et inspiration, moodboard et pistes individuelles. Puis éléments de la piste choisie : logo, couleurs, typo, et mini kit UI au minimum.	
	Wireframe et Maquettage		
Spécificités et livrables	Contenu du site		
	Génération de contenu et outils IA		
Conclusion : vos préconisations	Suivi marketing	ils ont pu définir des KPI, voir s'ils sont pertinents et s'ils proposent de les suivre via un outil comme Google Analytics par exemple.	
	Communication externe et suivi		
	Informations pertinentes (veille / RGPD / etc.). Savoir faire des recherches et justifier ses propositions innovantes		
COMPETENCES SOFT SKILLS			
OUT OF THE BOX	Faire preuve d'une capacité à avoir des idées personnelles et inspirantes, savoir sortir du cadre quand cela est adapté	Oser proposer, mais aussi, adopter et partager des idées de groupe.	
ACIDUITE - AUTONOMIE - ESPRIT D'EQUIPE	Proposer ou s'intégrer au règles de groupe	Être force de proposition, tout en étant à l'écoute de l'autre	
PROPOSITIONS INNOVANTES	Proposer des solutions innovantes en dehors du cadre.		
GESTION DU TEMPS	Remettre les informations dans le temps prévu	Savoir organiser son temps et être attentif et respectueux des délais de production du groupe	
PRISE DE PAROLE EN PUBLIC	Maîtriser le contenu <ul style="list-style-type: none">• Réalisation d'un pitch avec intégration de storytelling de moins de 2 minutes	Bien maîtriser les éléments de fond à présenter. Répartir le temps de parole à l'ensemble du groupe	
	Faire preuve d'aisance oratoire (storytelling, interaction avec le public, engagement, conviction ...)	Parler simplement et clairement de manière structurée	
	Avoir un support structuré, désigné qui vient soutenir la parole	Avoir construire une présentation écrite qui appuie votre soutenance	
Echange avec le jury	Répondre judicieusement aux questions posées.	Être capable d'argumenter succinctement	
TOTAL des points par groupe		Note Clients	
		Note formateurs	
		NOTE FINALE	
COMMENTAIRES POUR L'ENSEMBLE DES GROUPES :			
Un grand merci pour vos investissements, tout cette énergie			