



**UNIVERSITÉ
DE LORRAINE**



IUT Saint-Dié

IUT SAINT-DIÉ-DES-VOSGES

INFORMATIQUE

PORTFOLIO UE5

COMPÉTENCE 5 : Conduire

Enseignant : DAVIN Boris

Étudiante : LIGEIRO, Eunice Eugenio

Saint-Dié-Des-Vosges, Juin 2025

Contents

1. Introduction	3
2. Analyse des Ressources et SAÉ's	4
2.1. R1.08 Introduction à la gestion des organisations	4
2.1.1. Lien avec la compétence "Conduire"	4
2.1.2. Approche personnelle	4
2.1.3. Développement des AC	4
2.2. SAÉ S1.05 : Recueil de besoins	5
2.2.1. Objectifs	5
2.2.2. Mon Approche et Mon Organisation	5
2.2.3. Développement des AC	6
2.3. SAÉ S2.05 : Gestion d'un Projet	10
2.3.1. Objectifs	10
2.3.2. Approche personnelle et organisation du travail	10
2.3.3. Développement des AC	11
Conclusion	16

1. Introduction

Ce portfolio présente les compétences que j'ai développées dans l'axe "Conduire" au cours de mes deux premiers semestres en BUT Informatique. J'y décris les ressources et les projets (SAÉ) qui m'ont le plus appris, en m'appuyant sur des exemples concrets. L'objectif n'est pas de tout citer, mais de montrer comment j'ai évolué, ce que j'ai compris, et ce que j'ai appris de mes erreurs ou réussites.

Pour développer cette compétence, les ressources et SAÉ suivantes ont été étudiées et réalisées :

Semestre 1 :

- SAÉ 1.05 : Recueil des besoins
- R1.08 : Gestion de projet et des organisations

Semestre 2 :

- SAÉ2.05 : Gestion d'un projet

2. Analyse des Ressources et SAÉ's

2.1. R1.08 Introduction à la gestion des organisations

2.1.1. Lien avec la compétence "Conduire"

Cette ressource m'a offert une première immersion dans le monde de l'entreprise : ses structures, ses fonctions, ses stratégies. En tant qu'étudiante en informatique, j'ai vite compris que les projets techniques ne sont jamais développés dans un vide. Ils s'inscrivent dans un cadre organisationnel, avec ses contraintes, ses objectifs, ses dynamiques humaines.

2.1.2. Approche personnelle

Face à la densité des contenus (stratégie, fonctions, financement, etc.), j'ai misé sur la clarté : schémas, résumés visuels, relectures actives. Par exemple, pour comprendre la chaîne de valeur ou l'analyse PESTEL, j'ai dû me poser, relire plusieurs fois, dessiner. J'ai aussi essayé, autant que possible, de relier les concepts à des exemples concrets : une stratégie de domination par les coûts ? Lidl. La dématérialisation ? Une entreprise qu'avais toutes ses documents en papier et ont les transformé en format digital.

2.1.3. Développement des AC

2.1.3.1. AC15.01 – Appréhender les besoins

La ressource m'a permis d'aller au-delà des simples demandes de l'utilisateur. Grâce aux analyses internes et externes, j'ai mieux perçu comment les besoins sont façonnés par le contexte : économique, social, technologique. C'est ce qui m'a aidé, par exemple, à comprendre la pertinence de certaines fonctionnalités de notre application dans la SAÉ, comme la comparaison de prix, qui répond à une réalité de marché.

2.1.3.2. AC15.03 – Identifier les acteurs et les phases

Les documents m'ont aussi permis de visualiser la diversité des acteurs dans un projet. RH, marketing, production... tous jouent un rôle, bien avant l'écriture du premier code. Comprendre les décisions stratégiques, tactiques et opérationnelles m'a donné une vue d'ensemble plus réaliste du cycle de vie d'un projet informatique.

2.2. SAÉ S1.05 : Recueil de besoins

2.2.1. Objectifs

Cette SAÉ avait pour but de nous initier à la **conduite de projet**, mais plus précisément à sa phase initiale : le recueil de besoins. C'est une étape que je n'avais encore jamais réellement expérimentée, et j'ai découvert à quel point elle est fondamentale. L'enjeu ? Comprendre ce que le client attend (pas seulement ce qu'il dit, mais ce qu'il veut vraiment) en échangeant régulièrement avec lui pour affiner ses attentes.

2.2.2. Mon Approche et Mon Organisation

Nous étions un groupe de trois. Très vite, on a choisi de travailler sur une ***application de comparaison de prix en supermarché***, une idée simple, mais très concrète.

Je me suis principalement concentrée sur l'étude de marché et la préparation des entretiens utilisateurs. Pour cela, j'ai mobilisé plusieurs ressources :

- **En interne**, les supports de la ressource R1.08 m'ont beaucoup aidé à structurer l'étude de marché. Je me suis appuyée notamment sur la partie qui détaillait les différentes informations à rechercher.
- **En externe**, j'ai effectué des recherches sur des plateformes comme Statista, mais comme certaines données étaient payantes, j'ai aussi appris à utiliser la BU et ses bases de données.

Cette phase m'a demandé un vrai effort d'autonomie. J'ai aussi assumé la rédaction du questionnaire avec mes camarades et la conduite d'un des entretiens, de A à Z : prise de contact, préparation, enregistrement, retranscription, puis analyse. J'ai utilisé Google Docs pour coordonner les travaux avec mes camarades, ce qui nous a permis de garder une vision claire et partagée de l'avancement.

2.2.3. Développement des AC

2.2.3.1. AC15.01 – Appréhender les besoins du client et de l'utilisateur

Je dois l'admettre : au départ, j'avais une vision assez simpliste de ce que sont les "besoins" d'un utilisateur. Pour moi, il suffisait d'écouter ce que la personne disait et de le noter. Mais en rédigeant le questionnaire, puis en menant l'entretien, j'ai compris que c'est plus subtil que ça.

Lors de l'échange avec la personne que j'ai interviewée, par exemple, elle m'a dit que "le prix" était le critère principal. Mais en creusant un peu, en posant des questions ouvertes, j'ai réalisé que son vrai besoin, c'était d'optimiser son temps : elle voulait éviter de passer des heures à comparer les prix dans différents rayons. Ce genre de prise de conscience ne se produit que lorsqu'on prend le temps d'écouter activement, d'analyser au-delà des mots.

2.2.3.1.1. Mes points forts ?

Je dirais la capacité à **reformuler**, à relancer la personne pendant l'entretien pour obtenir des réponses plus riches.

En revanche, au début, je restais trop en surface. J'avais tendance à m'en tenir aux réponses directes. C'est seulement après avoir relu et annoté la transcription que j'ai commencé à repérer des éléments plus implicites, des "non-dits" en quelque sorte.

2.2.3.1.2. Traces

1. Combien de temps consacrez-vous à comparer les prix en supermarché ?

Je consacre beaucoup de temps à comparer les prix. Cela dépend du montant que j'ai sur mon compte. Plus le montant est bas, plus je consacre de temps. Cela peut aller jusqu'à 5 ou 10 minutes pour comparer les prix.

2. Comment planifiez-vous votre liste de courses ?

Je planifie mes courses en réfléchissant à mes besoins. Je regarde ce qui me manque, puis je dresse une liste avant d'aller au supermarché.

3. Habitez-vous seul ou avec d'autres personnes ?

J'habite tout seul.

4. Quels sont vos critères pour choisir un supermarché ?

Mon critère principal, c'est le prix. Je choisis le supermarché le moins cher. C'est pourquoi je fais souvent mes courses chez Lidl, car j'ai remarqué que les produits y sont les moins chers.

5.1. C'est-à-dire que la proximité n'a pas d'importance ?

Même si le supermarché est proche ou non, ou si la qualité est meilleure ailleurs, je privilégie le prix. Si c'est moins cher mais loin, je demande à un ami ayant une voiture de m'accompagner.

Img1 : Partie d'un des entretiens fait

Explication : Cette transcription est une preuve concrète de mon interaction avec un utilisateur potentiel. À travers elle, il est possible d'analyser la manière dont j'ai mené le dialogue, les questions posées et les réponses obtenues, ce qui m'a permis d'identifier les besoins spécifiques et les "points de douleur" de l'utilisateur concernant les achats en supermarché.

2.2.3.2. AC15.03 – Identifier les acteurs et les différentes phases d'un cycle de développement

Même si nous n'avons pas codé l'application (ce n'était pas l'objectif), cette SAÉ m'a permis de mieux comprendre qui intervient à chaque étape d'un projet.

Nous étions à la fois les analystes et les "développeurs potentiels". Les utilisateurs, eux, étaient nos clients. Cette double posture m'a aidée à comprendre que la phase de recueil de besoins est la toute première du cycle, et qu'elle conditionne la suite. Si les besoins sont mal définis, tout le projet en souffre.

Ce que j'ai bien réussi ici, c'est l'identification des acteurs clés : consommateurs, clients, mais aussi décideurs ou partenaires techniques.

2.2.3.2.1. Traces

3.1.CONSUMMATEURS DES SUPERMARCHES

Les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans représentent 13 % des acheteurs, ce qui ajoute un dynamisme juvénile à la démographie des acheteurs. Les consommateurs matures âgés de 50 ans et plus représentent 7 % du public, tandis que les adolescents âgés de 13 à 18 ans constituent le segment le plus petit, avec seulement 1 %. En termes de dynamique de genre, les femmes dominent la base de consommateurs, représentant 61 %.

Chaque semaine, près de la moitié des Français font leurs achats de fruits et légumes dans des hypermarchés (44%) et des supermarchés (41%), qui sont largement supérieurs aux autres types de commerces. Les hommes sont un peu plus nombreux que les femmes dans les hypermarchés (47 % contre 41 %), avec une majorité d'acheteurs actifs âgés de 25 à 49 ans. Les supermarchés attirent une clientèle âgée (65 ans et plus), avec 43% des achats effectués par les personnes sans activité. Seulement 20% des achats hebdomadaires sont effectués par les primeurs, tandis que le hard discount, malgré ses efforts pour simplifier son offre, reste en retrait avec 21% des ventes, les consommateurs préférant la variété des enseignes plus grandes.

***Img2* : Étude de marché – section sur les consommateurs cibles**

Explication : Cette section de l'étude de marché reflète ma compréhension de qui sont les principaux "acteurs" (les consommateurs) pour lesquels l'application serait développée. L'identification de leurs caractéristiques et comportements est une étape fondamentale pour contextualiser le projet dans son environnement.

3. FONCTIONNALITES CLES DE L'APPLICATION

Sur la base des besoins identifiés, plusieurs fonctionnalités essentielles émergent :

- **Comparaison des Prix** : Une interface permettant de comparer les prix d'un même produit dans plusieurs supermarchés.
- **Localisation des Magasins** : Indication de la distance des magasins et estimation du coût de transport.
- **Gestion des Listes de Courses** : Possibilité de créer des listes de courses adaptées aux besoins et au budget de l'utilisateur.
- **Promotions et Offres Spéciales** : Une section pour signaler les promotions en cours dans les différents supermarchés.
- **Filtrage Avancé** : Options pour filtrer par critères comme le bio, les marques locales, ou encore le prix au kilo.



Img3 : Répartition des fonctionnalités clés prioritaires selon les utilisateurs.

Img3 : Fonctionnalités clés de l'application

Explication : Cette trace montre comment les informations issues des entretiens et de l'étude de marché ont été traduites en besoins fonctionnels clairs. Elle illustre ma capacité à transformer des attentes client en éléments concrets pour initier la conception d'un projet informatique.

2.3. SAÉ S2.05 : Gestion d'un Projet

2.3.1. Objectifs

Cette SAÉ visait à m'initier à la gestion de projet informatique, en me plaçant dans une situation quasi réelle, depuis la conception d'une idée jusqu'à sa présentation à des financeurs potentiels. Le cœur de la problématique professionnelle était clair : comment organiser, structurer et piloter un projet centré sur la création d'une application innovante. Dans notre cas, il s'agissait d'une application de voyage "tout-en-un", avec une approche originale autour de la gestion des imprévus.

2.3.2. Approche personnelle et organisation du travail

Nous étions un groupe de trois. Au départ, tout s'est fait assez spontanément : quelques idées, des échanges rapides, puis un concept qui a pris forme. C'est lors de ces premiers échanges que j'ai vraiment pris part à la structuration de notre projet. Mon rôle s'est naturellement tourné vers la phase d'idéation et l'organisation des étapes de travail.

2.3.2.1. Ressources mobilisées :

J'ai activement réutilisé des acquis de la ressource R1.08 (notamment tout ce qui touche à la gestion des organisations et au diagnostic stratégique) pour cadrer notre projet dans le marché du voyage. Pour la partie recherche, j'ai plongé dans des études de marché, des articles spécialisés et même des forums de voyageurs. Bref, tout ce qui pouvait me permettre de mieux comprendre les attentes et comportements des utilisateurs potentiels.

2.3.2.2. Implication et autonomie :

Je pense avoir été très investie. J'ai pris en charge plusieurs étapes clés – parfois par envie, parfois par nécessité. À vrai dire, j'ai souvent eu le sentiment de porter une bonne partie du projet. J'ai co-construit le mindmap, rédigé l'étude de la demande, mené un entretien, synthétisé les résultats... J'ai aussi participé à la rédaction du cahier des charges et à l'élaboration de la WBS. Mais, malgré cette implication individuelle, je dois reconnaître que le travail en groupe n'a pas toujours été fluide. Le manque de coordination, les différences de rythme ou

d'implication... Cela a parfois pesé. À refaire, je mettrais en place des points d'étape réguliers pour éviter ce genre de déséquilibre.

2.3.3. Développement des AC

2.3.3.1. AC25.02 - Formaliser les besoins du client et de l'utilisateur

Avant cette SAÉ, j'avais une idée assez théorique de ce que signifiait "identifier les besoins". Ici, j'ai découvert toute la complexité de cette étape. Par exemple, la création du guide d'entretien m'a poussée à réfléchir : *qu'est-ce qu'on veut vraiment savoir ? Et comment le formuler sans orienter les réponses ?*

Les entretiens, bien que parfois imprécis ou flous, ont révélé des attentes claires – et d'autres plus subtiles. La difficulté était souvent de traduire des ressentis ("je veux que ce soit simple") en éléments concrets ("l'application doit permettre de réserver un billet en 3 clics maximum", par exemple).

Le benchmarking, lui, m'a permis de comprendre ce que les autres faisaient... et ce qu'ils ne faisaient pas. Ça a vraiment nourri notre proposition de valeur.

Mes points forts : la rigueur dans la recherche, la clarté des synthèses.

Mes difficultés : traduire des éléments qualitatifs en spécifications techniques précises.

2.3.3.2. Traces

2. Habitudes de planification de voyage

5. Comment organisez-vous généralement vos voyages ? (Sites web, applications mobiles, organisation manuelle, etc.)
6. Quelles difficultés rencontrez-vous le plus souvent lors de la planification d'un voyage ? (Manque de temps, difficulté à trouver de bonnes offres, complexité de l'organisation, etc.)
7. Quels critères sont les plus importants pour vous lors du choix d'une destination ? (Climat, budget, activités culturelles, détente, etc.)
8. Avez-vous déjà utilisé une application pour organiser un voyage ? Laquelle et qu'en avez-vous pensé ?

3. Fonctionnalités de l'application

9. Seriez-vous intéressé(e) par une application qui génère automatiquement un itinéraire en fonction de vos préférences ?
10. Quelles fonctionnalités vous seraient les plus utiles ? (Génération automatique d'itinéraire, comparaison et réservation, gestion des imprévus, suggestions personnalisées, etc.)
11. Aimeriez-vous une fonctionnalité permettant de partager votre voyage avec des amis ou votre famille ?
12. Avez-vous des suggestions ou attentes particulières pour ce type d'application ?

4. Conclusion

13. Si une telle application existait, seriez-vous prêt à l'utiliser ? Pourquoi ?
14. Auriez-vous des remarques ou des améliorations à proposer ?

Img4 : Extrait du guide d'entretien

Explication : Ce guide démontre ma capacité à structurer une approche pour appréhender les besoins du client et de l'utilisateur, en formulant des questions pertinentes pour cerner leurs attentes et leurs habitudes de voyage.

4.1 Fonctions principales

Fonction	Objectif	Description	Contraintes / Règles de gestion	Niveau de priorité
FP1-Personnalisation avancée	Générer un itinéraire personnalisé en fonction du voyageur	L'utilisateur entre son budget, ses disponibilités et ses préférences, et l'algorithme génère un programme optimisé.	Doit être précis et flexible pour s'adapter aux modifications de l'utilisateur.	Elevé
FP2-Comparaison et réservation intégrée	Permettre de réserver vols, hôtels et activités sur une seule plateforme.	L'utilisateur peut comparer les prix et effectuer ses réservations sans quitter l'application.	Intégration avec plusieurs API de réservation pour fournir des informations à jour.	Elevé
FP3-Gestion proactive des imprévus	Aider l'utilisateur en cas de retard, annulation ou météo défavorable.	L'application propose des alternatives en temps réel (nouveaux trajets, hôtels, activités).	Dépend de la fiabilité des données externes (météo, transport, etc.).	Moyen
FP4-Expérience utilisateur optimisée	Offrir une navigation intuitive et fluide.	Interface ergonomique, accès rapide aux informations essentielles.	Besoin d'une conception UX/UI efficace et de mises à jour fréquentes.	Elevé
FP5-Recommandations intelligentes	Suggérer des activités et	Basé sur le profil utilisateur, avis	Requiert un bon algorithme et des mises	Moyen

Img5 : Une partie de l'analyse fonctionnelle

Explication : Cet extrait illustre ma contribution à la formalisation des besoins en fonctionnalités concrètes, détaillant ce que l'application devra faire pour répondre aux attentes des utilisateurs et du client.

2.3.3.3. AC25.04 - Définir et mettre en œuvre une démarche de suivi de projet

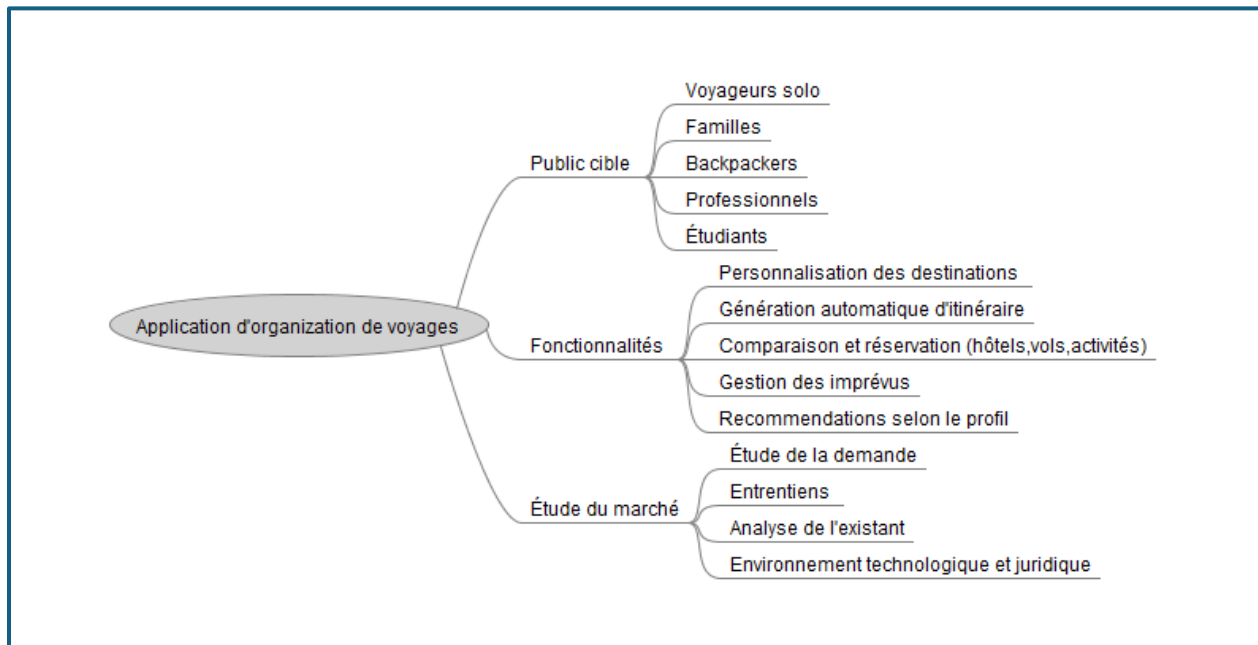
Cette SAÉ a été une vraie plongée dans le pilotage de projet. Le mindmap a permis de poser les bases. Ensuite, la WBS a aidé à structurer. Le Gantt m'a donné une vision temporelle claire, et Trello a été très utile pour le suivi quotidien, même si son utilisation par le groupe est restée inégale.

Ce qui m'a le plus marqué, c'est le fait de simuler un projet de bout en bout – même sans développement réel. Tout y était : cadrage, planification, organisation du travail, présentation finale. J'ai pris conscience du rôle central que joue la gestion, indépendamment du code.

Points forts : savoir utiliser les bons outils au bon moment.

Point faible : gérer les imprévus dans un groupe aux rythmes différents. Parfois, il aurait fallu ajuster le planning en fonction des retards ou blocages, mais ce réflexe n'était pas encore naturel.

2.3.3.4. Traces



Img6 : Le mindmap

Explication : Ce *mindmap* témoigne de ma capacité à initier la démarche de suivi de projet en structurant les idées et les étapes clés de manière visuelle et hiérarchique.

1. Étude Préalable

1.1 Analyse du Marché

- **1.1.1 Étude de la taille et croissance du marché**
 - Collecte de données sur les tendances du marché du voyage
 - Analyse des rapports d'études de marché
- **1.1.2 Analyse de la concurrence**
 - Identification des concurrents directs et indirects
 - Benchmarking des fonctionnalités et modèles économiques
- **1.1.3 Identification des tendances technologiques**
 - Étude des innovations en IA, API de réservation, blockchain
 - Analyse des nouvelles pratiques UX/UI
- **1.1.4 Étude de la demande**
 - Identification des besoins des utilisateurs via enquêtes et interviews
 - Définition des segments cibles

Img7 : Extrait du WBS

Explication : Cet extrait de la WBS met en évidence ma capacité à décomposer un projet complexe en tâches plus petites et gérables, un pilier fondamental de la planification et du suivi de projet.

3. Conclusion

Cette compétence a pris tout son sens au fil des projets, en particulier avec la SAÉ S2.05. J'ai appris à structurer une démarche de suivi, à formaliser des besoins réels et à utiliser des outils concrets pour gérer un projet. J'ai aussi compris que piloter, ce n'est pas tout maîtriser, mais savoir s'adapter, coordonner et garder une vision claire malgré les imprévus.

Je me sens plus confiante aujourd'hui, même si je sais qu'il me reste encore beaucoup à apprendre. Ce que j'ai acquis me donne une base solide pour les projets à venir.