

# Projet tuteuré marketing et communication

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 36.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Campus : Pôle Universitaire Léonard de Vinci
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

## Présentation

---

S'inscrivant dans la logique des Junior-Entreprises, le projet tuteuré permet aux étudiants de mettre en pratique l'enseignement théorique dont ils bénéficient en travaillant notamment avec les acteurs du tissu économique local. En mettant ainsi à la disposition des entreprises leurs compétences et leurs capacités d'innovation, les étudiants s'engagent dans une activité qui les professionnalise et développe les compétences en matière de conduite de projet. C'est l'occasion, pour eux de monter en compétence, de développer un esprit d'équipe (brainstorming) et de s'inscrire efficacement et durablement dans le monde du travail. L'objectif est que l'étudiant devienne au plus tôt une force de proposition.

Les projets porteront sur des thématiques marketing et communicationnelles (études de marché, organisation d'événements, marketing digital...)

## Objectifs

---

L'objectif de ce module est d'initier les étudiants à la conduite de projet marketing/communication pour le compte d'un commanditaire. Ils devront saisir et formuler la demande de leur client, établir un diagnostic et faire des propositions réalistes.

## Évaluation

---

Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes) - ! cette formule ne prévoit pas d'épreuve en session 2 mais une 2<sup>ème</sup> chance organisée sur la période du semestre

## Pré-requis nécessaires

---

Informations à venir

## Compétences visées

---

Les étudiants seront en capacité de :

Saisir la demande d'un client

Réaliser une étude documentaire

Etablir un diagnostic interne et externe

Proposer un plan d'action détaillé répondant à la problématique initiale

Se gérer en tant que groupe de façon autonome

## Bibliographie

---

Larson E., Gray C. : *Management de projet*, Dunod, 2014

## Ressources pédagogiques

---

Informations à venir

## Contact(s)

> **Marcos Giadas conde**

Responsable pédagogique

[mgiadasconde@parisnanterre.fr](mailto:mgiadasconde@parisnanterre.fr)