**GUIDE METHODOLOGIQUE REDACTION DU RAPPORT DE MISSION
EPREUVE DE LA CERTIFICATION 2020/2021
Responsable Marketing Opérationnel**

SOMMAIRE

Le calendrier

Définition et objectif

Les étapes de la réalisation du Rapport de mission

L'architecture

Les modalités de mise en forme

Les modalités d'évaluation du Rapport de mission

GUIDE METHODOLOGIQUE REDACTION DU RAPPORT DE MISSION

EPREUVE DE LA CERTIFICATION 2020/2021

Responsable Marketing Opérationnel

CALENDRIER

<u>Le 05/01/2021 :</u>	Compléter une fiche de poste comportant le détail des missions Démarrage de la rédaction du rapport de mission : le sujet est choisi au plus tard un mois après le début de la mission, en accord avec le tuteur entreprise, l'apprenant et le référent du rapport de mission
<u>A commencer début Janvier 2021 :</u>	Production d'une étude de marché avec analyse interne et externe qui permettra d'amener la problématique. A remettre au référent du rapport de mission
<u>Début janvier 2021 :</u>	Remise de la Note d'intention au référent du rapport de mission : en fonction des interrogations suscitées par les missions, sur quels sujets l'apprenant pourrait-il travailler ?
<u>Avant le 25/02/2021 :</u>	Compléter la problématique du rapport de mission sur la plateforme (obligatoire). En cas de non validation par le Certificateur, l'apprenant devra transmettre une nouvelle <u>version de sa problématique avant le 08/03/2021.</u>
<u>A commencer début mars 2021 :</u>	Production d'un plan d'actions commerciales servant d'arguments dans le rapport de mission
<u>Fin mars 2021</u>	Remise de la Note de cadrage : sommaire et synthèse de chaque partie au référent du rapport de mission
<u>Au plus tard le 30/04/2021 :</u>	Date limite pour déclarer la confidentialité du rapport de mission. L'entreprise doit adresser un mail à l'adresse suivante pour faire sa demande : corinne.crespin@adtmc.fr . Cette mention figure sur la grille d'évaluation professionnelle.
<u>Au plus tard le 31/05/2021 :</u>	Dépôt du rapport de mission (format pdf) sur la plateforme + 1 exemplaire papier à remettre au Centre pour envoi au correcteur + 1 pour le centre de préparation. Aucun retard de rendu ne sera toléré (dépôt sur la plateforme + envoi de la version papier). La version pdf déposée sur la plateforme doit être identique à la version papier.

GUIDE METHODOLOGIQUE REDACTION DU RAPPORT DE MISSION

EPREUVE DE LA CERTIFICATION 2020/2021

Responsable Marketing Opérationnel

DEFINITION ET OBJECTIF

Le rapport de mission est une production personnelle en rapport avec votre expérience professionnelle visant à approfondir les enseignements reçus. Il s'agit d'utiliser votre expérience professionnelle liée à votre immersion en entreprise pour répondre à une problématique et ainsi rentrer dans une logique d'expertise relative au sujet que vous aurez choisi.

Par ailleurs, l'objectif est double puisqu'il s'agit aussi de prendre du recul pour présenter votre parcours et valoriser votre expérience professionnelle.

Vous devez donc expliciter les points forts de votre parcours professionnel qui démontrent les compétences acquises. Il ne s'agit pas d'être exhaustif mais de savoir identifier les activités témoignant de vos expériences, de vos connaissances et de vos compétences.

Ce document constitue un excellent support d'appréciation de la qualité de votre activité pour l'équipe pédagogique. Il est donc très important d'en soigner le contenu en étant le plus précis possible. Il est l'un des éléments clés de la validation de votre année scolaire.

Pour le Jury, l'objectif général est d'évaluer vos capacités à :

- Prendre une distance critique tant par rapport à la pratique professionnelle qu'à l'apprentissage pédagogique,
- Dégager au sein de la pratique professionnelle, de la formation théorique, des problèmes ou des questions qui sont autant de moteurs d'une recherche, c'est-à-dire d'une avancée générale dans la réflexion,
- Bâtir un projet professionnel à court moyen terme,
- Être capable d'organiser votre travail et celui des autres ressources, de programmer les étapes, d'évaluer les difficultés, d'avoir une vue prospective,
- De communiquer le fruit de votre travail à travers la rédaction d'un document qui n'est pas un document interne à l'entreprise ou personnel mais qui s'adresse à un public plus large : il ne s'agit là ni d'un rapport de stage, ni d'une thèse.

Ce rapport doit vous permettre de vous projeter et de répondre aux attentes du marché de l'emploi. Il est donc indispensable que la rédaction entraîne une réflexion sur votre future activité professionnelle de Responsable Marketing Opérationnel et Expérience Client.

GUIDE METHODOLOGIQUE REDACTION DU RAPPORT DE MISSION

EPREUVE DE LA CERTIFICATION 2020/2021

Responsable Marketing Opérationnel

LES ETAPES DE LA REALISATION DU RAPPORT DE MISSION

1) L'étude de votre entreprise

Cette étude doit être professionnelle et remettre en perspective l'entreprise dans son environnement macro-économique. On doit y trouver l'historique de la structure (dates, raisons de sa création, développement..., la description synthétique de son/ses activité(s), son inscription sur le marché (description synthétique du marché, C.A....), l'étude de ses concurrents, swot... Attention à ne pas donner trop d'importance à cette partie. Une bonne analyse synthétique est plus utile (les matrices seront de préférence dans les annexes).

Cette étape doit vous permettre de cerner une problématique relative à un contexte précis, et vous donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes que vous devez être capable de justifier. Vous devrez délimiter votre problématique dans un cadre spatio-temporel de sorte à borner l'analyse. Vous mettrez ainsi en avant le contexte qui fait naître cette problématique sans toutefois donner une idée des réponses dans la formulation.

2) Le bilan de vos compétences

Il s'agit de présenter clairement le contenu de votre mission et des compétences développées. Il est important d'indiquer la finalité de vos tâches, en les replaçant dans le contexte plus large du service dans lequel vous étiez intégré ou de l'entreprise si celle-ci était de petite taille.

Les compétences évaluées :

- 1. Déterminer le retour sur investissement du plan d'actions marketing et commerciales pour mesurer les écarts entre le prévisionnel et le réalisé.**
- 2. Présenter les conclusions des actions commerciales et marketing réalisées pour orienter les décisions de la direction.**
- 3. Préconiser les actions correctrices pour optimiser les résultats des opérations marketing et commerciales.**

3) Dégager une problématique

Celle-ci doit découler de l'étude de votre entreprise.

Qu'est-ce qu'une problématique ?

Une problématique doit être une double résultante :

- Dans la mise en œuvre de mes missions, je suis confronté à des questions, je vois des dysfonctionnements, j'imagine des améliorations.
- De l'analyse externe et interne : les faiblesses de mon entreprise corrélées aux opportunités du marché doivent me mettre sur une piste de problématique (en restant dans le domaine du marketing évidemment)

Le rapport de mission est un plan d'action que l'alternant va piloter dans le cadre de son année d'études afin de répondre à une problématique qu'il a mis en exergue grâce à un diagnostic et aux questions liées à la mise en œuvre de ses missions.

Le sujet du rapport de mission doit être du domaine du marketing et commercial et non RH.

La note de problématique est soumise au Certificateur pour validation.

En cas de non validation de la problématique, une nouvelle version devra être transmise, en version numérique, **avant le 08 Mars 2021.**

GUIDE METHODOLOGIQUE REDACTION DU RAPPORT DE MISSION

EPREUVE DE LA CERTIFICATION 2020/2021

Responsable Marketing Opérationnel

4) La recherche d'informations

Elle doit se faire dans le souci de répondre à la problématique.

Les informations collectées peuvent être disparates mais elles s'ordonneront progressivement. L'étude documentaire consiste à rassembler les travaux qui ont abordé la question qui vous intéresse. Les références bibliographiques devront être citées.

Il ne s'agit pas de coller des résumés de travaux mais de présenter l'analyse de ces travaux dans le but de répondre à votre problématique.

Les principales sources d'informations sont les sources internes de l'entreprise, internet, la presse professionnelle, revues, ouvrages spécialisés...

Il est également important de vous créer votre propre information par :

- Des interviews
- Des questionnaires.

5) L'analyse et la synthèse des informations

Elle doit aboutir à l'énoncé des différentes hypothèses, construites à partir des lectures critiques des documents collectés dans la phase de recherche et des résultats d'enquêtes et d'interviews.

Cette étape consiste à proposer des regroupements d'idées, pertinentes pour l'entreprise, dont la réalisation peut s'avérer possible

6) Mise en œuvre du plan d'action ou des recommandations opérationnelles pour l'entreprise

Il s'agit de formuler clairement vos recommandations. Elles doivent être opérationnelles, inventives et détaillées.

On doit retrouver pour chaque action ou préconisation :

- Objectif de mon plan d'actions
- Coût
- Ressources mobilisées
- Méthodologie (Gantt...)
- Résultat et analyse des écarts.

7) La rédaction

Vous devez éviter d'affirmer une succession de choses sans fournir de preuves de ce que vous avancez.

Lors de la rédaction du rapport de mission, vous devrez vous poser les questions suivantes :

- L'objectif du rapport est-il clairement défini ?
- La problématique correspond-elle aux attentes du jury ?
- Le contenu correspond-il au sujet ?
- Est-il une simple compilation d'informations ou est-il le fruit d'un travail personnel de réflexion et d'actions ?

La rédaction doit débuter dès le début du cursus afin de vous laisser le temps d'ordonner vos idées et de les enrichir grâce à la maturité, l'expérience acquise tout au long du cursus en entreprise et en formation.

GUIDE METHODOLOGIQUE REDACTION DU RAPPORT DE MISSION

EPREUVE DE LA CERTIFICATION 2020/2021

Responsable Marketing Opérationnel

L'ARCHITECTURE DU RAPPORT DE MISSION

Le rapport de mission est le reflet des différentes compétences acquises au cours du cursus et balaye toutes les connaissances prévues au programme.

De façon synthétique, il reprend les éléments de l'étude de marché effectuée sur l'entreprise d'accueil, le plan d'actions commerciales mis en place, la stratégie déclinée. Il met en exergue la valorisation de l'impact financier des actions menées et permet le pilotage de la performance.

Les étapes, tant scolaires que professionnelles, déclinées au cours des différentes épreuves du parcours en sont le fil conducteur.

La partie principale de ce rapport de mission portera sur :

- Les actions commerciales et marketing auxquelles les analyses ont conduit avec l'élaboration de conclusions sur ce plan d'actions et comprenant notamment une analyse d'impact
- L'identification de processus d'amélioration continue en exploitant les outils numériques.

LES MODALITES DE MISE EN FORME

Le rapport de mission doit comporter 40 (minimum) à 60 (maximum) pages, hors annexes.

Il convient de porter une attention particulière à la compréhension de l'auditoire. Les efforts concernant l'orthographe et la structuration linguistique seront également pris en compte dans la notation.

Ne négligez pas cet aspect du travail. La mise en page est libre mais doit rester lisible et claire.

EVALUATION DE L'ECRIT

L'évaluation sur le fond et la forme se fera à partir des critères ci-après avec pour support une grille d'évaluation récapitulative.

Les critères d'évaluation de l'épreuve écrite :

1. CR 1-Les déroulés d'opérations sont analysés et comparés au programme prévisionnel
CR 2-Les outils numériques de management sont connus et leur performance analysée.
2. CR 1-Les méthodes de détermination de la rentabilité et du retour sur investissement sont indiquées et appliquées.
CR 2-La synthèse et la discrimination des résultats sont décisives.
3. CR 1 -L'impact budgétaire des préconisations est présenté.
CR 2 -Les axes d'amélioration des actions sont précisés et justifiés.
CR 3 -Les nouveaux produits sont adaptés aux caractéristiques des différents marchés.

GUIDE METHODOLOGIQUE REDACTION DU RAPPORT DE MISSION

EPREUVE DE LA CERTIFICATION 2020/2021

Responsable Marketing Opérationnel

Le sujet abordé :

- L'originalité
- La précision
- La cohérence avec les besoins de l'entreprise / du marché
- La cohérence avec les missions de l'alternant
- La cohérence avec la formation théorique et pratique
- L'utilité pour l'entreprise

La méthode de travail :

- La structuration de la démarche
- Le plan
- Les hypothèses de travail envisagées
- La clarté, la précision
- Le choix des outils d'analyse
- La qualité des informations utilisées
- La prise de recul et la réflexion dans la manière d'aborder le sujet, l'approche systémique
- L'argumentation utilisée

Les solutions proposées :

- L'expression de la synthèse
- L'autonomie dans le choix des solutions
- La simulation et la validation des solutions/actions proposées
- La mise en application et la consolidation
- L'ouverture vers l'amélioration continue

Et sur la forme,

- La structuration
- La clarté
- La qualité de l'expression écrite et orthographique
- La qualité de l'orthographe
- La qualité de la présentation
- La qualité des illustrations
- La pertinence des annexes

EVALUATION DE LA SOUTENANCE

La soutenance a pour but de voir si vous maîtrisez le sujet, si vous savez l'exposer en argumentant clairement. À cette fin, la soutenance est de 30 minutes et a pour but de présenter au jury les points caractéristiques de votre étude ou de votre projet. Vous pourrez vous aider des moyens audiovisuels et de tous types de supports (graphiques, échantillons, etc.) pour renforcer votre argumentation, valider ses résultats.

GUIDE METHODOLOGIQUE REDACTION DU RAPPORT DE MISSION

EPREUVE DE LA CERTIFICATION 2020/2021

Responsable Marketing Opérationnel

La soutenance sera suivie d'une période de 15 minutes qui permettra au jury de vous poser les questions qu'il jugera utiles et/ou nécessaires à la compréhension générale du mémoire professionnel. Le Jury n'aura pas lu le rapport au préalable.

L'évaluation sur le fond et la forme se fera à partir des critères ci-après avec pour support une grille d'évaluation récapitulative.

Face aux problématiques traitées, vous devrez adopter un point de vue et une posture que vous devrez justifier.

La soutenance est l'occasion d'apporter une plus-value au document écrit : il est donc nécessaire de s'entraîner préalablement à la maîtrise de l'exercice.

Critères d'évaluation :

- Le choix de la partie du rapport de mission utilisée pour l'exposé
- Le type d'intervention :
 - Explicitation
 - Développement d'un point particulier
 - Valeur ajoutée de la soutenance par rapport à l'écrit
- La qualité et la pertinence des illustrations et des supports utilisés
- L'accessibilité à un non initié
- La synthèse :
 - Capacité à synthétiser
 - Clarté de la synthèse
- Les conclusions :
 - La qualité de la conclusion
 - La réflexion apportée par rapport à l'avenir du travail effectué, les perspectives
- La qualité des réponses aux questions

Et également sur la forme :

- Maîtrise du temps imparti
- Présentation du candidat
- Qualité de l'expression orale (verbale et non verbale)
- Attitude, prise en compte du public
- Qualité de l'animation :
 - Aptitude à la prise de parole en public - interaction
 - Aptitude à argumenter, à expliquer une approche technique (si besoin à des non-initiés)

GUIDE METHODOLOGIQUE REDACTION DU RAPPORT DE MISSION
EPREUVE DE LA CERTIFICATION 2020/2021
Responsable Marketing Opérationnel

Annexe 1

Exemple de plan

REMERCIEMENTS

FICHE DE PROBLEMATIQUE (document obligatoire)

INTRODUCTION (2 pages) : *il faut rédiger d'un seul bloc* Présentation rapide de votre parcours, domaine d'activité de l'entreprise, vos missions, vos questionnements annonçant la problématique et le plan du rapport de mission.

PARTIE 1 : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE ET SYNTHESE DES COMPOSANTES EXTERNES ET INTERNES (20 pages)

1. LE GROUPE et L'ENTREPRISE	pages 1 à 3
a. Présentation du groupe	
b. Présentation de l'entreprise	
c. L'historique	
2. SYNTHESE DES DIAGNOSTICS	pages 4 à 8
3. PRESENTATION DE LA PROBLEMATIQUE	page 9
a. Argumentation de la problématique choisie selon la synthèse des diagnostics	
4. REFLEXIONS SUR LA PROBLEMATIQUE	pages 10 à 20
a. Développer une théorie ayant alimenté votre réflexion	
b. Développer éventuellement une seconde réflexion théorique	
c. Matrice de choix (éventuellement) quant aux actions à mettre en place	

PARTIE 2 : PLAN D' ACTIONS ou PRECONISATIONS à L'ENTREPRISE (20 pages) page 21

- I/ ACTION 1 :pages 22 à 32
1. Objectifs
 2. Moyens (ressources humaines, technologiques, budgétaires)
 3. Méthodologie (inclus Gantt)
 4. Animation de l'équipe
 5. Résultats obtenus ou attendus si action en cours (inclus tableau de bord de suivi)
 6. Analyse des écarts
- 2/ ACTION 2 *si nécessaire* pages 33 à 43

CONCLUSION (2pages)

BILAN PERSONNEL (2pages)

SOURCES (1page)

ANNEXES (20 pages maximum)