

<p><i>BTS MECP – Epreuve E6 Soutenance du projet- Session 2024</i></p> <p>Consignes à destination des membres des commissions d'interrogation</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*A joindre aux grilles d'évaluation E6 options management et formation-marques (fichier séparé des grilles officielles)*

*Les grilles d'évaluation de l'épreuve E6 (3 options) doivent être obligatoirement utilisées et ne peuvent faire l'objet de modifications.*

1. Consignes générales :

*L'épreuve a pour but de vérifier tout ou partie des compétences liées aux activités professionnelles en lien avec le projet et l'option choisie ; la compétence spécifique à l'option formation-marques (S2.3) est obligatoirement évaluée.*

*Attention : les grilles d'évaluation « officielles » peuvent être communiquées au candidat, **à sa demande auprès de la DEC de chaque groupement, après délibération du jury**. Elles doivent être remplies correctement, de façon claire et objective. Les signatures seront supprimées en cas de diffusion au candidat.*

*Ces grilles, susceptibles d'ajustements d'une session à une autre, seront envoyées à chaque session par le SIEC, pilote du BTS MECP.*

*Comme le stipule les définitions des épreuves des 3 options, les compétences ne seront pas obligatoirement toutes évaluées.*

*Des grilles d'aide à la notation, destinées uniquement aux correcteurs de la session, peuvent être utilisées afin d'explicitier les critères d'évaluation du référentiel (Exemple joint pour E6. Formation-marques...). Attention, elles ne peuvent être diffusées aux candidats.*

*Ces supports pourront être enrichis et mutualisés à chaque session.*

## 2. Propositions de consignes d'aide à la notation pour l'option Formation-marques :

Langues vivantes : *L'échange en LV peut se dérouler en début ou en fin de l'entretien.*

○

Niveau	Propositions de consignes d'aide à la notation	Explicitation
Niveau 1  <b>A1</b>	Le candidat utilise une langue approximative (expressions simples isolées, énoncés très courts, généralement stéréotypés, avec de nombreuses pauses non pertinentes) qui transige trop souvent avec ses intentions de communication et qui comporte de fréquentes erreurs qui font obstacle à l'intelligibilité du propos. <b>(0 ou 2 pts)</b> Le 0 est à réserver pour le candidat qui ne dit rien en LVE.	Pour démarrer, poser une question ouverte permettant au candidat de s'exprimer librement. *Se présenter *Présenter brièvement son stage (lieu/ enseigne)
Niveau 2  <b>A2</b>	Le candidat utilise une langue élémentaire et relativement fluide, les erreurs de langue ne font pas obstacle à l'intelligibilité du propos mais obligent l'examineur à faire des efforts pour comprendre. <b>(3 ou 4 pts)</b> Le passage au palier suivant s'opère quand le candidat propose un début de discours construit	Le candidat est capable de répondre à des questions plus précises et de commencer une Prise de Parole en Interaction. *Décrire de façon plus approfondie son stage/son projet professionnel -Comment avez-vous trouvé votre stage ? Qu'avez-vous préféré ? Quels sont les points positifs / les points négatifs
Niveau 3  <b>B1</b>          <b>B1+</b>	Le candidat possède un bagage linguistique suffisant pour exprimer une pensée relativement claire et commencer à la nuancer, avec toutefois des hésitations et un recours fréquent à des tournures périphrastiques. Les erreurs de langue n'obligent pas l'examineur à faire des efforts pour comprendre. <b>(5 ou 7 pts)</b>	Le candidat est capable d'aller plus loin dans la PPI et peut répondre à des questions plus ciblées. *Utilisation d'un lexique professionnel *Syntaxe satisfaisante *Intelligibilité (malgré un accent français, son propos ne demande pas un effort de compréhension pour l'examineur)
Niveau 4          <b>B2</b>	Le candidat possède une gamme assez étendue de langue pour présenter un discours pertinent et construit et pour prendre l'initiative de la parole et/ou faciliter la poursuite de la discussion. <b>(8 à 10 pts)</b>	*Analyse + Argumentation + Justification *Esprit critique/ Prise de recul sur sa pratique professionnelle *Exprimer son/ses projets futurs *Aisance à l'oral (communication fluide)

- Précisions de quelques critères :

Compétences	Principaux critères et indicateurs	Commentaires- Précisions de critères
C.1.2. Adapter sa pratique, son expertise en tenant compte de l'évolution des savoirs, des techniques et des contextes		
C1.2.2. Maîtriser les risques (humains, matériels, économiques...) liés aux innovations	<ul style="list-style-type: none"><li>- Organisation pertinente d'une maintenance préventive.</li><li>- Choix d'actions pertinentes</li></ul>	
C2.1. Rechercher, collecter et exploiter des ressources relatives à la profession en vue d'une communication stratégique		
C2.1.2. Constituer une base documentaire	<ul style="list-style-type: none"><li>- Diversité et originalité des sources recensées au regard de la demande et des contraintes.</li><li>- Sélection et traitement d'informations.</li></ul>	Propositions de moyens de communication, d'information qui respectent les codes et les valeurs, utiles et pertinents développés dans le cadre du projet
C2.1.3. Élaborer des supports à visée stratégique	<ul style="list-style-type: none"><li>- Choix pertinent des informations à transmettre, du mode de communication et de diffusion au regard du public, de la situation...</li><li>- Formalisation (écrite, visuelle ou orale) respectant les règles éthiques, professionnelles, de la qualité... et intégrant les technologies de l'information et de la communication adaptées.</li><li>- Messages adaptés dans la forme et le fond.</li></ul>	
C3.2. Assurer la qualité (produits, prestations, services)		
C3.2.1. Contribuer à la veille réglementaire, scientifique et, technologique	<ul style="list-style-type: none"><li>- Recueil de données ouvert sur les progrès technologiques, les évolutions internationales.</li><li>- Élaboration et diffusion d'informations actualisées.</li><li>- Propositions d'évolutions prenant en compte les innovations, les règles et les contraintes.</li></ul>	Informations justes, issues de sources fiables.
S2.3. Négocier les ventes de produits, de matériels, d'appareils		
<p>S2.3.1. Organiser le plan de <b>prospection</b> dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et dans l'objectif du développement du <b>portefeuille clients</b>.</p> <p><b>Prospection</b> : ensemble des actions qui vise à identifier et à contacter de nouveaux clients potentiels, ou prospects - et à chercher à les transformer en clients « réels » d'un point de vente ou d'une marque...</p> <p><b>Portefeuille clients</b> : ce sont des dépositaires dans le cas de prospection pour une marque. Il ne peut s'agir des clients de l'institut ou de la parfumerie (les activités du stagiaire ne peuvent se limiter à un seul site).</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Recueil et exploitation de données pertinentes (profil de clients, environnement économique et social...).</li><li>- Choix de priorités, de méthodes et d'outils de prospection adaptés.</li><li>- Proposition d'une démarche de négociation adaptée : argumentaires, outils de suivi...</li><li>- Élaboration de plannings opérationnels, de « feuilles de route » à partir du plan d'action de l'entreprise, du contexte géographique...</li><li>- Choix de méthodes et d'outils (SAP, conditions de paiement...) favorables à la progression du chiffre d'affaires.</li></ul>	<p>Analyse de bases de données</p> <p>Choix de méthodes de prospection, et de négociation adaptées dont l'objectif est de développer le portefeuille des clients professionnels <b>d'une marque</b> (et non pas des clients « individuels » d'un institut ou d'une parfumerie).</p> <p>Quel que soit le projet conçu, celui-ci doit permettre l'évaluation des compétences indispensables au développement du portefeuille client.</p> <p>L'entretien devra permettre à l'étudiant de transférer son expérience dans le cadre B to B si cela n'a pas été initialement présenté dans le projet</p>

S2.3.2. Développer le suivi du secteur sur un portefeuille clients <i>Suivi du <b>secteur</b> : secteur géographique <b>des points de vente</b> (zone de chalandise)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposition de merchandising adapté.</li> <li>- Choix d'actions pertinentes.</li> </ul>	<i>Réalisation et/ou utilisation d'outils (exemples : diagramme de Gant, tableau de bord, rétro-planning...).</i>  <i>Proposition de méthodes et d'outils commerciaux adaptés aux clients professionnels d'une marque.</i>  <i>Mise en place de techniques d'aide à la vente : vitrine, podium, affichage, etc.</i>  <i>Mise en place d'actions de type information, promotion, animation, formation ...</i>  <i>Elaboration de tableau de bord, tableaux de suivi, de reporting...</i> <i>Utilisation de critères qualitatifs et quantitatifs.</i> <i>Prise de recul satisfaisante.</i>
S2.3.3. Rendre compte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboration de rapports et de bilans, suivis statistiques.</li> <li>- Analyses et prospectives.</li> </ul>	
<b>Maîtriser la LVB</b>		
	<i>Voir grille ci-dessus</i>	
<b>Mettre en œuvre une démarche de projet</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de la problématique.</li> <li>- Présentation et analyse de tout ou partie des étapes du projet : éléments de diagnostic (constats illustrés par des indicateurs significatifs...), solutions retenues, résultats, évaluation...</li> </ul>		
<b>S'exprimer, communiquer à l'oral</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualité de l'exposé (structuration, gestion du temps, dynamisme...).</li> <li>- Qualité de l'entretien (écoute, compréhension des questions, conviction, prise de recul...).</li> </ul>		