ÉVAL C1

ÉLABOREZ LE PLAN MARKETING

Guide complet de l'épreuve — étudiant

PRINCIPE DE L'ÉPREUVE

Pendant tout le semestre, ton groupe travaille sur un cas d'entreprise transmis en début d'année. Toutes les matières du Bloc C1 alimentent ce travail. Le dossier final, c'est le résultat de ce travail collectif.

La soutenance n'est pas une présentation classique : le jury joue le rôle du **comité marketing** de l'entreprise fictive. Il a lu ton dossier. Il aura des questions, des objections, des demandes d'alternatives. Toi, tu défends tes choix.

CE QUE ÇA VEUT DIRE CONCRÈTEMENT

- Le jury ne te demande pas de lire ton dossier : il veut comprendre **pourquoi** tu as fait ces choix.
- Il peut interrompre, interroger un membre du groupe en particulier, refuser une orientation et demander une autre option.
- Chaque membre du groupe doit maîtriser l'ensemble du dossier, pas seulement sa partie.

LE CAS ENTREPRISE TRANSMIS EN DÉBUT D'ANNÉE

QU'EST-CE QUE C'EST ?

Un dossier de 8 à 12 pages décrivant une entreprise fictive : secteur, marché, situation marketing actuelle, commande de la direction.

QUAND EST-CE TRANSMIS ?

Au début des séances de tutorat, lors de la constitution des groupes (3 à 4 étudiants).

LE DOSSIER : CE QU'ON ATTEND

30 pages minimum, hors annexes. Remis au jury **3 semaines avant l'oral**.

STRUCTURE ATTENDUE

- Système d'Information Marketing : périmètre, sources, outils de veille, RGPD — **max 20 % du dossier**
- Diagnostic marketing : SWOT, PESTEL, analyse comportementale, bilan notoriété
- Positionnement : mapping concurrentiel, avantage différenciant explicité
- Marketing mix (4P) : produit, prix, distribution, communication
- Plan de communication off line et digital : canaux, planning, budget, KPI
- Politique tarifaire : grille justifiée, prévisions de revenus
- Plan SMART avec RACI et dimension RSE

CE QUE LE DOSSIER N'EST PAS

- Ce n'est pas un rapport sur l'entreprise fictive : le contexte, c'est max 20 % du dossier.
- Chaque choix d'outil ou de canal est justifié. « On a fait un SWOT » n'est pas une justification.
- Les recommandations sont spécifiques au cas, actionnables et chiffrées.

LA COMMISSION : COMMENT ÇA SE PASSE

PRÉSENTATION — 10 min

- Vous présentez les axes stratégiques de votre plan : ce n'est pas une relecture du dossier.
- Vous choisissez ce que vous mettez en avant et dans quel ordre.
- Pensez-le comme un pitch censé convaincre : le jury aura lu votre dossier.
- Support de présentation (PowerPoint, Canva…).

COMMISSION — 25 min

- Le jury-comité prend la main. Il peut interrompre à tout moment.
- Il peut demander : un chiffrage alternatif, une justification de canal, une autre option de positionnement, les risques non traités, la cohérence RSE.
- Il peut interroger n'importe quel membre du groupe sur n'importe quelle partie du dossier.

COMMENT SE PRÉPARER ?

POUR LE DOSSIER

- Vérifie que chaque recommandation est justifiée et chiffrée.
- Relis en te posant la question : « pourquoi ce choix et pas un autre ? »
- Fais relire par un membre d'un autre groupe : si l'argument n'est pas clair pour lui, il ne le sera pas pour le jury.

POUR LA COMMISSION

- Maîtrise l'ensemble du dossier, pas seulement ta partie.
- Prépare des alternatives pertinentes.
- Entraînez-vous à l'oral en mode « questions agressives » : demandez-vous mutuellement les justifications les plus difficiles.
- Anticipe les zones de fragilité de votre plan et prépare des réponses.

NOTATION

40 %
Dossier écrit — note de groupe

30 %
Défense collective en commission — note de groupe

30 %
Réponses individuelles aux questions du jury — note individuelle

CONSEILS

CE QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

01 JUSTIFIE CHAQUE CHOIX, NE TE CONTENTE PAS DE NOMMER L'OUTIL

« On a fait un SWOT » n'est pas une justification. Le jury ne te demande pas de lire ton dossier : il veut comprendre pourquoi tu as fait ces choix. Pour chaque outil, chaque canal, chaque orientation, prépare le « pourquoi » autant que le « quoi ».

02 LE CONTEXTE NE DOIT PAS DÉPASSER 20 % DU DOSSIER

La limite est chiffrée noir sur blanc : le Système d'Information Marketing est plafonné à 20 % du dossier, et ce n'est pas un rapport sur l'entreprise fictive. Si ta description du cas prend plus de place que tes recommandations, l'équilibre du dossier est à revoir avant le rendu.

03 TA NOTE INDIVIDUELLE DÉPEND DE TOUT LE DOSSIER, PAS DE TA PARTIE

30 % de la note finale est une note individuelle basée sur tes réponses aux questions du jury, qui peut interroger n'importe quel membre sur n'importe quelle partie. Répartir le travail par section ne dispense personne de connaître les sections des autres.

04 PRÉPARE DES ALTERNATIVES, PAS UNE SEULE RÉPONSE FIGÉE

Le jury peut refuser une orientation et demander une autre option en pleine commission. Pour chaque recommandation clé, garde en tête un plan B que tu peux défendre aussi solidement que ton premier choix.

05 ENTRAÎNE-TOI EN MODE « QUESTIONS AGRESSIVES » AVANT LE JOUR J

Demandez-vous mutuellement les justifications les plus difficiles, puis anticipez les zones de fragilité de votre plan et préparez des réponses. Ne découvre pas les failles de ton plan devant le jury : fais-les ressortir en groupe, à froid, avant la commission.

06 FAIS RELIRE TON DOSSIER PAR UN REGARD EXTÉRIEUR

Si l'argument n'est pas clair pour un membre d'un autre groupe, il ne le sera pas pour le jury. Un raisonnement qui semble évident quand on l'a construit peut rester opaque à un lecteur externe — c'est exactement la position du jury en commission, qui découvre ton dossier sans ton contexte mental.