

Baccalauréat sciences et technologies de la gestion

Épreuve de spécialité - Partie pratique

FICHE PROJET Session : 2008 Académie : CRETEIL	<input type="checkbox"/> Communication et gestion des ressources humaines <input type="checkbox"/> Comptabilité et finance d'entreprise <input type="checkbox"/> Gestion des systèmes d'information <input checked="" type="checkbox"/> Mercatique
---	---

CANDIDAT	NOM : E
	Prénom : S
	N° Candidat :

Intitulé du projet : Glacier
Contexte du projet : L'entreprise Dolce Vita est une jeune entreprise de structure familiale créée l'été 2005. Elle est implantée dans une rue piétonne de Montreuil et elle est spécialisée dans la vente de glace artisanale à l'Italienne. Le gérant Marco Franticelli après ses études de pâtissier en Italie a décidé de créer son entreprise en France. Il travaille seul avec son épouse qui assure la vente des glaces en magasin. Après un début prometteur, les ventes ont régressé au cours des derniers mois. La clientèle essentiellement composée de Montreuillois semble se détourner des produits proposés par l'entreprise Dolce Vita.
Nombre d'élèves participant au projet :

Calendrier	Durée ¹	Travaux réalisés
31.01.08	2h	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse du sujet - Réflexion sur les objectifs du projet, choix des possibilités répartition des tâches - Validité des tâches par le professeur - Début des recherches d'action commercial - Grève du 27.03.08 au 07.05.08 - Production des actions commerciales - Rédactions du projet ainsi que la rédaction de l'introduction et de la conclusion en groupe.
07.02.08	2h	
14.02.08	1h	
13.03.08	2h	
08.05.08	2h	
15.05.08	2h	
Total :	11h	

Méthodes mobilisées	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse du chiffre d'affaire - Observation des différents supports publicitaires
Technologies mises en oeuvre	<ul style="list-style-type: none"> - Moteur de recherche Google - Word et Open Office pour la rédaction - Excel pour l'analyse - Publisher pour la carte de fidélité
Supports numériques utilisés (à apporter le jour de l'épreuve)	<ul style="list-style-type: none"> - Word - Open Office - Publisher
Supports numériques créés (à apporter le jour de l'épreuve)	<ul style="list-style-type: none"> - Le site Internet - La carte de fidélité

¹ Non compris le travail effectué hors la classe.
 Selon BO n°10 du 9 mars 2006

Démarche suivie		Productions	Contribution personnelle du candidat
Identification du besoin	Rechercher les raisons du ralentissement observé depuis cette année et proposer des orientations nouvelles pour redynamiser les ventes du magasin.	Analyse du chiffre d'affaires, calculs des coefficients saisonniers	Production Collective
Définition des objectifs	Mieux connaître le marché de la glace et les spécificités de l'offre de glace italienne, proposer des activités complémentaires cohérentes avec l'image actuelle. Proposition de solutions pour résoudre les difficultés mises en évidence après l'analyse de la situation. Mise en place d'outils permettant de faire connaître l'entreprise au plan local et se constituer une clientèle.		Production Collective
Identification des contraintes	Liées au contexte : L'implantation géographique du magasin (sur le plan) ne peut être remise en cause. Le savoir-faire du gérant se limite aux glaces et à la pâtisserie. Il souhaite conserver sa spécificité italienne. Liées au projet : Répartition équitable des tâches, utilisation par chaque membre du groupe d'au moins 3 outils logiciels.		Production Collective
Réalisation du projet	<p>Préparation du projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réflexion sur la baisse des ventes, due à la saisonnalité - Réflexion sur la baisse de la fréquentation ; - Planification du projet ; - Répartition des missions ; <p>Analyse de l'image de l'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - proposition d'un nouveau nom, pour mieux mettre en valeur l'image de l'entreprise, mieux véhiculé l'image de l'entreprise. - création d'un logo, pour mieux représenter l'Italie - Réalisation d'un plan, afin de bien organiser l'espace pour que les clients se sentent à l'aise. <p>La communication de masse :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition des éléments du publipostage - Détermination de l'accroche - Réalisation de la lettre et du prospectus - Création du slogan <p>La communication relationnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - réflexion sur l'offre « carte de fidélité » - réalisation de la carte sous Publisher - réalisation du site Internet <p>L'analyse et diagnostic externe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - élaboration d'un questionnaire - analyse de la concurrence - création de la zone de chalandise 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse du chiffre d'affaires (calculs des coefficients saisonniers) - Réalisation d'un graphique des dernières ventes - nouveau nom - nouveau logo - événements et activités - le plan du magasin - 2 publipostages. - Une annonce presse. - Slogan - Site Internet - Mailing - Carte de fidélité - Questionnaire - Etude de la concurrence zone de chalandise 	<p>Production Collective</p> <p>Roshni</p> <p>Ramata</p> <p>Sabrina</p> <p>Soguimon</p>
Validation du projet	Proposition de différentes actions commerciales à mettre en œuvre pour qu'il puisse attirer d'avantages de nouveaux clients et augmenter son chiffre d'affaire.		Production Collective

NOM, Prénom du professeur :
Date :

Cachet de l'établissement :

Signature du professeur :

Selon BO n°10 du 9 mars 2006