



**Programmes des enseignements
2017/2018**

Métiers des réseaux

informatiques et télécommunications (MRIT)

(parcours chargé.e d'affaires en réseaux et télécoms)



Les Unités d'Enseignement (UE) sont détaillées ainsi (434,5 heures dont 23 h TP, il s'agit des heures données aux étudiants, pas des heures effectuées par les professeurs). Les heures de TD sont en classe entière et les heures de TP par groupe

UE1 Outils transversaux (langues, outils informatiques et convergence des réseaux) 85 H (61,5 H TD et 23,5 TP coeff 10)

Une unité transversale est une unité d'enseignement non disciplinaire que tout étudiant de l'Université de Franche-Comté est capable de suivre grâce à la mise à niveau du début d'année et qui ne peut donc être destinée préférentiellement aux étudiants d'une filière particulière.

Unité transversale « Langues » (anglais)

Le développement de l'apprentissage des langues pour non spécialistes, initié au cours du contrat précédent par l'augmentation du volume horaire de l'unité transversale « Langues » sera poursuivi et généralisé par le renforcement de l'horaire d'enseignement de langues en Licence afin qu'à un niveau I, les étudiants puissent faire face aux certifications proposées.

Dans le cadre de la licence CART, il se compose de :

1) **Anglais marketing 10 heures TD Monica Bourcois, une évaluation orale coeff 2 :**

- Introduction to the Marketing Mix.
- Creating a new product :
Brand, logo, slogan, packaging, product.
- Pop up stores with final products real sales.

2) **Anglais technique (Mme Jeannin-Rea Nathalie) durée 20,5 heures (16,5 TD 4,5 H TP pour chaque groupe), coefficient 4 pour les deux modules d'anglais :**

Semestre 1 TD 7h30 TD 1h30 TP

Anglais de communication et vocabulaire technique.

Objectifs

- Mise en confiance de l'étudiant dans des situations de communication

Compétences minimales

- Se présenter et présenter autrui
- Décrire, questionner et donner des réponses de base
- Maîtriser les situations de communication de la vie quotidienne
- Présenter les outils de communication dans le domaine des télécommunications et

réseaux

Contenu

- Notions grammaticales, lexicales, syntaxiques de base, utilisées au cours de la mise en œuvre des objectifs
- Vocabulaire de spécialité

Evaluation orale : Simulation d'un appel téléphonique.

Semestre 2 TD 9h TD 3h TP

Développement de l'anglais technique et le monde du travail.

Objectifs

- Améliorer son anglais technique
- Connaissance du monde de l'entreprise et recherche d'emploi

Compétences minimales

- Comprendre une offre d'emploi
- Rédiger un CV
- Rédiger une lettre de motivation

Contenu

- Consolidation de la méthodologie des techniques de communication orale
- Approfondissement du vocabulaire essentiel de la spécialité
- Etude de recherches d'emploi et de culture d'entreprises

Evaluation écrite : à partir d'un des sujets traités :

- Soit :
- 1) La compréhension d'une offre d'emploi
 - 2) La rédaction d'un CV
 - 3) La rédaction d'une lettre de motivation

Anglais de la vie professionnelle 16 H TD d'anglais avec **Mme Monica Bourcois** (une évaluation écrite et une orale.

Anglo-saxon countries culture.

English: global language of business.

- *Unité transversale « Outils informatiques » (fibre, informatique, mise à niveau, réseaux, cisco) coeff 2 pour l'ensemble*

1) **Module informatique** **Brigitte Personneaux**, **9H TD**, une évaluation sous-coeff 1

Cette unité d'enseignement aborde les fonctionnalités de base des outils de traitement de texte et des tableurs. Dans le cadre du traitement de texte, il s'agit d'apprendre à utiliser les outils d'automatisation de la mise en forme du texte (titres, sommaires, tableaux, images, publipostage...). Côté tableur, l'étudiant apprend à exploiter de grands volumes de données à travers une mise en forme optimale et des formules simples.

2) **Module : Convergence des technologies réseau** **Abel JULIAN**, **9 H TD**, une évaluation sous-coeff 1

Cette unité est destinée à passer en revue les principales nouveautés du monde des réseaux, en insistant sur ce qui est pertinent aux chargés d'affaires de nos jours. Elle rappelle les technologies-clé des réseaux locaux sans fils (Wifi, Bluetooth, Wimax, virtualisation des

réseaux) , et se focalise sur la convergence actuelle des technologies réseaux fixes et mobiles (Lan, Vmware EsXI). Sont abordées aussi les problématiques de sécurité (BYOD, Bring Your Own Device)

3) Module : Découvertes nouveautés Réseaux 10,5 h François Spies 4,5 H TD 6 H

TP/Stéphane Givron par groupe une évaluation finale coeff 2

Il s'agit de découvrir des domaines d'application :

- Fonctionnement et organisation d'un réseau d'entreprise moderne : Commutation, Routage, Mobilité, Système d'exploitation, serveurs (incluant nommage DNS), Virtualisation, Haute disponibilité, Supervision
- Protection et sécurisation du réseau et des données de l'entreprise : Filtrage, Firewall (Pare-feu), IDS (Intrusion Detection System), Chiffrement et Cryptage, Certificat, VPN et WPA2, Serveur AAA,
- Raspberry pi

- Les étudiants ont la possibilité de passer le C2I en ligne

4) Module d'initiation à la fibre optique Ch. Vanstraceele 16,5 H (4,5 TP par groupe/9TD) heures

1 évaluation écrite, sous-coeff 1

- Architecture des réseaux fibre (exemple réseau d'Orange)
- Matériel : baie optique, coupleurs, point de répartition, type de fi

UE2 Techniques de communication (73,5 heures dont 6 TP, coeff 10) /Arnaud/Fara/Chevrier/Bolou/Legoff

1) Techniques de présentation et d'expression orale Ch. Bolou-chiaravalli 25,5 TD Une note coefficient 5, évaluation écrite

Techniques d'expression écrite

- Connaître les règles de l'entreprise, préparer l'intégration
- Acquérir une réelle compétence de communication en public, avec tous les types de public : stage pratique.
- Rédiger et présenter dans un style agréable à lire
- Adapter le fond et la forme des écrits en fonction des attentes des lecteurs
- Faire la synthèse d'informations éparses, diverses et écrites
- Élaborer des comptes rendus et des synthèses dans le cadre professionnel
- Stage pratique de communication
- Défendre un argumentaire : *Les Négociales* (concours national en décembre)

Module Prise de parole en public (Yann Arnaud) 9 H TD), une note à l'oral sous-coefficient 1 (note mêlée à celle des « techniques de présentation »).

- Dépasser ses blocages
- Travail de la respiration
- Travail de la voix
- Expression scénique, maîtrise du corps
- Prendre de l'assurance dans la réponse argumentée

Module Image de soi (6 H TD, non noté) (Y. Fara)

- Découvrir et élargir ses potentialités, mieux maîtriser son physique, savoir s'habiller
- Connaître et développer son savoir-être

2) Module Management / Manager Commercial E. CHEVRIER Durée : 9 heures TD, coefficient 2 une évaluation écrite

1 Dimension managériale

- 1.1 Comprendre le cadre de référence de l'entreprise
- 1.2 Analyser son environnement
- 1.3 Structurer un projet d'équipe

2 Rôles du manager

3 Attitudes et activités du manager

- 3.1 Amener ses collaborateurs à réussir leurs missions
- 3.2 Développer l'esprit d'équipe
- 3.3 Veiller au respect des règles
- 3.4 Etre à l'écoute

4 Mobiliser et piloter l'équipe

5 Fixer les objectifs

6 Etablir un plan d'actions commercial

- 6.1 Objectifs
- 6.2 La méthode
- 6.3 Les moyens
- 6.4 Les actions
- 6.5 Le planning

7 Tableaux de bord activité commerciale

- 7.1 Objectifs
- 7.2 Indicateurs
- 7.3 Structurer ses tableaux de bord

- Module Proposition Commerciale E. Chevrier Durée 3 heures TD (non noté)

- 1 Objectifs d'une proposition commerciale
- 2 Les besoins du client
- 3 La réponse dans un contexte NTIC
- 4 Contenu d'une proposition commerciale
- 5 Focus sur la présentation de la solution Produit/Service

3) Module Techniques de recrutement Christiane Legoff 24 heures TD, coefficient 3, triple évaluation : CV + LM, Étude de Cas (écrit), Entretien de Recrutement (oral)

1 Le recrutement :

- Les éléments qui caractérisent une situation de recrutement :
- Les acteurs concernés, les lieux, le moment du recrutement
- Le déroulement du recrutement, avec ses méthodes et outils.
- Les objectifs du recrutement.

2 La consubstantialité : C.V., L.M., Entretien.

- CV : le fond et la forme, Outils pour concevoir et éditer des C.V., Typologie des C.V., Multi-diffusion du C.V., La candidature par internet.

- La Lettre de Motivation : Le fond (contenu et arguments), La forme (supports et formats), son utilisation.
 - L'entretien de recrutement : se préparer (Avant), Agir d'une façon adaptée (Pendant), Réagir suite à l'entretien (Après)
 - Évaluations et tests : Les tests d'aptitudes intellectuelles, Les tests de personnalité.
- 3 Détection des potentiels, mise en valeur de ces potentiels, développement du charisme, affirmation de soi, estime de soi, confiance en soi, introduction au développement personnel

UE3 Marketing opérationnel (75 heures, coeff 10) N.Guillaume /Chevrier/Fluckiger/

1) Marketing stratégique D. Fluckiger (34,5 heures TD, coefficient 4, 2 évaluations écrites)

Dossier 1 : Approche mercatique stratégique

Dossier 2 : Mercatique stratégique (diagnostic, segmentation stratégique)

Dossier 3 : Marché (aspects quantitatifs et qualitatifs) et demande

Dossier 4 : TQI + prévision

Dossier 5 : L'enquête par questionnaire

Dossier 6 : Marché et Offre

Dossier 7 : Segmentation marketing, ciblage, positionnement.

Nouveauté 2017 : le marketing sera mis en scène via un jeu numérique CESIM Brand, en interaction avec d'autres matières

- **Module Marketing Digital** (9 heures TD, **D. Fluckiger**) descriptif à venir

- **Module Marketing opérationnel : connaissance du marché alternatif des réseaux et de la téléphonie Nicolas Guillaume** (6 heures TD) coefficient 1, une note de synthèse

Dans les années 90, alors qu'Internet s'annonçait comme le réseau de communication d'avenir, la France a vu émerger de nombreux fournisseurs d'accès et opérateurs alternatifs. Au fil des décisions réglementaires et des bouleversements technologiques tels que l'arrivée de l'ADSL suivie du dégroupage de la boucle locale cuivre de l'opérateur historique jusqu'à la percée de la fibre optique au sein des territoires plus récemment, le marché des télécoms français est plus que jamais soumis à une pression concurrentielle intense au bénéfice des consommateurs et des entreprises. Nous analyserons grâce à ce module ce qui permet de créer et de maintenir ce dynamisme grâce à des interventions du régulateur français des télécoms (ARCEP), d'une collectivité aménageur numérique (Conseil Départemental du Doubs via le Syndicat Mixte DoubsTHD) et d'un opérateur alternatif indépendant (Netalis) basé à Besançon.

2) Marketing d'Affaires E. Chevrier Durée 22,5 heures TD, coefficient 2 (M d'affaires) +3 (marketing de services), deux évaluations

1 Définition du marketing d'affaire

2 Caractéristiques de la vente d'affaires

2.1 L'unicité

2.2 La complexité

2.3 La discontinuité de la relation

3 Conséquences sur les pratiques des marchés

3.1 Les incertitudes

3.2 Un Mode de consultation structuré

3.3 Un processus de décision long et complexe

3.4 Eclatement des centres d'achat et centres de vente

4 Conséquences sur les pratiques du marketing d'affaires

4.1 Les 3 phases du marketing d'affaire

4.2 Les niveaux d'analyse et de décision

4.3 Les acteurs marchands et non marchands

- 4.4 L'incertitude comme moteur du comportement
- 4.5 La position de l'entreprise prestataire
- 5 L'approche Marketing d'Affaires
- 5.1 Objectif
- 5.2 L'approche déterministe
- 5.3 L'approche constructiviste
- 5.4 L'approche combinée
- 6 Méthode d'analyse du Marketing d'affaires
- 6.1 L'analyse en Hors Affaire,
- 6.2 L'analyse en Amont de l'Affaire,
- 6.3 L'analyse Dans l'Affaire.
- 7 Structurer un cahier des charges

- Module Marketing de Services UE3 E. Chevrier Durée 3 heures TD, une note écrite

- 1 Introduction au marketing
- 2 Définition du service
- 3 Spécificités des services
- 4 Caractéristiques d'une entreprise de services
- 4.1 Management et Services
- 4.2 Structure en réseau
- 4.3 Le modèle de servuction
- 5 Services en environnement TIC
- 5.1 Le modèle d'organisation
- 5.2 Les familles de services
- 5.3 Le périmètre d'un Service TIC

UE4 Techniques de vente / Négociation commerciale (74 heures dont 8 TP coeff 10) MM. Billaud.Y/ B.Petitjean/E. Chevrier/D. Fluckiger

1) Négociation commerciale Yannis Billaud –

40,5 heures TD, coefficient 4, évaluation :

Double évaluation : étude de cas et questions (écrit) et entretien de négociation (oral)

Les techniques de négociation sont au cœur des relations entre les personnes : les pratiques sont quotidiennes, tant au niveau privé que professionnel. Ce programme développe une approche normative de la négociation, avec ses concepts, méthodes et stratégies. Il intègre les idées les plus récentes et les plus opérationnelles pour la mise en œuvre de stratégies de négociation.

Objectifs pédagogiques

- Donner une vision complète des approches et processus de la négociation.
- Acquérir les techniques de préparation à la négociation.
- Sa voir développer un processus (une méthode) de négociation.

1. Les concepts clés de la négociation

- 1.1. Définition de la négociation.
- 1.2. Les grandes approches (descriptive, modélisatrice, relationnelle, normative).
- 1.3. Le processus de négociation.
- 1.4. Les 15 règles d'or de la négociation. (Préparer - Orienter - Évaluer).

2. Acquérir une méthode de préparation à la négociation

- 2.1. Le rôle déterminant de la préparation pour réussir une négociation.
- 2.2. Les recherches préalables : client, contexte, historique des relations (ressources internes et internet).
- 2.3. Définir une stratégie de négociation.
- 2.4. Les outils d'aide à la négociation : le plan de découverte, l'argumentaire et la documentation.
- 2.5. La préparation mentale et physique.

3. Comprendre et appréhender le fonctionnement de la négociation

- 3.1. La prise de contact (confiance, communication, règle des 4/20).
- 3.2. La découverte des besoins et des motivations (techniques de questionnement et méthode SONCAS).
- 3.3. Typologie et psychologie des négociateurs.
- 3.4. Mieux connaître ses forces et aspects à améliorer en tant que négociateur.

4. Savoirs d'action pour négocier

- 4.1. La méthode de négociation raisonnée de Harvard.
- 4.2. L'AT et la PNL appliquée à la négociation.

5. Modèle des « 3 C »

- 5.1. La Consultation (rencontre, découverte, reformulation).
- 5.2. La Confrontation (assertivité., adaptation, argumentation, objections).
- 5.3. La Concrétisation (arrangement, décision, conclusion, prise de congé).

Méthode pédagogique : alternance entre théorie et pratique. Explications et illustrations partir d'exemples concrets. Témoignages professionnels. Simulations, jeux de rôles et études de cas pour appliquer les « 3 C »

2) Marketing d'achat *D. Fluckiger* (13,5 heures TD) coefficient 2 une évaluation écrite

1. Démarche de conviction

- Dossier 1 : La fonction achat et enjeux stratégiques
- Dossier 2 : L'appel d'offres
- Dossier 3 : Comparatif, notation, comparaison

2. Techniques de vente et négociation commerciale

- Acquérir une méthode de vente efficace
- Connaître les différentes phases de l'entretien de vente
- Identifier le contexte et déterminer les enjeux de l'affaire
- Identifier les rapports de force et les enjeux
- Déterminer des stratégies de négociation et des objectifs de repli
- Déterminer les concessions et les contreparties
- Le processus de négociation

N.B.: Mise en situation, jeux de rôle et sketch, animent le module et sont répartis, tout au long du cours.

- Module de téléprospection 20 heures TD, *M. Petitjean*, coeff 3, une évaluation écrite

1. Communication orale dans le métier de chargé d'affaires

2. Apprendre à parler

3. Pratiquer une écoute active

4. cinq messages contraignants (nos valeurs)

5. construction du discours

6. Etablissement d'une liste de prospects et suivi du fichier

6.1. banque de données

6.2. recherche d'informations sur le prospect

6.3. détermination de la cible

6.4. organisation de la prospection

6.5. tenue du fichier "prospects"

6.6. gestion des relances

7. Entretien téléphonique

7.1. les trois points clefs de l'entretien téléphonique

7.2. avantages, inconvénients

7.3. différence prospect-client

7.4. attitude-comportement

7.5. franchir les barrages téléphoniques (4 points clefs)

7.6. traitement des objections (catégorie, méthode CNZ)

7.7. établir un argumentaire

7.8. dix règles d'or de la prospection téléphonique

8. L'art de décrocher un "Rendez Vous" par téléphone

8.1. prise de contact

8.2. technique des "oui"

8.3. susciter l'intérêt

8.4. proposer le RDV

8.5. verrouiller le RDV

9. Test d'aptitude commerciale (compréhension, rapidité, sens des mots)

9.1. deux tests de connaissance commerciale

9.2. un test de diagnostic des qualités commerciales

3) Analyse de besoins, 4 H TP par groupe E. Chevrier

- Introduction
- L'approche d'un compte
- L'entretien
- Le questionnement
- Travaux pratiques

- Module Argumentation 4 H TP E. Chevrier Une note écrite pour les deux modules coeff 1

1 Structurer ses arguments

1.1 Méthode

1.2 Travaux pratiques

2 Traiter les objections

2.1 Méthode

2.2 Travaux pratiques

UE5 Ingénierie financière de projet (55 heures) M. Baptizet/M. Pascal

Douhain Mme.Bourcois coeff 10

1) Ingénierie financière. Notions qui seront abordées :

Ce module a vocation à faire acquérir une logique financière fondée sur l'évaluation de la rentabilité et du risque, à présenter une vision d'ensemble des connaissances en matière d'analyse financière. En tant que chargé d'affaires, vous vous interrogez sur la création de valeur par l'entreprise et par conséquent, la connaissance des documents de synthèse comptables est indispensable. La compréhension des mécanismes de coût et de marge constitue également l'un des intérêts de ce module. Vous pourrez acquérir une compétence technico-commerciale et ainsi communiquer avec le Directeur Administratif et Financier.

1. La facturation M. Baptizet (25 heures TD) coefficient 3, une évaluation écrite

La facturation

Le rôle et les règles de présentation d'une facture

Les minorations : commerciales, financières

Les majorations : port, emballages, TVA

Les moyens de paiement

L'analyse du bilan

Le bilan fonctionnel

L'analyse de la structure financière grâce au bilan fonctionnel

Le Fonds de Roulement ou Fonds de Roulement Net Global

Le Besoin en Fonds de Roulement

La Trésorerie

L'analyse du Besoin en Fonds de Roulement

Les ratios du bilan fonctionnel

La structure financière (le financement des emplois stables, l'indépendance financière, l'analyse de l'endettement global)

Les ratios de rotation

L'analyse du compte de résultat

Les Soldes Intermédiaires de Gestion

La Capacité d'Auto Financement

Les ratios décrivant l'activité de l'entreprise

L'évaluation de l'activité de l'entreprise

Profitabilité

Rentabilité (financière et économique)

Le compte de résultat différentiel

(Coûts, marges, seuil de rentabilité, point mort)

Le budget de trésorerie

Budget des encaissements

Budget de TVA

Budget des décaissements

Budget de trésorerie

2) Ingénierie des Télécoms, génie civil (15 heures) M. Pascal Douhain coefficient 3, une évaluation écrite

1. Une partie technique

- Les caractéristiques techniques des ouvrages de télécommunication, et leurs règles de réalisation.
- Les différentes structures de chaussée
- Le remblayage de tranchée, les principaux matériaux de remblai et de surface, la qualité du compactage
- Des notions sur les bétons

Une partie administrative

- Les concessionnaires de réseaux avec les distances réglementaires entre chaque
- Les gestionnaires de voiries (Etat-Collectivités locales) avec les règlements
- Les permissions de voiries
- Les demandes de renseignements et Déclaration d'Intention de Commencement de Travaux(DICT)

3) Développement d'un projet de groupe (15 heures TD) Monica Bourcois, coefficient 4, une évaluation écrite « Workshop in Lisbon » en S2 (voyage de 2 à 4 jours)

- La naissance du projet (constitution des équipes, répartition des tâches)
- Plan de financement
- Établissement d'un planning
- Prises de contact (en anglais)
- Suivi du projet
- Concrétisation



UE6 Systèmes d'information et de communication (51 h, coeff 10) **MM.** **Abel/Chevrier/Migeot**



1) **Veille technologique (6 heures TD) M. Abel** coefficient 2, une évaluation écrite. En S2.

Descriptif à venir

2) **Marchés Publics UE6 E. Chevrier** Durée : 20 heures TD, coefficient 4, un écrit de 1H30

1 Les marchés publics

- 1.1 Le cadre législatif,
- 1.2 Les pièces constitutives,
- 1.3 Les différentes procédures,
- 1.4 Faire de la veille « marchés publics »,

2 Gestion de l'appel d'offres

- 2.1 Analyse des pièces administratives,
- 2.2 Analyse technique,
- 2.3 Décider de répondre ou de ne pas répondre,
- 2.4 Prendre en compte les interlocuteurs du projet,
- 2.5 Structurer sa réponse en respectant les attentes du maître d'ouvrage,
- 2.6 Suivre le projet efficacement,

3- Les seuils de marché

4- Analyse Financière

Réponse à un appel d'offres **E. Chevrier**

- Comment fonctionne un appel d'offres vu du client
- Formes d'appel d'offres
- Comment savoir qui émet un appel d'offres
- Comment répondre à un appel d'offres (partie étude d'offres et négociation)
- la réponse à l'appel d'offre public (règles et particularités)
- la réponse à l'appel d'offre privé (règles et particularités)
- la gestion d'affaire: reporting et point de situation (mise à disposition d'outils pour le suivi d'affaire)
- les réceptions et le traitement de la non-conformité
- la facturation (rappel LME)

3) **Protection des données en entreprise : M. Migeot** (15 heures TD) 3 épreuves : *QCM - questions ouvertes - travail de synthèse : rapport d'étonnement*) coeff 3

- Intelligence économique : généralités - politique publique - IE territoriale - éthique -
légalité management de l'information.

But : Assimiler le concept d'intelligence économique pour une mise en œuvre efficace.

- Veille numérique (orientation TPE/PME) - définition - types de veilles - légalité - outils open source – recherches de sources – opérateurs booléens – recherches d'informations.

But : Savoir mettre en œuvre et maîtriser les outils afin de conduire des recherches pertinentes.

- Protection du patrimoine informationnel stratégique de l'entreprise : L'information stratégique et le savoir-faire. Définition, légalité, source, emplacement. Comment améliorer la protection.

But : Identifier et localiser le patrimoine informationnel stratégique de l'entreprise

- L'usage des outils numériques en entreprise. Le web et les réseaux sociaux.

But : Maîtriser les outils informatiques et numériques vecteurs de pertes informationnelles et identifier les forces et les faiblesses du Web et des réseaux sociaux en entreprise.

- Management des risques en entreprise (approche).

But : Comprendre la nécessité de manager le risque en entreprise. TP sur un thème entrepreneurial.

- Gestion de crise en entreprise (approche).

But : Comprendre ce qu'est une crise et aborder les grands principes de gestion.

- Contrôle des connaissances : 3 épreuves : QCM - questions ouvertes - travail de synthèse.

- **En complément 10 heures de TD avec Delphine Prieur (le droit numérique) 1**
note coeff 1

- Le droit à l'image
- Les réseaux sociaux dans l'entreprise
- La CNIL
- La gestion des données personnelles

Journée Sécur'RT (conférences sur le droit internet...) en liaison avec les DUT (mars 2018)

Formation en entreprise

UE7 (projet tutoré pour les initiaux, coefficient 10) et UE7 (pour les apprentis) : Projet professionnel (coefficient 30)

10 heures **Mme Bolou**

L'objectif du projet est de donner à l'étudiant la capacité à mener à bien un projet en autonomie au sein de l'entreprise dans un laps de temps limité. Il se déroule sur toute la durée de l'apprentissage de l'étudiant.

Il permet d'évaluer les aptitudes d'un étudiant à prendre des décisions ayant une incidence directe sur le développement d'une unité commerciale en appréciant les conséquences de tous ordres qu'elles entraînent, en estimant leur faisabilité et en mesurant les risques et les opportunités. Il lui permet aussi d'approfondir ses connaissances et une insertion plus facile dans le monde du travail.

Le thème portera sur la réalisation d'un sujet en rapport avec l'activité de l'entreprise. Le projet sera défini par l'entreprise d'accueil, il est proposé par le maître d'apprentissage ou sur observations personnelles de l'apprenti et encadré par le tuteur pédagogique.

Des réunions sur l'avancement du projet auront lieu entre apprenti(s), maître d'apprentissage et tuteur pédagogique. Le projet peut être individuel ou collectif.

A l'issue de son année de formation, l'apprenti produira un mémoire basé sur le travail réalisé pendant son projet professionnel. Le mémoire professionnel représente un travail individuel.

Il comportera :

- une partie rapport, présentant le travail spécifique réalisé, mais aussi des analyses personnelles et un élargissement de la problématique. Il permet donc d'évaluer les qualités de rédaction, l'esprit d'analyse et le recul pris par rapport au sujet.
- une partie soutenance, réalisée par l'apprenti qui présentera son projet professionnel lors d'une soutenance de fin d'études, à un jury composé de professionnels et d'enseignants de la section.

L'évaluation de ce projet prendra non seulement en compte le travail réalisé en entreprise au cours de l'année d'apprentissage, mais aussi les capacités organisationnelles, les aptitudes à la communication au sein l'entreprise et avec la clientèle, ainsi que les facultés d'analyse et de synthèse de l'apprenti.

Cette évaluation est réalisée par l'entreprise avec plusieurs outils :

- Par l'intermédiaire des fiches présentes dans le livret d'apprentissage pour une prise en compte globale de l'évolution de l'apprenti au sein de l'entreprise.
- A l'appui du partir du support du rapport de projet et
- de la soutenance de ce projet.

La notation est réalisée par l'entreprise en accord avec les intervenants pédagogiques.

12. LES ENSEIGNANTS EN LICENCE PRO CART

Enseignants de l'établissement :

Nom et grade des enseignants ou chercheurs	Composante d'appartenance au sein de l'Université de Franche-Comté	Enseignements dispensés
Christine Bolou-Chiaravalli, PRAG Lettres Modernes/ Responsable de la formation	IUT Belfort-Montbéliard, Département Réseaux & Télécommunications	- Techniques de communication (français)
Stéphane Givron PRAG	IUT BM. Département RT	Initiation aux bases RT
François Spies PROF	IUT BM. Département RT	Initiation aux bases RT
David Fluckiger PLP Vente	IUT Belfort-Montbéliard, Département Gestion Administrative et Commerciale	- Marketing Stratégique - Achats
Gérard Cécé MDC/Chef de département	IUT BM. Département RT	- Outils transversaux : Convergence des réseaux
Mme Brigitte Personneaux PRAG	IUT BM Département Tech de Co	Outils de présentation
Jérôme Baptizet PRAG	Département GACO	Ingénierie financière

PROF : Professeur d'Université

MDC : Maître de Conférences

PRAG : Professeur Agrégé

PRCE : Professeur Certifié

Enseignants en vacation :

Nom et grade des enseignants	Fonction	Enseignements dispensés
Yann Arnaud	Comédien	Prise de confiance en soi Prise de parole Maîtrise de la gestuelle
Monica Bourcois Nathalie Rea	Diplômée en marketing international/Auto-entrepreneur Professeure d'anglais	- Techniques de communication (anglais) - Outils transversaux (langues)
Yassine Fara	Formateur visagiste/coiffure	Prise de conscience des codes Optimisation de son allure
Christiane Legoff	Intervenante en Expression-Communication Créatrice de Art'Com International	CV/Lettre de motivation/entretien/développement personnel

Professionnels et consultants :

Nom des professionnels	Fonction	Entreprise	Enseignements dispensés
Yannis Billaud	Chef d'Entreprise	Lytem Services	Négociation Commerciale
Éric Chevrier	Directeur commercial	Clemessy Telecoms	Marketing d'Affaires et de Services
Abel Julian	Expert Infrastructures	Nextiraone	Convergences des réseaux Veille technologique
Bernard Petitjean	Responsable commercial	Eiffage	Prospection commerciale
Pascal Douhain	Chargé de relation avec les Collectivités Locales 70 - 88 - 90	Orange	Ingénierie des télécoms Génie civil
Nicolas Guillaume Guy Voizenet	PDG	Netalis	Marketing opérationnel
Jean-Louis Chauvin	Directeur	SMIX Doubs THD	Marketing opérationnel
Abel Julian	Expert projet Infro DC et Sécurité Mobile	Nextiraone	-Convergences des réseaux
Bruno Migeot	Chef d'entreprise	2 PIE	- Sécurité informatique - Intelligence économique
Delphine Prieur	Ingénieure	Incubateur Franche-comté	- Droit numérique

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Le diplôme s'obtient après une évaluation d'une année en contrôle continu de huit unités :

Outils transversaux (6 ECTS)

- Langues étrangères : anglais, allemand
- Outils informatiques : rédaction informatique de gros documents
- Convergence des technologies réseaux : wi-fi, réseaux téléphonique et informatique

Techniques de communication (française, anglaise et allemande) (6 ECTS)

- Techniques de présentation et d'expression orale
- Techniques d'expression écrite
- Prise de parole en publicitaires
- Améliorer et positiver le potentiel personnel et les relations humaines
- Dynamique du dialogue
- Anglais technique
- Anglais des affaires

Marketing opérationnel (6 ECTS)

- Acquérir l'état d'esprit marketing - Connaître les démarches d'investigation et d'analyse marketing - Élaborer un plan d'action commercial dans le secteur B to B - Le marketing industriel et l'analyse de la valeur - Les outils du marketing opérationnels - Communication services et partenaires

Techniques de vente / Négociation commerciale (6 ECTS)

- Démarche de conviction - Techniques de vente et négociation commerciale - Technique de prospection - Préparer son entretien - La Téléprospection - Stratégie de vente de services - Organisation et gestion du temps - Réponse à un appel d'offres - Cabinet de recrutement

Ingénierie financière de projet (6 ECTS)

- Comprendre et analyser un bilan et un compte de résultat - Intégrer la gestion financière dans ses décisions - Être capable de dialoguer avec des DAF - Maîtriser les mécanismes de coût et de marge pour l'entreprise - Maîtriser les calculs commerciaux (marge, investissement, amortissements, les différentes formes de crédit) - Piloter son activité

Stage et projet : 24 ECTS

Pour les initiaux : projet de 10 semaines minimum + soutenance et rapport. Puis en S6 stage en entreprise (minimum 13 semaines), soutenance et rapport.

Pour les apprentis : soutenance et rapport en juin.

Systemes d'information et de communication (6 ECTS)

- Les systemes d'information et de communication :
- Connaître les acteurs et le marché de l'informatique et des télécoms
- Appréhender l'évolution du marché
- Les fondements conceptuels
- Des technologies de l'information aux systemes d'information
- Les applications fonctionnelles
- Les systemes de communication
- Gestion stratégiques des systemes d'information
- Contrôle des systemes d'information et de communication

Projet professionnel (30 ECTS) : travail de l'année, rapport, soutenance pour les apprentis

Pour les initiaux : 10 ECTS pour le projet tutoré et 20 pour le stage professionnel en entreprise (+ soutenance, écrit).

.

Fiche RNCP de la formation à l'adresse suivante