

Une mission étudiante pour votre entreprise **Prospect'Act**

**Vous souhaitez conduire une étude exploratoire utile à votre développement: pénétrer de nouveaux marchés, déceler des pistes à l'export, optimiser votre sourcing, construire votre benchmark...
Notre réponse : Prospect'Act. Une équipe d'étudiants de première année de notre Programme Grande école de l'EM Strasbourg prend en charge gratuitement votre étude.**

AMBITIONS

Un partenariat gagnant-gagnant

Trait d'union entre l'entreprise et l'étudiant, Prospect'Act a pour objectif de **soutenir les entreprises dans leur développement** tout en faisant participer l'entreprise à la formation de ses futurs collaborateurs.

Module d'enseignement pratique, Prospect'Act vise à **intégrer les étudiants dans le monde des entreprises** dès leur entrée à l'école. Une première expérience formatrice, tant au niveau des connaissances que du savoir-être.

Deux groupes anglophones et un groupe germanophone peuvent travailler sur vos projets internationaux nécessitant des connaissances en langue étrangère.

Objectifs

- **Former les étudiants de manière pratique.**
- **Commencer à professionnaliser leurs raisonnements.**
- **Développer leurs connaissances du monde de l'entreprise et de son fonctionnement.**

Prospect'Act veut s'inscrire dans une logique gagnant-gagnant en contribuant au développement des entreprises partenaires de l'Ecole.

Vos contacts

Chef du projet Prospect'Act
Thomas Coudert: +33 (0)3 68 85 87 08
t.coudert@unistra.fr

Chargée de l'Executive Education et de Prospect'Act
Marina Masselin : +33 (0)3 68 85 80 29
prospectact@em-strasbourg.eu

EN PRATIQUE

Organisation

Au cours du premier semestre, **le responsable pédagogique définit conjointement avec l'entreprise le cahier des charges de la mission Prospect'Act** qu'elle propose. Les étudiants sont répartis en équipes de 4 à 6 personnes. Une entreprise peut bénéficier de plusieurs équipes d'étudiants sur un même projet.

Chaque équipe d'étudiants doit faire une étude opérationnelle pour une entreprise partenaire, abordant un projet de développement d'affaires (diversification, enrichissement de gamme, export, sourcing, benchmarking, etc.), sur la base du cahier des charges défini au préalable avec le responsable pédagogique.

Les étudiants rencontrent l'entreprise au minimum trois fois: lors de la première séance pour que les étudiants prennent connaissance du cahier des charges, à mi-parcours pour vérifier l'avancement de la réalisation la présentation des résultats.

Un enseignant est chargé de les suivre et de les guider dans leurs recherches et dans l'approche de la problématique donnée par l'entreprise. Les étudiants sont formés et tutorés à raison de deux heures par semaine.

À l'issue des trois mois du second semestre, **chaque équipe d'étudiants doit remettre une étude exploratoire résultant d'un travail de collecte de ressources et de bonnes pratiques.** Les étudiants sont alors conjointement évalués par l'enseignant et l'entreprise.

La mission Prospect'Act peut être **prolongée par un stage** avec un étudiant du groupe.

DÉROULEMENT

Projet encadré par un responsable pédagogique et deux chargés de cours
à raison de 2h par semaine pendant 10 semaines

APPEL À PROJETS



Septembre

Octobre

Novembre

VALIDATION

des projets et missions
par l'EM Strasbourg

Décembre

Janvier

CONSTITUTION
DES ÉQUIPES
groupes de 4 à 6
étudiants

CHOIX DES
SUJETS
par les équipes
d'étudiants

1^{ÈRE} RENCONTRE

Entreprise - étudiants

Février

2^E RENCONTRE

Entreprise - étudiants

Mars

Avril

ÉVALUATION

projets Prospect'Act

Mai

STAGE

Recrutez nos étudiants !

Juin - Septembre

TRAVAIL EN ÉQUIPE

SOUTENANCE

projets Prospect'Act

EXEMPLES DE MISSIONS

Établir :

- une stratégie de communication externe,
- un développement des relations avec la Chine,
- une liste des produits concurrents,
- une cartographie des décideurs locaux,
- une liste des réseaux de distribution.

Identifier :

- les différents acteurs au niveau international,
- les marchés et acheteur potentiels,
- les prescripteurs,
- des distributeurs potentiels.

Proposer :

- une nouvelle organisation marketing direct,
- une stratégie de prospection du marché allemand,
- une veille concurrentielle,
- un argumentaire commercial,
- le format d'une prestation touristique,
- des axes de pénétration des marchés en fonction des pays ciblés,
- une définition de la stratégie marketing.

Rechercher de nouveaux prospects.

Confiez-nous vos projets !

Inscription et informations complémentaires
sur le site de l'EM Strasbourg, rubrique :
ENTREPRISES > Prospect'Act

Accès direct
<http://bit.ly/2hmlivR>

Date limite d'inscription : 13 novembre

