

## 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**  
Didier Wehrli : +33 (0)3 68 85 83 55

**Chargée de l'Executive Education et de Prospect'Act**  
Marina Masselin : +33 (0)3 68 85 80 29  
[prospectact@em-strasbourg.eu](mailto: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 tâche et 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<sup>ÈRE</sup> RENCONTRE  
Entreprise - étudiants

Février

2<sup>E</sup> 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

