

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
DIRECTION GÉNÉRALE DES ÉTUDES TECHNOLOGIQUES
INSTITUT SUPÉRIEUR DES ÉTUDES TECHNOLOGIQUES DE CHARGUIA



Guide pédagogique pour les visites professionnelles

Guide conçu et élaboré par :

Ilhem BEN CHEIKH TEKAYA
Enseignante Technologue
ISET Charguia
Ilhem.tekaya@gmail.com

Sonia MBARKI KADDECHE
Enseignante Technologue
ISET Charguia
Soniambarki82@gmail.com

*Document élaboré avec le concours de la Direction et du Secrétariat Général de l'Institut
Supérieur des Études Technologiques de Charguia*

EDITION 2019

NOTE PEDAGOGIQUE

Titre de la ressource : Guide pédagogique pour les visites professionnelles.

Auteurs : Ilhem BEN CHEIKH TEKAYA & Sonia MBARKI KADDECHE.

Langue : Français.

Mots clés : visite professionnelle, préparation en amont, déroulement, exploitation pédagogique, documentation.

Résumé :

Le présent guide ambitionne d'aider enseignants et étudiants à approcher le monde professionnel dans les meilleures conditions possibles en formalisant la démarche des visites professionnelles avec ses principales étapes de **préparation**, **d'immersion** et **d'exploitation**. En suivant la démarche proposée par ce guide, les visites professionnelles peuvent aboutir à des projets qui renforcent non seulement le ruban pédagogique de formation mais permettent également un réel apprentissage aux étudiants dont la participation s'impose lors des trois principales étapes sus citées.

Problématique :

Comment mettre en œuvre une pédagogie inductive complémentaire en plaçant l'étudiant au centre de son processus d'apprentissage à partir d'une observation concrète lors des visites professionnelles.

Objectifs pédagogiques :

Le présent guide est destiné à mettre à disposition des enseignants ou des équipes pédagogiques du réseau des ISETs ou tout autre établissement universitaire, toutes disciplines confondues, une démarche claire et structurée ainsi qu'un ensemble d'outils afin de réussir:

- ✓ La **préparation** (logistique et administrative) ;
- ✓ Le **déroulement** ;
- ✓ L'**exploitation pédagogique** des visites professionnelles appelées également visites d'entreprises.

Outils d'analyse:

- La matrice RACI : Activités / Acteurs ;
- Les objectifs pédagogiques visés à travers les visites professionnelles ;
- La trame des visites professionnelles ;
- La phase de préparation en amont ;
- La phase du déroulement ;
- La phase de l'exploitation pédagogique ;
- Les documents associés aux trois phases.

Suggestions d'appropriation :

La démarche et les outils proposés dans ce guide peuvent être adaptés par les enseignants et les équipes pédagogiques en fonction du public (discipline, parcours, niveau) auquel ils s'adressent et des caractéristiques des entreprises visitées. Une visite professionnelle optimisée doit être modulable et adaptable.

Perspectives :

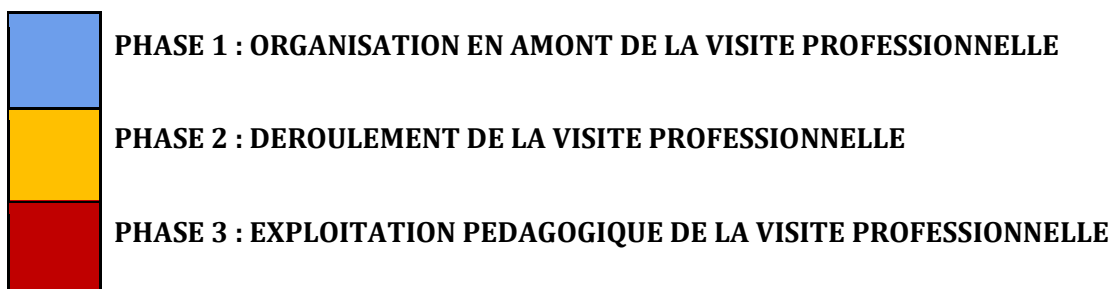
Ce présent guide peut servir de support de formation dédié aux enseignants ainsi qu'aux équipes pédagogiques et administratives dans l'objectif de faire évoluer la pratique actuelle des visites professionnelles effectuées qui sont plutôt conformistes.

Webographie :

- [1] https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1991_num_87_1_2284
- [2] <http://ww2.ac-poitiers.fr/ecole-entreprise/spip.php?article60>
- [3] <https://www.modele-lettre.com/lettre-11636/lettre-de-demande-de-visite-d-entreprise-pour-etudiants.html>
- [4] <http://ecole-entreprise.ac-clermont.fr/pages-ressources/19-pages-ressources/176-preparer-une-visite-d-entreprise>
- [5] <https://wesavoirfaire.com/magazine/10-conseils-pour-bien-preparer-sa-visite-d-entreprise-dans-le-cadre-scolaire/6909/>
- [6] https://www.entreprises.gouv.fr/files/guide_visite_entreprise_ccifrance.pdf
:
https://www.entreprises.gouv.fr/files/guide_visite_entreprise_ccifrance.pdf

TABLE DES MATIÈRES

PROLOGUE.....	6
LA VISITE PROFESSIONNELLE	8
SON IMPORTANCE ET SES OBJECTIFS	8
1. Définition de la visite professionnelle.....	8
2. Importance de la visite professionnelle.....	8
3. Objectifs pédagogiques de la visite professionnelle	8
LA TRAME DE LA VISITE PROFESSIONNELLE.....	10
PHASE 1 : PRÉPARATION EN AMONT DE LA VISITE PROFESSIONNELLE.....	11
1. Fixation des objectifs de la visite	11
2. Choix de l'entreprise d'accueil	11
3. Prise de contact avec l'entreprise d'accueil.....	12
4. Démarches administratives et organisation logistique	13
5. Préparation de la visite en classe.....	14
6. Rôle du responsable de l'entreprise d'accueil.....	14
PHASE 2 : DÉROULEMENT DE LA VISITE PROFESSIONNELLE	16
1. Rôle de l'équipe pédagogique.....	16
2. Rôle des étudiants.....	16
3. Rôle de l'accompagnateur de l'entreprise	17
4. Evaluation de la phase de déroulement de la visite.....	17
PHASE 3 : EXPLOITATION PÉDAGOGIQUE DE LA VISITE PROFESSIONNELLE.....	18
DOCUMENTATION ASSOCIÉE	23
CONCLUSION	52
WEBOGRAPHIE	53



Les visites professionnelles
constituent une occasion de
mettre en œuvre la pédagogie
inductive complémentaire en
plaçant l'étudiant au centre de
son processus d'apprentissage
à partir d'une observation
concrète.



PROLOGUE

Le présent guide est destiné à mettre à disposition des enseignants ou des équipes pédagogiques du réseau des ISETs ou tout autre établissement universitaire, toutes disciplines confondues, une démarche claire et structurée ainsi qu'un ensemble d'outils afin de réussir la préparation (logistique et administrative), le déroulement ainsi que l'exploitation pédagogique des visites professionnelles appelées également visites d'entreprises.

Nous avons opté pour l'appellation "professionnelles" car ces visites s'inscrivent dans la continuité de la formation dispensée au sein du réseau des ISETs, fortement caractérisée par des aspects professionnalisants (mise en situation, pédagogie active, études de cas, implication des professionnels...).

Les visites professionnelles sont censées engendrer une dynamique importante chez les étudiants puisqu'elles leur permettent d'acquérir de nombreuses connaissances et compétences, tout en les sensibilisant à l'importance des soft-skills exigés par les professionnels.

Dans ce cadre d'idées, nous avons conçu et développé le présent guide dans l'objectif d'aider enseignants et étudiants à approcher le monde professionnel dans les meilleures conditions possibles en formalisant la démarche des visites avec ses principales étapes de préparation, d'immersion et d'exploitation.

En suivant la démarche proposée par ce guide, les visites professionnelles peuvent aboutir à des projets qui renforcent non seulement le ruban pédagogique de formation mais permettent également un réel apprentissage aux étudiants dont la participation s'impose lors des trois principales étapes sus citées. La démarche et les outils proposés peuvent être adaptés par les enseignants en fonction du public (discipline, parcours, niveau) auquel ils s'adressent et des caractéristiques des entreprises visitées. Une visite professionnelle optimisée doit être modulable et adaptable.

Nous proposons dans ce qui suit la trame habituelle d'une visite professionnelle, adoptée dans ce guide, sous la forme d'une matrice **RACI** qui apporte une définition claire et précise des rôles et des responsabilités de chacun des acteurs impliqués :

LA MATRICE RACI

ACTEURS ACTIVITES	Enseignant/ Equipe pédagogique	Sources d'informations internes et externes	Responsable de l'entreprise d'accueil	Secrétariat général de l'établissement universitaire	Etudiants	Accompagnateur professionnel	Personnel de l'entreprise d'accueil	Direction de l'établissement universitaire	Département /Direction des études
Fixation des objectifs de la visite	R, A		I		I			I	I
Choix de l'entreprise d'accueil	R	C	A	A	I			A	I
Prise de contact avec l'entreprise d'accueil	R		C						
Démarches administratives et organisation logistique	I			R	I			R	
Préparation de la visite en classe	R, A	C			I				
Déroulement de la visite			R		I	R	C		
Observation, collecte d'informations					R	I	I		
Qualité de l'accompagnement	I				I	R	C		
Evaluation de la phase de déroulement					R				
Exploitation pédagogique de la visite	R, A	C			R				
Evaluation de la visite	A, I		I	I	R	I	I	I	
Remerciements de l'entreprise d'accueil et	A		I		I	I	I	R	I
Conservation de la Documentation	R, A	C						I	I

R : Responsable, A : Accountable /Approver, C : Consulted, I : Informed/Impacted
R : En charge de la tâche, A : Décideur, C : Qui détient une expertise et apporte de l'aide, I : Qui est informé /impacté

LA VISITE PROFESSIONNELLE SON IMPORTANCE ET SES OBJECTIFS

1. Définition de la visite professionnelle

La visite professionnelle représente une occasion offerte aux étudiants pour découvrir les « coulisses » d'un organisme (public ou privé) en activité (ateliers, salles des machines, services administratifs, laboratoires...) afin d'explorer in situ, tout ou une partie des processus de l'entreprise.

La visite professionnelle doit apporter de la valeur à l'étudiant et à l'ensemble des acteurs de sa formation, et ne peut être limitée à une simple visite conformiste. Des savoir-être dans le domaine relationnel doivent être développés à travers cette activité pédagogique tels que : proposer, suggérer, écouter, concilier, etc.

2. Importance de la visite professionnelle

La visite professionnelle est une pratique pédagogique qui favorise un apprentissage pertinent et fondé sur l'investigation, l'observation et l'analyse. Elle ajoute de la valeur et présente une réelle pertinence pour les étudiants. En effet, cette expérience concrète au contact du monde professionnel offre la possibilité aux apprenants de se lancer dans des recherches et des investigations, d'enrichir leurs savoirs, d'élaborer des rédactions et des analyses détaillées mais également de communiquer efficacement avec divers publics.

La visite professionnelle constitue en outre l'occasion pour les étudiants de faire des liens entre, d'une part, les éléments du programme étudiés de manière théorique, et d'autre part, la réalité de ces éléments sur le plan pratique lors de la visite professionnelle.

3. Objectifs pédagogiques de la visite professionnelle

Les visites professionnelles complètent la formation académique ainsi que les stages en milieu professionnel. Elles favorisent un apprentissage constructiviste en impliquant les étudiants dans l'atteinte des objectifs visés par ces visites et qui sont inhérents aux savoirs, savoir-faire et savoir-être.

- Sur le plan **des savoirs**, la visite vise généralement un contenu précis de connaissances en relation avec le module enseigné. Elle doit, en effet, permettre de

renforcer des concepts étudiés en cours et d'aider les étudiants à maîtriser ces derniers. Elle vise par ailleurs, à enrichir leur formation par des connaissances complémentaires.

- Sur le plan **des savoir-faire**, la visite professionnelle est un moyen efficace pour permettre aux étudiants d'améliorer leurs compétences en matière de collecte et d'analyse des données. Elle les incite à collecter les informations (en préparant un questionnaire et en enregistrant les réponses), à les classer et à les analyser. Ils peuvent, ensuite, l'exploiter en préparant un rapport de synthèse ou un exposé en classe.
- Au niveau **des savoir-être**, cette activité suscite chez les étudiants la curiosité, la motivation, ainsi que des compétences sociales telles que : savoir poser des questions à un responsable d'entreprise, savoir écouter les autres (responsables et pairs), respecter les consignes, etc.



Le but de la visite professionnelle n'est pas uniquement de permettre aux étudiants d'enrichir les savoirs acquis en milieu académique et de faire des liens entre la théorie et la pratique. Elle doit représenter, également, l'occasion de mieux connaître les métiers et de les analyser. Ce contact avec le milieu professionnel doit permettre, à chaque étudiant, de :

- l'éclairer dans le choix de son parcours de spécialisation, notamment si cette visite est organisée lors de la première année d'études ;
- l'orienter dans sa démarche de recherche de son futur projet de fin d'études ;
- l'aider dans la planification de son projet professionnel et personnalisé.

LA TRAME DE LA VISITE PROFESSIONNELLE

La visite professionnelle est organisée en trois temps, comme le montre la figure suivante:



Préparation en amont de la visite professionnelle	Déroulement de la visite professionnelle	Exploitation pédagogique de la visite professionnelle
<p>Il s'agit d'organiser en amont la visite : les sources professionnelles, l'entreprise d'accueil, les formalités administratives au niveau de l'établissement universitaire, la préparation de la visite avec la personne contact de l'entreprise et enfin, l'organisation en classe avec les étudiants.</p>	<p>Il s'agit là d'un aspect essentiel qui est la phase d'immersion en contact direct avec le personnel de l'entreprise, qui doit aboutir à des échanges fructueux entre l'ensemble des acteurs : les étudiants, les accompagnateurs professionnels, le personnel de l'entreprise et les enseignants.</p>	<p>Visiter une entreprise pour ne rien en faire n'a pas de sens. Il s'agit à ce stade d'exploiter sur le plan pédagogique les résultats de la visite en capitalisant en classe : exposés oraux, analyse des observations recueillies, productions de supports utiles et exploitables.</p>

PHASE 1 : PRÉPARATION EN AMONT DE LA VISITE PROFESSIONNELLE

La visite professionnelle ne s'improvise pas et nécessite une préparation aussi bien avec l'entreprise d'accueil qu'avec les étudiants et l'administration de l'établissement universitaire. Elle peut être également préparée avec d'autres enseignants dans l'objectif de développer la transversalité des enseignements.

1. Fixation des objectifs de la visite

L'enseignant doit fixer les objectifs pédagogiques de la visite ainsi que les enseignements qu'il veut en tirer (activité concernée, son lien avec les programmes académiques, informations à collecter, découverte d'un ou de plusieurs métiers ...). A ce stade, il peut se référer au **Document P01 : Matrice de correspondance visite professionnelle-formation** pour être orienté quant aux types de savoirs visés.

Il peut en outre réfléchir avec quels autres enseignants il pourrait organiser la visite s'il vise à développer la transversalité des enseignements. En effet, une même visite professionnelle peut être exploitée par les enseignants dans le cadre de différentes disciplines. Il convient donc que ces derniers planifient ensemble ce projet commun.

2. Choix de l'entreprise d'accueil

Le choix de l'entreprise d'accueil dépend des critères fixés par l'enseignant (ou l'équipe pédagogique dans le cas d'enseignements transversaux) : activité de l'entreprise, lien avec les objectifs pédagogiques, lieu géographique, ...

Il n'est pas toujours facile de trouver une entreprise à visiter. L'enseignant peut la chercher à partir des sources disponibles dans son établissement universitaire (unités ou commissions des PFEs et des stages, réseaux professionnels des enseignants, contacts des étudiants,...) ou à partir de sources externes (institutionnelles, associatives, régionales,...). Le **Document P02 : Sources d'informations pour chercher une entreprise d'accueil** pourrait guider l'enseignant dans sa recherche en lui apportant quelques sources d'informations possibles.

3. Prise de contact avec l'entreprise d'accueil

La visite professionnelle se réserve en avance car toute entreprise a besoin de temps pour répondre et se préparer à l'accueil des étudiants. Il est donc primordial de la contacter afin de prendre rendez-vous et de planifier le déroulement de la visite (capacité d'accueil, date et heure d'arrivée, thème de la visite, circuit proposé, durée, informations à exploiter, accompagnateurs qui vont guider les étudiants lors de la visite, documentation à distribuer aux étudiants...).

La prise de contact peut être réalisée à travers un appel téléphonique, un email ou un entretien direct avec un responsable de l'entreprise (pré-visite). Ce dernier cas de figure est d'ailleurs conseillé afin que l'enseignant découvre l'environnement de l'entreprise et soit sûr que la visite coïncide avec les objectifs pédagogiques qu'il s'est fixés.

Le **Document P03 : Guide de l'entretien téléphonique** peut aider tout enseignant à préparer son entretien téléphonique avec le référent de l'entreprise et à mieux le structurer pour une prise de contact concluante.

Afin que la date de la visite soit confirmée de manière formelle par l'entreprise d'accueil, il convient que l'enseignant (ou l'équipe pédagogique) envoie(nt) un mail de demande de visite à l'entreprise dans lequel, il est indiqué toutes les informations concernant l'équipe pédagogique (noms, fonction, institution, département), les étudiants (niveau, nombre, modules en lien avec la visite), les objectifs pédagogiques escomptés de cette visite ainsi que la proposition des dates. Le retour de ce mail par l'entreprise constituera une confirmation de la date de la visite sur la base de laquelle l'équipe pourra entamer la phase de la préparation logistique de cette activité.

Le **Document P04 : Email de demande de visite adressé à l'entreprise d'accueil** constitue un exemple de correspondance qui pourrait aider l'enseignant dans sa démarche de préparation.



Lors de la prise de contact, il est conseillé de développer un argumentaire pour convaincre l'entreprise d'accueil de l'intérêt de la visite professionnelle surtout si elle n'a jamais ouvert ses portes à ce genre d'actions.

Le tableau suivant présente quelques pistes d'argumentaires que les enseignants ou équipes pédagogiques peuvent mobiliser auprès du milieu professionnel afin de les convaincre de l'importance de cette relation gagnant-gagnant dans le cadre de cette visite. D'ailleurs, il serait intéressant d'impliquer les étudiants dans cette phase de construction de l'argumentaire afin de développer chez eux cette compétence entrepreneuriale.

Entreprise non ouverte aux visites	Entreprise ouverte aux visites
<ul style="list-style-type: none">- Communiquer avec l'établissement universitaire (direction, enseignants, étudiants) ;- Construire une nouvelle image ;- Exposer son savoir-faire ;- Motiver son personnel ;- Élargir et fidéliser sa clientèle ;- Captiver des étudiants pour effectuer des stages, projets de fin d'études...	<ul style="list-style-type: none">- Améliorer et professionnaliser ses pratiques de visite ;- Créer de nouveaux supports de promotion et de commercialisation ;- Amorcer des synergies avec de nouveaux acteurs (enseignants, établissement universitaire et son réseau, étudiants...).

4. Démarches administratives et organisation logistique

Il est important de justifier la visite professionnelle auprès de la direction de l'établissement universitaire. Cette dernière doit donc être informée par l'enseignant des objectifs pédagogiques de la visite, de sa date et de la liste des étudiants qui y participent afin qu'elle prépare l'ordre de mission.

L'enseignant peut déposer à la direction de son établissement, une demande d'autorisation de sortie contenant toutes les informations relatives à cette sortie : membres de l'équipe pédagogique, date, programme de la visite et objectifs pédagogiques.

L'ensemble de ces informations figure sur le [Document P05 : Demande d'autorisation de sortie](#).

Suite à l'acceptation de cette demande par la direction de l'établissement universitaire, l'enseignant pourra planifier avec le secrétariat général les modalités de réservation du véhicule de transport.

5. Préparation de la visite en classe

Afin que les étudiants appréhendent les enjeux de la visite et qu'ils soient impliqués, il serait intéressant que l'enseignant les informe des objectifs de la visite et les incite à s'informer au préalable sur l'entreprise à visiter. Ils peuvent ainsi mener des recherches sur son secteur d'activité, les métiers concernés, les services fournis ou les produits fabriqués... En outre, il est préférable qu'ils préparent à l'avance les questions à poser aux responsables de l'entreprise et qu'ils déterminent avec l'enseignant (ou l'équipe pédagogique en cas de transversalité des enseignements) les renseignements qu'ils peuvent recueillir lors de la visite guidée.

Par ailleurs, il est important de donner des consignes de bonne conduite et de sécurité aux étudiants afin d'éviter les débordements et les incidents.

L'enseignant responsable peut fournir aux étudiants le [Document P06 : Préparation de la visite avec les étudiants](#) qui explicite le programme de la visite ainsi que les consignes à respecter.

6. Rôle du responsable de l'entreprise d'accueil

La réussite de la visite professionnelle dépend fortement du degré d'implication du responsable de l'entreprise dans la préparation de ce projet avec l'équipe pédagogique. Il doit, au préalable, s'informer des objectifs de la visite, des attentes de l'équipe, du niveau des étudiants et leur nombre ainsi que des démarches conduites en classe en vue de la préparation de la visite.

Une fois renseigné, le responsable informe l'équipe pédagogique sur les contraintes en matière de sécurité, de confidentialité, sur les usages et les attitudes requises. Il désigne, ensuite, un ou plusieurs accompagnateurs pour guider les étudiants lors de la visite et émet, éventuellement, des suggestions afin de compléter le travail de l'équipe pédagogique.



Voici quelques pièges à éviter lors de la préparation des visites professionnelles :

- Une entreprise mal choisie : trop complexe ou au contraire trop "pauvre" ;
- Une visite non préparée ou mal préparée ;
- Une visite dépourvue d'activité de collecte d'informations ;
- Une visite sans exploitation pédagogique pour capitaliser ;
- Une visite sans évaluation.

PHASE 2 : DÉROULEMENT DE LA VISITE PROFESSIONNELLE

Les étudiants doivent être accompagnés par un ou deux enseignants qui forment l'équipe pédagogique. Chacun des acteurs de la visite joue un rôle important dans la réussite de cette dernière.

1. Rôle de l'équipe pédagogique

L'équipe pédagogique qui accompagne les étudiants joue un rôle primordial dans le bon déroulement de cette activité. En effet, elle :

- Favorise le contact avec le (ou les) accompagnateur(s) de l'entreprise d'accueil ;
- Veille au respect des consignes de bonne conduite et de sécurité par les étudiants ;
- Guide éventuellement les étudiants dans leurs démarches de collecte d'informations ;
- Conclut l'entretien.

2. Rôle des étudiants

Afin d'atteindre les objectifs pédagogiques préalablement fixés, les étudiants sont invités à collecter les informations concernant l'entreprise ou les métiers à analyser par la prise de note, l'enregistrement, les observations, les interviews...

Ils doivent être munis de documents préalablement élaborés sur lesquels ils notent les réponses aux différents questionnements relatifs aux activités de l'entreprise et aux métiers observés.

Les **Documents D01 : Support de collecte d'informations** et **D02 : Fiche de description d'un métier** peuvent servir de modèles à ce stade.

Il est indispensable que les étudiants respectent les consignes de sécurité énoncées par l'accompagnateur de l'entreprise d'accueil, ainsi que les règles de bonne conduite : ponctualité, écoute, silence, pas de téléphone portable, respect envers les personnes et les biens ...

3. Rôle de l'accompagnateur de l'entreprise

L'accompagnateur de l'entreprise est la personne ressource censée accueillir le groupe et les accompagner tout au long de la visite, dans le cadre du respect des consignes sécuritaires exigées. Il présente ainsi l'entreprise : date de création, chiffre d'affaires, nombre de salariés, secteur d'activités, partenaires, clients, le processus de fabrication, les matériels, etc. Il répond aux questionnements des étudiants et propose, éventuellement, la documentation. Il peut impliquer le reste du personnel pour effectuer des témoignages et des descriptions de leurs tâches dans le cadre de leurs métiers.



Dans un objectif de bien fructifier la visite professionnelle, il est intéressant que les étudiants essayent d'interviewer les professionnels de l'entreprise. Le questionnaire ou le guide d'entretien doit être bien préparé en amont, pour mieux comprendre l'organisation générale de l'entreprise, le rôle de chaque acteur, les métiers exercés, les qualifications requises pour les différentes tâches, les savoirs et savoir-faire en lien avec les disciplines enseignées.

Différents rôles peuvent être distribués par l'enseignant ou l'équipe pédagogique pendant la phase de préparation afin d'optimiser la collecte d'informations le jour de la visite : des étudiants observateurs, des questionneurs, des preneurs de notes, des photographes...

4. Evaluation de la phase de déroulement de la visite

A la fin de la visite, et dans le cadre de débriefing, il serait judicieux d'administrer une fiche d'évaluation qui consiste essentiellement à déterminer le niveau de satisfaction des étudiants quant à cette phase de déroulement de la visite. Le **Document D03 : Fiche d'évaluation du déroulement de la visite** constitue un exemple d'appui pour les enseignants.

PHASE 3 : EXPLOITATION PÉDAGOGIQUE DE LA VISITE PROFESSIONNELLE

La visite professionnelle ne doit pas se résumer à la découverte des lieux professionnels uniquement, mais doit correspondre à des objectifs pédagogiques et surtout générer des enseignements tirés de ce contact avec les entreprises. Elle n'est pas uniquement exploratoire, mais doit aider les étudiants à prendre conscience des situations et des personnes en milieu professionnel et surtout à renforcer et acquérir des connaissances et des habiletés spécifiques.

Chaque enseignant peut valoriser la visite professionnelle en utilisant les informations recueillies dans le cadre de différentes activités pédagogiques. Nous proposons ce qui suit comme pistes d'exploitation pédagogique. Il s'agit, bien évidemment, de suggestions et de réflexions qui ne sont pas systématiques. L'enseignant peut :

- valoriser les acquis de la visite à travers des exposés oraux en classe suivis d'évaluations par lui-même et par les étudiants entre eux (évaluation par les pairs). Les **Documents E01 : Exposé oral sur la visite réalisée** et **E02 : Grille d'évaluation de l'exposé oral** présentent des pistes de réflexion pour guider l'enseignant dans la réalisation de cette activité pédagogique ;
- animer un débat en classe afin d'engager la discussion autour de divers éléments liés à la visite tels que : activités de l'entreprise, son marché, métiers observés,...
Les **Documents E03 : Analyse des activités de l'entreprise**, **E04 : Analyse du marché de l'entreprise** et **E05 : Analyse d'un métier** constituent des exemples de supports exploitables dans le cadre de ces débats ;
- inciter les étudiants à élaborer des supports écrits dont l'objectif est de communiquer autour de la visite effectuée et de la valoriser à l'échelle de l'établissement universitaire ou au niveau de l'entreprise d'accueil voire même à une échelle nationale. Les **Documents E06 : Les règles d'écriture et de présentation d'un article de presse** et **E07 : Les règles d'écriture et de présentation d'un article à diffuser sur Internet** orientent les étudiants dans l'élaboration de ces supports.

Le tableau ci-dessous résume ces activités liées à l'exploitation pédagogique :

TABLEAU RÉCAPITULATIF DES ACTIVITÉS LIÉES À L'EXPLOITATION PÉDAGOGIQUE DE LA VISITE PROFESSIONNELLE

Exploitation pédagogique	Activités	Objectifs	Compétences visées	Démarche
Réalisation d'exposés oraux	Exposé de restitution	<ul style="list-style-type: none"> • Clarification des informations collectées entre pairs ; • Confrontation entre concepts théoriques et observation directe de situations et de personnes en milieu professionnel • Renforcement via l'acquisition de nouvelles connaissances 	<ul style="list-style-type: none"> • S'approprier ses prises de notes pour réaliser une présentation orale structurée; • Compléter par une recherche documentaire complémentaire ; • Maîtriser le processus de la collecte des données à la restitution ; • Restituer oralement les connaissances acquises lors de la visite et en lien avec le cours ; • Rendre compte des observations et des impressions suite à la visite. 	Travail collaboratif
	Grille d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Contenu : structure, qualité des informations, supports ; • Communication orale : verbale, non verbale et les aspects relationnels. 	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissances acquises et pistes d'amélioration ; • Savoir évaluer les pairs ; • S'autoévaluer 	Grille élaborée par l'enseignant tuteur ou l'équipe pédagogique

Exploitation pédagogique	Activités	Objectifs	Compétences visées	Démarche
<p style="text-align: center;">Débats en classe (Analyse et Synthèse)</p>	<p>Activités de l'entreprise d'accueil</p>	<p>Le débat rend l'étudiant actif au sens propre du terme et lui permet, grâce à l'interaction, de participer à la construction de son propre savoir. Il s'agit d'un temps collectif pour favoriser les interactions.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Confronter les différentes représentations (dans une logique de socioconstructivisme) • Echanges ; • Motivation ; • Compétences langagières ; • Réfléchir et rebondir ; • Confronter ses idées avec celles des autres et rechercher des arguments ; • Approfondir la pensée et se forger une opinion 	<p>Organisation du débat par l'enseignant qui prend le rôle d'accompagnateur pour déléguer ensuite aux étudiants le rôle d'animateurs</p>
	<p>Marché</p>			
	<p>Métier(s)</p>			
<p style="text-align: center;">Production d'articles et de supports utiles</p>	<p>Article de presse</p>	<ul style="list-style-type: none"> • S'approprier la structure d'un article de presse pour parler de la visite effectuée (journal de l'établissement, magazine spécialisé, ...) • Garder trace, revenir à la demande aux détails de la visite; • Archiver le livrable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exploiter l'information ; • Exercer son jugement critique ; • Mettre en œuvre sa pensée créatrice ; • Communiquer de façon appropriée ; • Coopérer avec les pairs. 	<p style="text-align: center;">Travail collaboratif</p>

Guide pédagogique pour les visites professionnelles
Edition 2019

Exploitation pédagogique	Activités	Objectifs	Compétences visées	Démarche
	Article pour site internet	Utiliser plusieurs appuis pour rendre compte de la visite (photos, schémas, graphiques, informations chiffrées, dessins...)	<ul style="list-style-type: none"> • Exploiter les technologies de l'information et de la communication ; • Communiquer autour de la visite : site de l'établissement, site de l'entreprise, centre 4C, totem vidéo player de l'établissement. 	Travail collaboratif
	Portfolio de classe	<ul style="list-style-type: none"> • Élément de continuité éducative suite à la visite effectuée. • Évaluer le processus d'apprentissage suite à la visite effectuée. 	<ul style="list-style-type: none"> • Assembler les comptes rendus effectués sous divers formats ; • Constituer un récit d'expérience collectif. 	Travail collaboratif

A la fin, l'enseignant doit évaluer la visite au regard des objectifs préalablement fixés (éléments de conformité et dysfonctionnements) afin d'envisager les améliorations possibles qu'il devrait apporter pour les visites ultérieures.



L'enseignant peut recenser auprès des étudiants leurs impressions (feedback d'étonnement) quant à la visite effectuée à travers un ensemble d'éléments :

- Leurs représentations de l'entreprise avant et après la visite ;
- Ce qui les a intéressés ou surpris ;
- Se voient-ils travailler dans ce type d'entreprise (privée vs publique, industrielle vs commerciale,...).

Enfin, et par courtoisie, l'équipe pédagogique ou la direction de l'établissement universitaire devrait rédiger un courrier de remerciements et l'envoyer à l'entreprise d'accueil.

DOCUMENTATION ASSOCIÉE

PHASE 1 : PRÉPARATION EN AMONT DE LA VISITE PROFESSIONNELLE



MATRICE DE CORRESPONDANCE VISITE PROFESSIONNELLE-FORMATION	Document P01
---	-------------------------

Mention	
Parcours	
Niveau L1/L2/L3	
Semestre(s)	
Unités d'enseignement couvertes par la visite (intitulé et code)	
ECUE couverts par la visite (intitulé et code)	

Cocher les cellules de correspondance entre les parties de l'Elément Constitutif de l'Unité d'Enseignement (matière enseignée) et les savoirs, savoir-faire et savoir-être visés par le projet de la visite professionnelle.

	Parties de l'ECUE couvertes par la visite				
	Compétences Spécifiques				
Savoirs					
Savoir- faire					
Savoir- être					

N.B. Les compétences spécifiques sont celles relatives à l'Elément Constitutif de l'Unité d'Enseignement. Elles peuvent être extraites du plan d'études du domaine concerné.

**SOURCES D'INFORMATIONS POUR CHERCHER
UNE ENTREPRISE D'ACCUEIL**

**Document
P02**

Sources au niveau de l'ISET	
Directions des études et des stages au niveau des ISETs	
Unités ou commissions des PFEs et des stages au niveau des ISETs	
La base de données des anciens projets et stages effectués	
Les directeurs des départements	
Les réseaux professionnels des enseignants	
Les contacts des étudiants	
Les anciens étudiants embauchés	
Sources au niveau régional	
Les chambres du commerce et de l'industrie à l'échelle régionale	Les centres d'affaires régionaux
Les structures régionales d'appui	Les commissariats généraux au développement régional
Les groupements interprofessionnels	Les centres techniques
Sources au niveau national	
Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation http://www.tunisieindustrie.nat.tn/fr/	Centre de Promotion des Exportations de la Tunisie http://www.cepex.nat.tn
Annuaire des entreprises de services http://www.tunisieindustrie.nat.tn/fr/dbs.asp	Les chambres mixtes de commerce et de l'industrie
Annuaire des entreprises industrielles http://www.tunisieindustrie.nat.tn/fr/dbi.asp	Portail de l'Administration Tunisienne
Union Tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat http://www.utica.org.tn/Fr/	Confédération des Entreprises Citoyennes de Tunisie www.conect.org.tn/
Sources institutionnelles	
Annuaire des entreprises tn.kompass.com tn.kompass.com	Banque de Financement des Petites et Moyennes Entreprises
Annuaire des entreprises http://www.tunisieindex.com/entreprises/	Les pages jaunes des entreprises http://www.pagesjaunes.com.tn/
Sources associatives	
Réseau entreprendre Tunisie www.reseau-entreprendre.org/tunisie/	Le Centre des Jeunes Dirigeants d'Entreprises de Tunisie http://jamaity.org/association/le-centre-des-jeunes-dirigeants-dentreprises-de-tunisie/
Le club des exportateurs de Tunisie clubexportunisie.centerblog.net/	Association des responsables de formation et de gestion humaine dans les entreprises http://www.arforghe.org.tn/Fr/

**GUIDE DE L'ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE
AVEC L'ENTREPRISE D'ACCUEIL**

**Document
P03**

Présentation et contexte

.....
.....
.....
.....
.....

Principaux objectifs et résultats attendus

.....
.....
.....
.....
.....

Contenu de la visite (principales actions à réaliser)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Public cible (licence/master, niveau, parcours, nombre...)

.....
.....
.....
.....

Modalités de la visite (date, durée, horaires, personnes ressources ...)

.....
.....
.....
.....
.....

Services /processus de l'entreprise d'accueil impliqués dans la visite

.....
.....
.....
.....
.....

**EMAIL DE DEMANDE DE VISITE
ADRESSÉ A L'ENTREPRISE D'ACCUEIL**

**Document
P04**

Institution universitaire

Adresse

Code Postal - Ville

Téléphone

E-mail

Entreprise ou organisme d'accueil

Adresse

Code Postal - Ville

A <...>, le <...>

Objet : Demande de visite d'un organisme / d'une entreprise par des étudiants.

Madame /Monsieur *[personne contact au niveau de l'entreprise d'accueil]*,

Nous sommes *[indiquer les noms des personnes responsables pédagogiques de la visite]* de *[indiquer le nom de l'établissement universitaire et le département concerné]*. Dans le cadre de l'ouverture de notre établissement universitaire sur le monde professionnel, et dans un objectif de professionnalisation de la formation de nos étudiants, nous souhaiterions leur faire visiter votre honorable entreprise.

Nous aimerions, au travers de cette visite, faire découvrir à ces étudiants *[indiquer la spécialité et le nombre]* l'envers du décor d'un organisme / d'une entreprise tel(le) que le / la vôtre, ses activités et même identifier des opportunités professionnelles pour ces jeunes (projets tutorés, stages, projets de fin d'études...).

Dans ce cadre d'idées, nous vous proposons le projet de visite suivant :

- *[préciser les objectifs et effets attendus de la visite]* ;
- *[préciser le contenu de la visite]* ;
- *[préciser les modalités de la visite : date, horaires, durée]* ;
- ...

Dans l'espoir d'une réponse favorable de votre part, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de notre haute considération.

Les responsables pédagogiques *[indiquer les noms]*

DEMANDE D'AUTORISATION DE SORTIE
(Après de la Direction de l'ISSET)

**Document
P05**

Nom et prénom du responsable pédagogique de la visite	
Groupe(s) concerné(s)	
Nombre d'étudiants	
Raison sociale et adresse de l'entreprise d'accueil	
Nom et prénom de la personne contact dans l'entreprise d'accueil	
Date de la visite	
Heure de départ	
Heure de retour	

ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE :

-
-

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

-
-

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE DE LA VISITE :

-
-

MOYEN DE DEPLACEMENT :

BUDGET PRÉVISIONNEL :

Autorisation du Directeur de l'ISSET :

- Visite autorisée
- Visite refusée Motif : _____

Le __ / __ / __

Signature :

Responsable de la visite

Signature :

PRÉPARATION DE LA VISITE AVEC LES ÉTUDIANTS

Document
P06

Le présent document vise à sensibiliser les étudiants à la visite qu'ils réaliseront ultérieurement concernant des questionnements clés :

CONCERNANT L'ORGANISME D'ACCUEIL

- Secteur d'activité ;
- Produits et/ou services proposés ;
- Effectif ;
- Type de clientèle ;
- Appartenance à un groupe ;
- Historique ;
- Organisation ;
- Chiffres d'affaires ;
- Etc.

DETAILS DE LA VISITE

Le programme ci-dessous est à remettre aux étudiants pour énoncer la visite professionnelle d'une manière détaillée :

Nom de l'établissement universitaire :

Nom du professeur référent :

Nom de la structure accueillante :

⇒ Adresse :

⇒ Téléphone :

PROGRAMME DE LA VISITE (A TITRE D'EXEMPLE)

8h30 : Rendez-vous dans l'établissement universitaire

8h45 : Départ en car pour _____

10h00 : Accueil et découverte des lieux

10h00 - 10h30 : Présentation de l'historique de l'entreprise et de ses activités

10h30 - 11h30 : Visite du site de production

11h30 - 12h00 : Questions-réponses avec le personnel (entretien et/questionnaire)

13h00 : Retour dans l'établissement

CONSIGNES A RESPECTER :

- Tenue correcte ;
- Téléphone portable éteint ;
- Respect du transport en car ;
- Respect des professionnels sur leur lieu de travail ;
- Respect du matériel et des locaux ;
- Ecoute active et profonde des intervenants ;
- Prise de notes structurée en vue de l'exploitation pédagogique de la visite (éventuellement le questionnaire préparé préalablement à la visite).

PHASE 2 : DÉROULEMENT DE LA VISITE PROFESSIONNELLE



SUPPORT DE COLLECTE D'INFORMATIONS	Document D01
ACTIVITÉ GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE	

Entreprise :

Coordonnées :

Date de création :

Thèmes à aborder	Questions possibles	Réponses
Mission principale	<ul style="list-style-type: none"> - Quel est le secteur d'activité de l'entreprise ? - Quelle est sa principale mission ? - Comment l'entreprise est-elle organisée ? 	
Statut de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> - L'entreprise est-elle privée ou publique ? - Quel est son statut ? 	
Principaux produits ou services	Quels sont les produits (ou services) que vous fabriquez et commercialisez?	
Partenaires : <ul style="list-style-type: none"> • Partenaires internes • Partenaires externes 	<ul style="list-style-type: none"> - Quels sont les principaux acteurs dans l'entreprise (dirigeants, personnel, propriétaire(s)...) ? - Quels sont vos partenaires externes (fournisseurs, clients,...) ? - Importez-vous les matières premières ? - Travaillez-vous à l'exportation ? Vers quels pays ? - Comment vos partenaires sont-ils choisis, sélectionnés, prospectés,... ? 	
Positionnement sur le marché	Quelle est votre position concurrentielle sur le marché (niveau régional, national, mondial) ?	
Certification	<ul style="list-style-type: none"> - Etes-vous certifiés en qualité/ Environnement/Sécurité/Hygiène? - Quelle(s) norme(s) ? 	
Types de flux	<ul style="list-style-type: none"> - Les travaux sont-ils décrits par des procédures ? - Quels sont les documents associés à ces procédures ? 	
Perspectives de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> - Comptez-vous étendre vos activités (extension, partenariat) ? - Y-a-t-il un projet de partenariat avec une autre entreprise ? Laquelle ? 	

ACTIVITÉ D'APPROVISIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Thèmes à aborder	Questions possibles	Réponses
Mission principale	<ul style="list-style-type: none"> - Quelle est la place de l'approvisionnement dans l'entreprise ? - Quels sont les biens que vous achetez ? - Quelle est la démarche d'achat que vous suivez ? 	
Partenaires <ul style="list-style-type: none"> • Partenaires internes • Partenaires externes 	<ul style="list-style-type: none"> - Quelles relations le service d'approvisionnement entretient-il avec les autres services (production, vente, logistique,...) ? - Quels sont les différentes tâches effectuées dans ce service ? - Quelle formation exigée pour ce poste ? - Comment choisissez-vous vos fournisseurs ? - Quelles sont les modalités de règlement de vos achats ? - Quels sont les délais de paiement ? - Achetez-vous de l'étranger ? - Quel(s) Incoterm(s) utilisez-vous pour vos importations ? - Au près de quels pays achetez-vous ? - Quelles techniques de paiement utilisez-vous ? 	
Type de flux	<ul style="list-style-type: none"> - Pourriez-vous nous décrire l'ensemble du processus d'approvisionnement ? - Quelle est la méthode de réapprovisionnement que vous utilisez ? - Quels sont les éléments qui entrent dans le calcul du coût d'acquisition d'un produit ? - Existe-t-il des procédures écrites du processus d'approvisionnement ? - Quels sont les documents que vous utilisez ? 	
Enjeux de gestion	<ul style="list-style-type: none"> - Quelles sont les principales difficultés (contraintes) auxquelles vous faites face dans le service d'approvisionnement ? - De quelles informations avez-vous besoin ? - Quels contrôles mettez-vous en place pour vos achats ? - Disposez-vous d'une démarche qualité (produit, délai,...) dans l'activité d'approvisionnement ? 	

ACTIVITÉ DE PRODUCTION DE L'ENTREPRISE

Thèmes à aborder	Questions possibles	Réponses
Mission principale	<ul style="list-style-type: none"> - En quoi consiste votre activité de production ? - Donnez- nous quelques exemples de vos produits. - Comment la qualifierez-vous (Production en série, par lots, à l'unité, par projets...) ? 	
Partenaires <ul style="list-style-type: none"> • Partenaires internes • Partenaires externes 	<ul style="list-style-type: none"> - Quels sont vos moyens de production ? - De combien de personnes disposez-vous au service production ? - Comment et quand travaillent-ils (journée, équipe de jour, de nuit..., durée jour, semaine, mois) ? - Quel niveau de qualification exigez-vous pour le personnel de production ? - Bénéficient-ils d'une formation sur la tas ? - Quels sont les autres services en liaison avec la production et comment sont-ils concernés ? - Quelles relations la production entretient-elle avec le service approvisionnement ? - Quelles relations la production entretient-elle avec le service commercial ? - Avec quels partenaires extérieurs le service de production est-il en relation et pour quelles raisons ? Comment ont-ils été choisis ? 	
Type de flux	<ul style="list-style-type: none"> - Pourriez-vous nous décrire l'ensemble du schéma de production ? - Parmi les matières premières, quelles sont celles qui font l'objet d'un suivi en stock ? - Quelle est la méthode de réapprovisionnement que vous utilisez ? - Comment s'effectuent les sorties de stocks (FIFO, LIFO,...) ? - Quels sont les éléments qui entrent dans le calcul du coût d'un produit pour pouvoir établir son prix ? - Existe-t-il des procédures écrites du processus productif ? - Quels sont les documents que vous utilisez dans le processus de production ? 	

Enjeux de gestion	<ul style="list-style-type: none">- Quelles sont les principales difficultés auxquelles vous faites face dans le service de production ?- De quelles informations avez-vous besoin ?- Comment sont-elles collectées et qui les met en œuvre ?- Quels contrôles mettez-vous en place pour le suivi de la production ?- Disposez-vous d'une démarche qualité (produit, délai, prix...) ?	
--------------------------	--	--

ACTIVITÉ COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

Thèmes à aborder	Questions possibles	Réponses
Mission principale	<ul style="list-style-type: none"> - Où commercialisez-vous vos produits/services ? - Quels sont vos marchés ? - Quels sont les moyens d'actions sur le marché que vous utilisez ? - Quelle est votre part de marché (national, international) ? - Quels sont vos objectifs commerciaux (quantitatifs et qualitatifs) ? 	
Partenaires : <ul style="list-style-type: none"> • Partenaires internes • Partenaires externes (clients) 	<ul style="list-style-type: none"> - Quelles relations le service commercial entretient-il avec les autres services de l'entreprise (approvisionnement, production, comptabilité, ...) ? - Quelles sont les tâches à effectuer dans ce service ? - Quelle formation (diplôme) est exigée ? - Quelle est votre cible sur le marché national (et/ou international) ? - Comment prospectez-vous vos clients? - Quelles sont vos conditions de vente (délais de règlement, mode de paiement)? - Quels sont les moyens de communication que vous utilisez ? - Quels supports de publicité utilisez-vous ? 	
Type de flux	<ul style="list-style-type: none"> - Pourriez-vous nous décrire le flux des informations dans le service commercial? - Existe-il des procédures écrites au niveau du service commercial ? - Quels sont les documents que vous utilisez ? 	
Enjeux de gestion	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisez-vous des enquêtes de satisfaction de la clientèle ? A quelle fréquence ? - Avez-vous une veille concurrentielle ? - Comment fixez-vous vos prix de vente ? - Quelles sont les principales difficultés (contraintes) auxquelles vous faites face? - De quelles informations avez-vous besoin pour accepter les commandes des clients ? 	

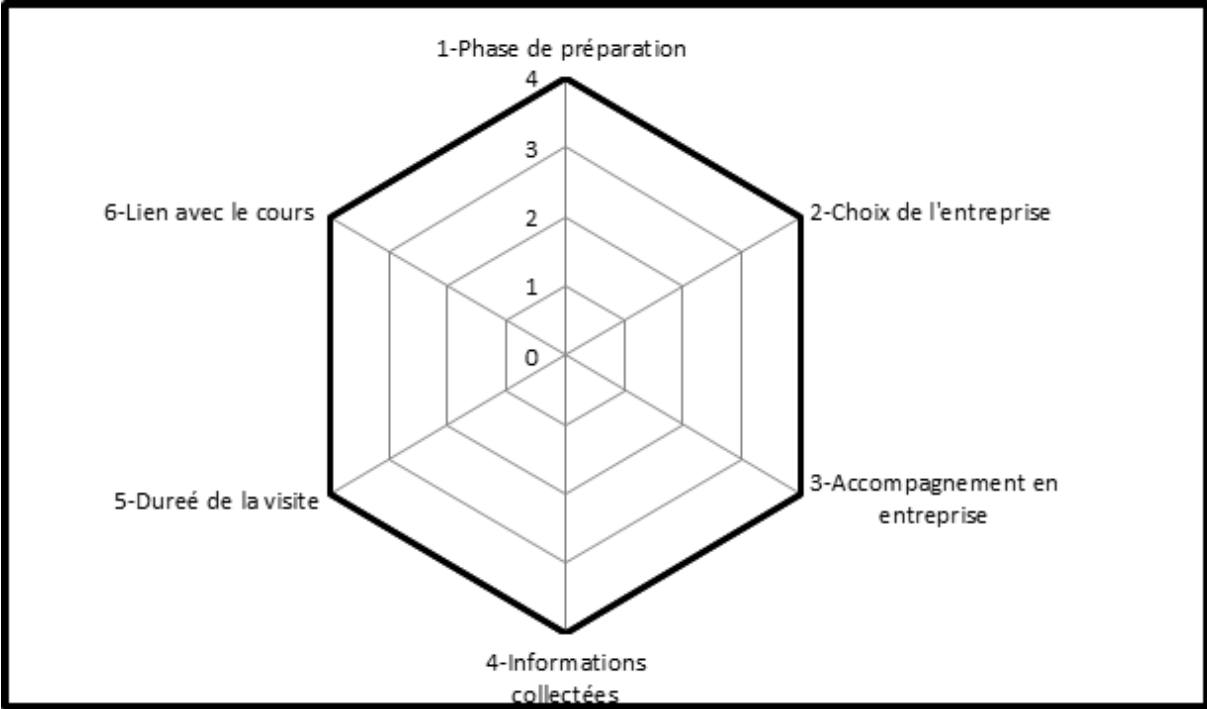
FICHE DE DESCRIPTION D'UN MÉTIER	Document D02
---	-------------------------

DESCRIPTION DU METIER	
Intitulé du métier	
Niveau ou diplôme	
Description (Domaine d'intervention, service et objectif, responsabilités, principales tâches réalisées...)	
EXIGENCES DU METIER	
Compétences requises	
Conditions particulières (lieu d'exercice, aspect physique, environnement,...)	
Conditions d'exercice (Tenue vestimentaire, protections, horaires de travail,...)	
PARCOURS PROFESSIONNEL	
Formation initiale	
Formation continue dans l'entreprise	
Evolution (postes, position dans la hiérarchie, lieu géographique,...)	
COMMENTAIRES	
Aspects positifs	
Difficultés rencontrées	

FICHE D'ÉVALUATION DU DÉROULEMENT DE LA VISITE	Document D03
---	-------------------------

Indiquez sur le graphique suivant pour chacun des 6 axes cités votre degré de satisfaction :

4 : Très satisfait	3 : Plutôt satisfait	2 : Plutôt insatisfait	1 : Très insatisfait
---------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------



Vos remarques et suggestions :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PHASE 3 : EXPLOITATION PÉDAGOGIQUE DE LA VISITE PROFESSIONNELLE



EXPOSÉ ORAL SUR LA VISITE RÉALISÉE

Document
E01

Suite à la visite professionnelle effectuée, les étudiants peuvent être appelés à présenter des exposés oraux dont l'objectif est de faire une restitution structurée suite à l'observation et la collecte de données sur des situations et auprès des personnes rencontrées. Ce travail s'effectue par groupe de 3 ou 4 étudiants.

LA DEMARCHE :

1. Créer un groupe ;
2. Choisir un thème d'exposé (la visite dans sa globalité, thème technique spécifique) ;
3. Effectuer une recherche documentaire complémentaire aux données collectées lors de la visite ;
4. Préparer l'exposé et ses supports de présentation ;
5. Présenter l'exposé devant la classe (durée : 10 à 15 minutes) ;
6. Remettre un dossier à l'enseignant.

LA METHODOLOGIE DE L'EXPOSE :




ETAPES	QUOI ?	COMMENT ?
Etape 1	Délimiter le thème de l'exposé (en relation avec le cours enseigné).	Il est important de cerner clairement le thème de l'exposé et de lister les questions qui lui sont rattachées.
Etape 2	Regrouper les informations collectées lors de la visite professionnelle.	Les prises de notes personnelles, les entretiens effectués, les questionnaires administrés, les supports informationnels collectés lors de la visite...
Etape 3	Enrichir avec une recherche documentaire complémentaire.	Collecter d'autres informations utiles à la présentation orale en sélectionnant les sources d'informations adéquates.

Etape 4	Préparer le contenu du document de synthèse	Le document de synthèse n'est pas un listing de toutes les informations récoltées, mais une sélection et une reformulation des informations concernant exclusivement le thème choisi. Il est nécessaire de structurer le travail : ✓ Elaborer un plan, ✓ Rédiger l'introduction, ✓ Construire le développement, ✓ Rédiger la conclusion.
Etape 5	Rendre compte à l'oral	1- Préparer l'intervention orale <ul style="list-style-type: none">▪ Délimiter la durée (10 à 15 mn),▪ Construire le plan de l'exposé,▪ S'entraîner. 2- Intervenir oralement <ul style="list-style-type: none">▪ Utiliser un vocabulaire professionnel,▪ Utiliser des moyens de communication (tableau, vidéo projecteur...).▪ Convaincre.

**GRILLE D'ÉVALUATION DE L'EXPOSÉ ORAL SUR
LA VISITE PROFESSIONNELLE RÉALISÉE**

**Document
E02**

Groupe :

				
CRITÈRES DE FOND	Plan de l'exposé oral structuré			
	Introduction (susitant l'intérêt)			
	Richesse des informations			
	Pertinence des informations			
	Conclusion			
	Liens avec le cours enseigné			
CRITÈRES DE FORME	Présentation sans notes en s'adressant aux auditeurs			
	Voix claire et audible			
	Vitesse de parole normale			
	Regard présent (capter l'attention des autres)			
	Utilisation de la gestuelle			
	Utilisation de l'espace			
	Gestion de stress			
	Alternance entre les membres du groupe			
	Explication des termes utilisés et réponse aux questions des autres			
	Utilisation d'outils de présentation			
	Qualité des supports utilisés			
	Respect du temps de l'exposé oral			
		APPRÉCIATION GÉNÉRALE DE L'EXPOSÉ :		

ANALYSE DES DIFFÉRENTES ACTIVITÉS DE L'ENTREPRISE

Document
E03

ACTIVITÉ GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE

Thèmes	Sources et supports éventuels des informations	Concepts exploitables
Mission principale Secteur d'activité de l'entreprise Organisation de l'entreprise	- Statuts (objet) - Plaquette de présentation - Organigramme de l'entreprise	- Statuts de l'entreprise (SARL, SA, société individuelle,...) - Les fonctions de l'entreprise
Principaux produits ou services	- Catalogue de l'entreprise - Interview - Internet	- Gammes et lignes des produits - Marques des produits
Partenaires • Internes : les acteurs • Externes : les types de partenaires	- Journaux - Revues	- Les différents acteurs au sein de l'entreprise (personnel, dirigeants, propriétaires) - Relation avec les pays étrangers (importation/exportation). - Relations avec les partenaires : Choix des fournisseurs, prospection des clients.
Positionnement sur le marché	- Interview - Internet	- Positionnement de l'entreprise par rapport à ses concurrents. - Positionnement de sa (ou ses) marque(s) et ses produits.
Certification Système qualité, système intégré QHSE, normes.	- Catalogue entreprise - Certification	- Système qualité - Cartographie des processus de l'entreprise - Normes de qualité, environnement, sécurité, hygiène.
Type de flux Flux internes et externes Flux physiques et monétaires, Flux d'information	Circuits des documents	- Documents de gestion et documents comptables - Schéma simplifié du système d'information
Perspectives de l'entreprise Extension, partenariat,...	Interview	- Les formes d'extension - Les formes de partenariat

ANALYSE DE L'ACTIVITÉ D'APPROVISIONNEMENT

Thèmes	Sources et supports éventuels des informations	Concepts exploitables
Mission principale Définition de l'activité d'approvisionnement (biens et/ou services)	<ul style="list-style-type: none"> - Organigramme - Interview - Procédures 	<ul style="list-style-type: none"> - Les types d'achat - Organisation du service d'approvisionnement - La démarche d'achat
Partenaires <ul style="list-style-type: none"> • Partenaires internes : service d'approvisionnement ou des achats • Partenaires externes : fournisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Données et documents fournisseurs - Organigramme du service d'approvisionnement - Interview 	<ul style="list-style-type: none"> - Liaison avec les autres services en amont et en aval (logistique, production, vente,...) - Les métiers liés à l'achat. - Les types de fournisseurs (entreprises, centrales d'achat, fournisseurs étrangers,...) - Modalités de règlement des achats, délais de paiement. - Incoterm(s) utilisé(s) en cas d'importation. - Moyen de paiement (virement, chèque, effets de commerce) - Techniques de paiement des achats internationaux (crédit documentaire, remise documentaire)
Type de flux Flux d'information entrants et sortants. Flux physiques et monétaires.	<ul style="list-style-type: none"> - Documents commerciaux - Interview 	<ul style="list-style-type: none"> - Circulation des documents - Schéma des flux - Méthodes de réapprovisionnement - Documents comptables et de gestion - Suivi des achats - Coût d'acquisition
Enjeux de gestion Satisfaction des besoins de l'entreprise; Atteinte des objectifs en matière de gestion des achats	<ul style="list-style-type: none"> - Documents des stocks - Taux de ruptures de stock - Interview 	<ul style="list-style-type: none"> - Contraintes des stocks (coût, qualité, ...) - Démarche qualité lors des achats - Contrôle de la qualité

ANALYSE DE L'ACTIVITÉ DE PRODUCTION

Thèmes	Sources et supports éventuels des informations	Concepts exploitables
Mission principale Définition de l'activité de production (biens et/ou services)	- Plaquettes de présentation - Interview	Typologie des processus de fabrication (série, lots, unités, projets...)
Partenaires <ul style="list-style-type: none"> • Partenaires internes (sous-systèmes) découpage de l'entreprise en fonctions ou services • Partenaires externes : fournisseurs, sous-traitants 	- Documents de suivi de la production - Fiches de procédures - Organigramme du service de production - Descriptifs des postes de travail	- Distinction entre opérationnel et fonctionnel. - Les métiers liés à la production et leurs qualifications - Mode de travail, - Durée du travail - Relation entre le service de production et les services d'approvisionnement et commercial.
Type de flux Les flux physiques internes et leur valorisation	- Documents techniques - - Ordres de fabrication - Planning de production - Documents des stocks - Cours de Gestion de la production	- Schéma de processus - Etapes de calcul des coûts - Schéma et circuit d'informations associées - Stockage des produits finis - Principes de calcul du coût de fabrication.
Enjeux de gestion Gestion et contrôle des coûts, compétitivité par les coûts, la qualité, les délais. Respect des programmes de production	- Charte - Documents qualité - Suivi de la production - Cours de Comptabilité Analytique de Gestion	- Coûts de revient - Contrôle de qualité - Programmation, planification de la production.

ANALYSE DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

Thèmes	Sources et supports éventuels des informations	Concepts exploitables
Mission principale Définition et objectifs de vente de l'activité commerciale	<ul style="list-style-type: none"> - Interview - Documents commerciaux de l'entreprise - Internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Les canaux de distribution - Les moyens d'actions sur le marché : Promotion, publicité - Les objectifs de vente (quantitatifs, qualitatifs)
Partenaires <ul style="list-style-type: none"> • Partenaires internes • Partenaires externes : Clients 	<ul style="list-style-type: none"> - Documents commerciaux de l'entreprise - Organigramme du service commercial - Données clients - Interview 	<ul style="list-style-type: none"> - Liaison avec les services amont et aval (approvisionnement, production, comptabilité, Service après-vente) - Les métiers commerciaux - Les types de clients : prescripteurs, particuliers, entreprises,... - Conditions de vente : vente au comptant, à crédit, délai de paiement. - Supports de publicité.
Type de flux Flux d'information entrants et sortants. Flux physiques et monétaires.	<ul style="list-style-type: none"> - Documents commerciaux de l'entreprise - Interview 	<ul style="list-style-type: none"> - Supports de l'information (bon de commande, bon de livraison, facture,...) - Circulation des documents - Documents comptables et de gestion.
Enjeux de gestion Satisfaction des besoins de la clientèle Atteinte des objectifs commerciaux	<ul style="list-style-type: none"> - Enquête de satisfaction - Statistiques (taux de retours, résultats de l'enquête,...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Etudes de marché - Veille concurrentielle et stratégie de positionnement.

ANALYSE DU MARCHÉ DE L'ENTREPRISE

Document
E04

THEMES	SOUS-THEMES	CONCEPTS
Analyse globale du marché de l'entreprise	Identification du marché	<ul style="list-style-type: none"> • Marché des entreprises • Marché des particuliers • La grande consommation
	Evolution du marché	<ul style="list-style-type: none"> • Croissance • Ralentissement • Stagnation • Baisse
	Produits ou services concurrents	<ul style="list-style-type: none"> • Produits ou services directement concurrents • Produits ou services indirectement concurrents
	Principaux acteurs sur le marché	<ul style="list-style-type: none"> • Les concurrents • Les consommateurs • Les acheteurs • Les prescripteurs • Les producteurs • Les distributeurs
Analyse de la demande	Evolution de la demande	<ul style="list-style-type: none"> • Taille du marché (en valeur et en volume) • Quantités vendues • Evolution du nombre de consommateurs lors de ces dernières années (hausse, baisse)
	Comportement du consommateur	<ul style="list-style-type: none"> • La fréquence de leur consommation • Quand consomment-ils ? • Le degré de leur satisfaction
	Critères d'achat	Les critères de choix : prix, taille, qualité, canal de distribution,...
	Segmentation de la demande	Critères de segmentation : <ul style="list-style-type: none"> • Critères démographiques (âge, sexe, situation familiale,...) ; • Critères socio-économiques (profession, CSP, revenu) • Critères géographiques : lieu de résidence, lieu de travail,...
Analyse de l'offre	Evolution globale de l'offre	<ul style="list-style-type: none"> • Produits, entreprises et marques présents sur le marché ; • Leaders du marché.
	Caractéristiques de l'offre (concurrents directs et indirects)	<ul style="list-style-type: none"> • Qui sont-ils ? • Où sont-ils ? • Que proposent-ils ? • A quels prix ? • Comment communiquent-ils ?

Analyse de l'environnement	L'innovation	<ul style="list-style-type: none">• Evolutions technologiques ;• Leur fréquence ;• Leur impact sur le marché ;
	La réglementation en vigueur	<ul style="list-style-type: none">• Législation nationale et internationale ;• Rôle des pouvoirs publics ;• Rôle des organismes professionnels.
	Les groupes d'influence	Qui sont-ils ? Les organisations, les prescripteurs, les syndicats.

ANALYSE D'UN MÉTIER

Document
E05

Rubriques à remplir pour élaborer une fiche métier :

RUBRIQUES	INFORMATIONS A COMPLÉTER
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> • Définition globale du métier, • Liste précise des missions et tâches.
ACCÈS AU MÉTIER	<ul style="list-style-type: none"> • Niveau de formation, • Diplôme(s) le(s) plus adapté(s), • Années d'expériences requises, • Niveau de langues étrangères, • Utilisation de l'informatique.
COMPÉTENCES REQUISES	<ul style="list-style-type: none"> • Compétences techniques, • Compétences relationnelles, • Compétences intellectuelles, • Compétences de communication (par écrit et par oral), • Certifications.
PERSONNALITÉ	<ul style="list-style-type: none"> • Caractère, • Centres d'intérêts...
CONDITIONS DE TRAVAIL	<ul style="list-style-type: none"> • Horaires de travail, • Déplacements, • Lieu de travail (intérieur ou plein air), • Capacités physiques (rester assis ou debout plusieurs heures, parler...).
ÉCONOMIE	<ul style="list-style-type: none"> • Rémunération, • Evolution professionnelle, • Perspectives d'emploi.

LES RÈGLES D'ÉCRITURE ET DE PRÉSENTATION D'UN ARTICLE DE PRESSE

Document
E06

Le présent document présente quelques lignes directrices pour rédiger un article de presse suite à la visite professionnelle effectuée dans l'objectif de la valoriser. Cet article peut être publié au niveau du journal local de l'établissement universitaire ou au niveau de la presse nationale (version papier ou électronique).

L'article de presse obéit à des règles de présentation et d'écriture particulières (l'écriture journalistique). Sa présentation et sa rédaction permettent au lecteur :



Un accès facile à l'information : la mise en forme, l'habillage de l'article, l'écriture en colonne pour une lecture rapide

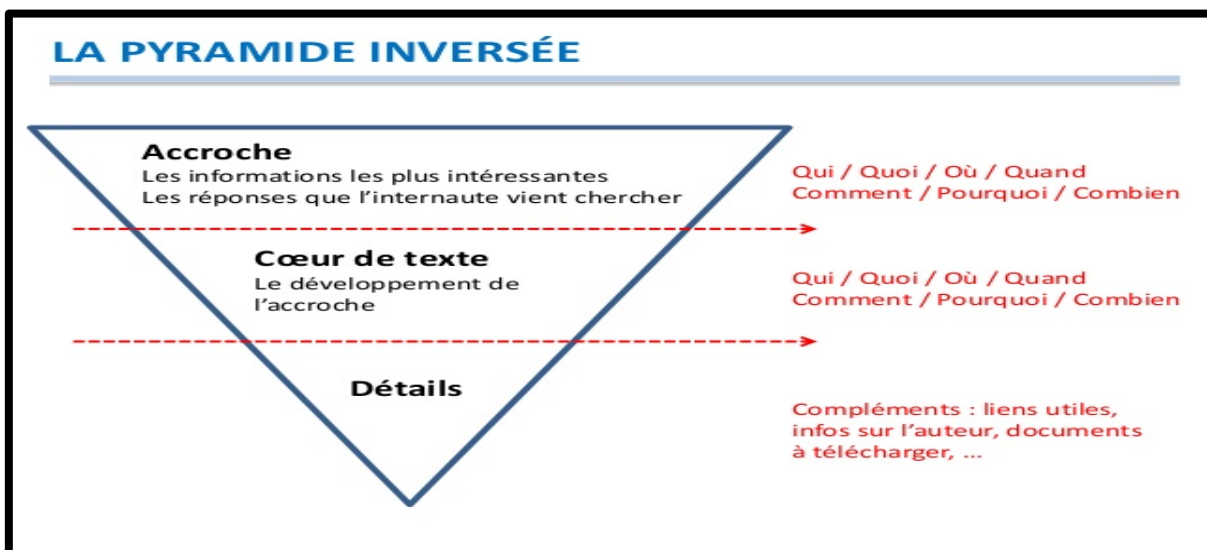


Une prise d'informations différemment selon son temps disponible ou son intérêt (lecture des titres, intertitres ou de l'article en entier)



Une manière simple et efficace pour répondre aux questions qu'il se pose

La présentation d'un article de presse obéit à la logique de la pyramide inversée comme le montre le schéma suivant :



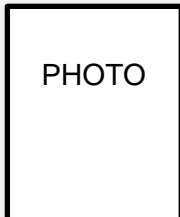
- L'article de presse (chronologique ou explicatif) répond aux questions QQQCP (QUI-QUOI-OÙ-QUAND-COMMENT-POURQUOI) ;
- Il comporte :
 - ✓ Un titre, un sous-titre,
 - ✓ Un chapeau (résumé de l'article en quelques lignes),
 - ✓ Le corps de l'article,
 - ✓ Une attaque (une introduction courte, concise), souvent le «Qui-Quoi-Quand»,
 - ✓ Un développement souvent découpé en sous-parties par des intertitres (mise en valeur d'une idée, reliée à un sujet) et une chute : conclusion, interrogation ou note d'humour.

LES RÈGLES D'ÉCRITURE ET DE PRÉSENTATION D'UN ARTICLE À DIFFUSER SUR INTERNET

Document
E07

Dans le cadre de l'exploitation pédagogique et dans l'objectif de la valoriser, les étudiants peuvent rédiger un article qu'ils peuvent diffuser ensuite sur des différents sites : site de l'établissement universitaire, site de l'entreprise d'accueil, site du ministère...

Le présent guide a pour objectif de les accompagner dans l'écriture d'un article selon les règles du web :



TITRE

Chapeau : phrase qui résume l'essentiel de l'article

L'article doit comporter les éléments suivants :

- Qui a réalisé la visite professionnelle (enseignant et étudiants) ?
- L'institution universitaire ?
- Date/durée ?
- Quelles sont les circonstances de la visite ?
- Entreprise ou organisme d'accueil (nom, lieu, secteur d'activité) ?
- L'intérêt de la visite ?
- Quels éléments retenir de la visite ?
- Conclusion sur le déroulement général et les circonstances ?

CONCLUSION

Dans un cadre d'ouverture de l'ISET sur son environnement socio-économique et institutionnel, la visite professionnelle d'entreprise constitue une opportunité pour les étudiants de faire des liens entre les éléments du programme étudiés de manière théorique et la pratique. C'est aussi une occasion pour l'entreprise d'accueil d'ouvrir ses portes, dans le cadre d'une visite guidée, afin d'amorcer des synergies avec de nouveaux acteurs (enseignants, établissement universitaire et son réseau, étudiants...).

Ce guide a donc été conçu dans l'objectif de mettre à la disposition des enseignants et des équipes pédagogiques des établissements universitaires des pistes et des suggestions pour mener à bien ces visites professionnelles qui font partie intégrante du ruban pédagogique de chaque module.

Les visites professionnelles présentent plusieurs avantages tels que : l'apprentissage par la stimulation visuelle et auditive, la participation active des étudiants, l'observation suivie d'un travail d'analyse, ... Toutefois, elles ne sont pas exemptes d'inconvénients qui peuvent inhiber la motivation des enseignants. En effet, elles exigent une minutieuse planification, engendrent un coût pour l'établissement universitaire, dérangent les travailleurs de l'entreprise visitée et provoquent parfois un manque d'intérêt chez les étudiants notamment dans le cas d'un choix d'entreprise inapproprié.

En conclusion, les ingrédients d'une visite réussie sont : une bonne préparation en amont, une excellente exploitation et une forte implication des étudiants notamment lors des phases de déroulement et d'exploitation pédagogique.

WEBOGRAPHIE

- [1] https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1991_num_87_1_2284
- [2] <http://ww2.ac-poitiers.fr/ecole-entreprise/spip.php?article60>
- [3] <https://www.modele-lettre.com/lettre-11636/lettre-de-demande-de-visite-d-entreprise-pour-etudiants.html>
- [4] <http://ecole-entreprise.ac-clermont.fr/pages-ressources/19-pages-ressources/176-preparer-une-visite-d-entreprise>
- [5] <https://wesavoirfaire.com/magazine/10-conseils-pour-bien-preparer-sa-visite-d-entreprise-dans-le-cadre-scolaire/6909/>
- [6] https://www.entreprises.gouv.fr/files/guide_visite_entreprise_ccifrance.pdf
https://www.entreprises.gouv.fr/files/guide_visite_entreprise_ccifrance.pdf