

BANDEAU CORRECTION PROJET PROFESSIONNEL de l'ETUDIANT

NIVEAU	LE BILAN	LE MARCHE	LES ACTIONS	NOTES
1-2	L'étudiant ne rentre pas dans la démarche, voire la refuse.	Le projet professionnel ne constitue pas la préoccupation première de l'étudiant.	L'étudiant est dénué de stratégie parce que sans but précis quand à son projet professionnel.	
2-3	L'étudiant tente de rentrer dans une réelle démarche de « réflexion sur soi » sans faire évoluer son système de représentations.	Sa vision et ses idées sont faites de rêves sans référence aucune au champ des possibles.	L'étudiant tente de matérialiser du contenu à ses moyens d'action et se donne un but.	
3-4	L'étudiant tente de rentrer dans une réelle démarche de « réflexion sur soi » sans pour autant améliorer ses façons d'agir.	Le projet de l'étudiant est descriptif, réaliste, réalisable et tourné vers le passé sans lien avec l'entreprise visée et selon une identification trop conceptuel des besoins du marché.	L'étudiant se présente sur la base d'un recensement de ce qu'il a fait hier sans forcément se centrer sur la demande des recruteurs et selon une(des) stratégie(s) réfléchi(e)s au préalable.	
4-5	L'étudiant rentre dans une réelle démarche de « réflexion sur soi » pour poser un regard lucide sur son propre fonctionnement.	Le projet de l'étudiant est descriptif, réaliste, réalisable et tourné vers le passé en lien avec l'entreprise visée et selon une identification assez précise des besoins du marché.	L'étudiant se présente sur la base d'un recensement de ce qu'il a fait hier en se centrant sur la demande des recruteurs et selon une(des) stratégie(s) appropriée(s), réfléchi(e)s au préalable.	10,5
5-6	L'étudiant théorise son expérience et identifie les freins et les moteurs de son propre fonctionnement pour faire ressortir son potentiel de compétences. Il analyse ce qu'il fait et les raisons de continuer ou de changer.	Le projet de l'étudiant est démonstratif, réaliste, réalisable et orienté vers l'avenir sans forcément de liens avec l'entreprise visée mais selon un regard lucide sur l'environnement professionnel approché.	L'étudiant se vend sur la base d'une compréhension des besoins des recruteurs et à partir de stratégie(s) opératoire(s) qui s'appuie (nt) sur la maîtrise d'outils de communication pertinents.	
6-7	L'étudiant démontre qu'il est « unique en son genre » en théorisant sa pratique (transforme des situations problématiques en réponses professionnelles méthodiques ; analyse ses façons d'agir pour mieux gérer et développer ses ressources personnelles et professionnelles).	Le projet de l'étudiant est démonstratif, réaliste, réalisable et orienté vers l'avenir en lien avec l'entreprise visée, selon un regard précis et lucide sur l'environnement professionnel approché.	L'étudiant se vend sur la base d'une compréhension des besoins des recruteurs et démontre en quoi il peut y répondre, à partir de stratégie(s) opératoire(s) innovante(s), qui s'appuie (nt) sur la maîtrise d'outils de communication innovants.	

Fabien CAMPORELLI 14/1/y 17:16

Commentaire [1]: Les outils lilagora et PEC à disposition des étudiants ne sont pas utilisés.

Fabien CAMPORELLI 14/1/y 17:22

Commentaire [2]: Les outils lilagora et PEC sont utilisés par les étudiants sans pouvoir s'en décentrer.

Fabien CAMPORELLI 14/1/y 17:22

Commentaire [3]: Les outils lilagora et PEC sont utilisés de manière contingente, structurée et finalisée.