Rubrique : Étude de cas – Les entreprises AgroBoréal

|  | Compétence  (100) | En voie d’apprentissage  (80) | En difficulté  (60) | Incapacité  (0) |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Analyse FFOM  (25 %) | Fait une analyse FFOM en se basant sur les informations importantes et essentielles et justifie la logique de ses propos. | Commet des erreurs qui n’affectent pas la qualité de l’information présentée. | Commet des erreurs qui affectent la qualité de l’information présentée. | Fait une analyse FFOM qui contient trop d’erreurs ou des propos qui ne sont pas pertinents. |
| Analyse sommaire du marché  (15 %) | Procède à une analyse sommaire du marché qui explique les éléments suivants :   * Type de marché; * Clients actuels et potentiels; * Cible principale. | Commet des erreurs qui n’affectent pas la qualité de l’information présentée. | Commet des erreurs qui affectent la qualité de l’information présentée. | Ne procède pas à une analyse sommaire du marché.  OU  Procède à une analyse du marché qui n’est pas pertinente. |
| Stratégies innovantes – produit ou service  (10 %) | Élabore une (1) stratégie innovante en lien avec le produit ou le service offert et justifie comment elle pourrait être efficace et comment elle adhère à la mission de l’entreprise. | Commet des erreurs qui n’affectent pas la qualité de l’information présentée. | Commet des erreurs qui affectent la qualité de l’information présentée. | N’élabore pas de stratégie innovante en lien avec le produit ou le service offert.  OU  Élabore une stratégie en lien avec le produit ou service offert qui n’est pas pertinente. |
| Stratégie innovante – prix du produit ou service  (10 %) | Élabore une (1) stratégie innovante en lien avec le prix des produits ou du service offert et justifie comment elle pourrait être efficace et comment elle adhère à la mission de l’entreprise. | Commet des erreurs qui n’affectent pas la qualité de l’information présentée. | Commet des erreurs qui affectent la qualité de l’information présentée. | N’élabore pas de stratégie innovante en lien avec le prix des produits ou du service offert.  OU  Élabore une stratégie en lien avec le prix des produits ou du service offert qui n’est pas pertinente. |
| Stratégie actuelle - promotion et communication  (10 %) | Détermine la stratégie actuelle de promotion et de communication privilégiée. | Commet des erreurs qui n’affectent pas la qualité de l’information présentée. | Commet des erreurs qui affectent la qualité de l’information présentée. | Ne détermine pas la stratégie actuelle de promotion et de communication privilégiée.  OU  Détermine une stratégie qui n’est pas pertinente. |
| Stratégie innovante – promotion et communication  (10 %) | Suggère une (1) autre stratégie innovante en lien avec la promotion ou la communication et justifie comment elle pourrait être efficace et comment elle adhère à la mission de l’entreprise. | Commet des erreurs qui n’affectent pas la qualité de l’information présentée. | Commet des erreurs qui affectent la qualité de l’information présentée. | Ne suggère pas une (1) stratégie innovante en lien avec la promotion ou la communication.  OU Suggère une stratégie en lien avec la promotion ou la communication qui n’est pas pertinente. |
| Stratégie pour encourager le personnel  (10 %) | Suggère une (1) stratégie innovante à adopter pour encourager le personnel à mousser les ventes ou le service à la clientèle et justifie comment elle pourrait être efficace et comment elle adhère à la mission de l’entreprise. | Commet des erreurs qui n’affectent pas la qualité de l’information présentée. | Commet des erreurs qui affectent la qualité de l’information présentée. | Ne suggère pas une (1) stratégie innovante à adopter pour encourager le personnel à mousser les ventes ou le service à la clientèle.  OU Suggère une stratégie à adopter pour encourager le personnel à mousser les ventes ou le service à la clientèle qui n’est pas pertinente. |
| Citation des sources  (10 %) | Cite toutes les sources consultées pour effectuer le travail et s’assure qu’elles proviennent d’éléments fiables, valides et pertinents et qu’elles sont repérables. | Cite les sources consultées pour effectuer le travail, et s’assure qu’elles proviennent majoritairement d’éléments fiables, valides et pertinents et qu’elles sont repérables. | Cite les sources consultées pour effectuer le travail, mais il est difficile de conclure qu’elles proviennent d’éléments fiables, valides et pertinents. | Ne cite pas les sources consultées pour effectuer le travail.    OU  Cite des sources qui ne sont pas pertinentes. |