



Formation Ingénieur CESI Généraliste par voie de l'apprentissage

Auteur : Marion Collaro
Email : mcollaro@cesi.fr
Établissement(s) : CESI.
Coauteur : Isabelle Caradot

Formation Ingénieur CESI Généraliste par voie de l'apprentissage

À propos de la formation

Public visé :

Apprentis du cycle ingénieur

Modalités pédagogiques : Présentiel,

Durée : 1800 h

Suivi et évaluation :

Contrôle de connaissances "continus" (QCM, QCU, problèmes)
Rapports
Soutenances
Projets avec production de maquettes ou de prototypes
Suivi individuel

Format : Formation longue diplômante

Objectifs pédagogiques :

Acquérir les compétences de l'ingénieur Cesi :

1. Analyser un problème et trouver des solutions
2. Agir avec un esprit d'entreprise et un comportement professionnel
3. Manager les ressources
4. Innover et entreprendre
5. Mettre en œuvre des solutions scientifiques et technologiques au sein de l'organisation

Formation initiale : Oui

Type de licence : Paternité - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification

Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement :

Pédagogie active par projets

INNOVENT-E

FabLab
Laboratoires de recherche
Experts métiers

Méthodes d'apprentissage :

Alternance
Pédagogies actives

Lieu :

France (25 centres sur tout le territoire)

Pré-requis :

BAC+2 scientifique ou technique ou avoir suivi le Cycle Préparatoire Intégré CESI (CPI) accessible aux BAC S et STI2D / Être âgé(e) de moins de 26 ans (sauf cas prévus par la loi)

Programme :

Sciences et méthodes de l'ingénieur
Sciences et techniques de la spécialité
Sciences Humaines, Économiques, Juridiques et Sociales
Projets
Options en fin de cycle
<http://ecole-ingenieurs.cesi.fr>

Région : France

Points forts :

Alternances et projets entreprise
Pédagogies actives
Individualisation des parcours
Experts métiers
Plusieurs options en dernière année dont une option Innovation

Certification : Référencé

Macrocompétences et habilités

1. Agir en créateur de valeur dans une entreprise élargie

1. Savoir identifier les sources de valeur internes et externes à l'entreprise.
 2. Ecouter activement son environnement et conduire une analyse prospective
 3. Travailler en transversal et en interdisciplinarité
 4. Identifier, mailler et exploiter un réseau
 5. Développer la culture de l'innovation dans l'entreprise
 6. Savoir positionner l'entreprise dans son environnement
 7. Proposer une stratégie de l'innovation intégrée à la stratégie de l'entreprise
-

2. Concevoir et mettre en œuvre une stratégie d'innovation

1. Identifier les attentes (direction et clients) pour élaborer sa stratégie d'innovation
 2. Analyser forces et faiblesses de l'activité pour identifier des axes d'innovation
 3. Analyser la position (économie et marché) de son activité pour orienter ses choix
 4. Traduire la stratégie en plans d'action à moyen ou court terme
 5. Concevoir organisation et budget permettant la mise en œuvre du plan d'action
 6. Décliner le plan d'action en objectifs concrets pour communiquer et faire adhérer
-

3. Développer des innovations en mode projet

1. Planifier un projet d'innovation

2. Utiliser les outils de suivi de projet
 3. Evaluer les résultats qualité, coûts, délais d'un projet
 4. Mettre en oeuvre les principes de l'agilité
 5. Manager les risques
 6. Assurer le cadrage juridique d'un projet
-

4. Développer ses aptitudes personnelles

5. Manager les connaissances

1. Identifier les compétences, savoir-faire, expertises clés de l'entreprise.
 2. Organiser, formaliser et capitaliser les retours d'expérience, des projets d'innovation
 3. Construire et animer une communauté de pratiques autour d'expertises
 4. Evaluer les savoirs créés
-

6. Manager les ressources technologiques

1. Elaborer une stratégie de Propriété Intellectuelle (PI).
 2. Faire de la veille technologique et prospective pour évaluer les menaces ou opportunités
 3. Faire un état de l'art
 4. Identifier et évaluer les technologies de l'entreprise
 5. Gérer l'évolution du portefeuille de technologies
 6. Définir et gérer des accords de partenariat technologique
 7. Optimiser la valeur créée par les technologies
 8. Valoriser les technologies en interne et en externe
-

7. Développer une stratégie d'ouverture et de partenariat avec les fournisseurs clés

1. Identifier les achats et partenaires stratégiques
 2. Définir la politique et les objectifs vis-à-vis de ces acteurs
 3. Définir les priorités et les axes d'action
 4. Organiser la veille d'opportunités achats et partenaires
 6. Impliquer les fournisseurs stratégiques dans les projets
 7. Formaliser les relations avec les fournisseurs et partenaires stratégiques
-

8. Développer à l'international

1. Prendre en compte la culture de la zone géographique visée
 2. Effectuer un diagnostic de l'entreprise face aux marchés internationaux
 3. Etudier un marché dans une zone géographique visée et identifier les besoins
 4. Déceler des opportunités de ventes, de partenariats, d'implantation,...
 5. Evaluer les risques par rapport au pays visé
 6. Répondre à des appels d'offre, y compris internationaux
 7. Créer, entretenir un réseau relationnel à l'international
 8. Définir les modalités d'internationalisation et les ressources nécessaires
 9. Mettre en place un réseau de commercialisation
 10. Définir l'organisation logistique
 11. Négocier les accords commerciaux en contexte international
 12. Orchestrer le financement des opérations internationales
 13. Gérer les litiges internationaux
-

9. Manager une équipe multidisciplinaire et multiculturelle

1. Constituer une équipe projet pluridisciplinaire et multiculturelle.
2. Fixer des objectifs et les moyens de les atteindre
3. Mettre en place un dispositif de suivi des objectifs
4. Stimuler, motiver et valoriser les collaborateurs
5. Répartir les tâches et les responsabilités des collaborateurs
6. Evaluer, développer les compétences et accompagner ses collaborateurs
7. Prévenir et/ou traiter les situations conflictuelles

10. Conduire les changements liés aux projets d'innovation

1. Faire le diagnostic des impacts internes/externes du changement envisagé
2. Etablir une stratégie de changement
3. Créer les conditions d'appropriation de la démarche de changement
4. Déployer et piloter le processus de changement
5. Inscrire le changement dans une dynamique d'amélioration continue

11. Générer et sélectionner de nouveaux concepts

1. Détecter des problèmes, des contraintes
2. Détecter des besoins pour générer des concepts
3. Identifier et saisir des opportunités
4. Convaincre et fédérer autour de nouveaux concepts
5. Evaluer et sélectionner les concepts qui feront l'objet d'un projet d'étude

12. Créer un modèle d'affaires (business model)

1. Définir les éléments constitutifs du modèle d'affaires et les faire évoluer.
2. Caractériser le fonctionnement du business model
3. Identifier les flux de revenus et de dépenses
4. Positionner son modèle d'affaires par rapport aux modèles des concurrents
5. Formaliser un plan d'affaires et de développement de l'offre

13. Mobiliser les ressources financières

1. Identifier les besoins de financement et d'investissements et les comparer aux ressources
4. Evaluer les conséquences d'un financement
5. Répondre à un appel à projet

14. Concevoir un produit, un procédé, un service

1. Définir le périmètre du système objet de la conception
2. Identifier les parties prenantes et leurs exigences
3. Intégrer les parties prenantes dans le processus de conception
4. Ecrire un scénario de vie d'un produit
5. Analyser l'environnement du produit ou du process
6. Définir les besoins fonctionnels (ex d'outil : analyse fonctionnelle)
7. Définir l'architecture fonctionnelle du système
8. Représenter et décrire un système technique (produit ou process)
9. Identifier les différentes solutions et évaluer leur potentiel d'innovation
10. Modéliser et concrétiser la solution retenue
11. Valider la conception

15. Produire l'offre innovante

1. Opérer les choix stratégiques concernant la production, de l'offre innovante
2. Concevoir produit et processus de production en synergie
3. Optimiser le processus de production de l'offre innovante

16. Commercialiser l'offre innovante (y compris à l'international)

4. Elaborer un argumentaire de vente spécifique au pays ciblé
7. Vendre y compris à l'export
9. Assurer le suivi des ventes
10. Fidéliser les clients / partenaires y compris à l'export

17. Traiter une problématique éthique

1. Construire un esprit critique sur ce qui est socialement partageable et éthiquement responsable
2. Comprendre l'influence de son système de valeur et de sa culture dans ses décisions

3. Adopter une posture éthique
 4. Identifier les parties impliquées pour comprendre le contexte de la situation
 5. Mobiliser un collectif, un groupe de travail avec les personnes impliquées autour de la problématique éthique
 6. Modéliser la situation en un système complexe précisant les interactions entre les parties (risques, objectifs, etc.)
 7. Développer sa capacité à se rapprocher d'un monde meilleur
 8. Identifier les différentes orientations possibles susceptibles de résoudre la situation de façon satisfaisante pour les parties impliquées
 9. Formuler un questionnement éthique
 10. Prendre des décisions responsables découlant de la démarche éthique
 11. Mettre en oeuvre un plan d'actions pour résoudre la problématique
 12. Evaluer l'action et capitaliser le retour d'expérience
-