

Nombre de crédits : 3**Langue d'enseignement** : Anglais, Français**Responsable du cours** : LEFIEVRE VALERIE**Enseignants** : CHARLOT Jean-Marc , DEBUCQUET GERVAISE , LEFIEVRE VALERIE , MOINARD CHRISTIAN , NOEL Laurent

DESCRIPTION DU COURS

Le cours repose sur une simulation d'entreprise informatisée, Jessie, orientés sur la stratégie de marché des organisations. Il se joue par équipe (chaque entreprise étant représentée par un groupe de 2 à 5 étudiants), en temps séquentiel (la partie s'étalant au total sur 8 à 9 périodes de jeu) avec un temps d'analyse important consacré à chaque prise de décision (2 heures) et un rôle important d'explication dévolu à l'animateur. Le jeu consiste à gérer une entreprise commerciale virtuelle de façon à maximiser son profit. La réalisation de cet objectif passe par la maîtrise de la concurrence (i.e. les autres équipes) et par la compréhension de la logique du marché, qui est elle-même sous-tendue par de nombreux concepts issus de la théorie du marketing : les concepts de cycle de vie, de positionnement, de différenciation des produits, de gestion de gamme, etc... La priorité a été donnée à la dynamique et aux aspects relationnels dans la prise de décisions, qui est donc loin de se résoudre à un simple calcul d'optimisation ou de détection des zones de convergence, mais fait davantage référence à la théorie des jeux et la microéconomie. Les décisions prises (à l'intérieur d'une entreprise et surtout entre entreprises) sont rendues particulièrement interactives par l'intervention d'équipes de banquiers simulés par des joueurs et l'existence d'un marché boursier incitant aux stratégies d'alliance ou de prises de position offensives entre équipes.

OBJECTIF DU COURS

L'objectif du cours est de reprendre l'ensemble des concepts de la démarche marketing, de l'étude jusqu'au plan opérationnel, et de les relier aux autres dimensions de l'entreprise (comptabilité, finance, grh, etc.)

A la fin du cours, les étudiants doivent être capables de:

- Mieux comprendre la relation entre marketing et stratégie
- Evaluer les conséquences comptables et financières de différents choix commerciaux possibles
- Définir des actions marketing
- Critiquer un plan marketing

LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO3 - Adopter des approches transversales
Outcomes	Niv. 2 - Sélectionner les champs disciplinaires pertinents pour résoudre une problématique/une situation
Learning goals C4B	LG5 - Coopération
Learning objectives C4B	LO14 - Travailler en équipe
Outcomes	Niv. 2 - Contribuer à l'élaboration d'une production collective

CONCEPTS ENSEIGNÉS

- Analyse du marché
- Segmentation
- Positionnement
- Différenciation
- Portefeuille de produits
- Gamme de produits
- Marketing mix
- Elasticités

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Le cours consistera principalement en la prise de décisions marketing dans le cadre d'une simulation informatisée conduisant à des situations variées qui seront analysées avec l'aide du professeur.

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Travail attendu

- Lecture du manuel du joueur avant la première session.
- Prises de décisions pendant les sessions.
- Travaux annexes variés précisés par le professeur durant le cours (plan stratégique, compte rendu aux actionnaires...)

Evaluation continue (100%)

- Evaluation de la compétence LO3 "Adopter des approches transversales"
 - Evaluation sur la base de la performance de l'entreprise gérée par les équipes d'étudiants (60 %)
 - Dossier à rendre (40 %)
- Evaluation de la compétence LO14 "Travailler en équipe"

≡ BIBLIOGRAPHIE

Manuel de l'utilisateur

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

100 % : Contrôle continu

≡ SÉANCES

1

Présentation de la simulation, de l'univers de jeu - première prise de décision

SIMULATION / JEUX DE RÔLES : 02h00

Présentation du jeu, des modalités d'évaluation.
Constitution des équipes
Prise de la première décision

2

Simulation de l'année 2

SIMULATION / JEUX DE RÔLES : 02h00

Commentaire sur les résultats commerciaux et financiers de l'année 1.
Simulation de l'année 2

3

Simulation de l'année 3

SIMULATION / JEUX DE RÔLES : 02h00

Commentaire sur les résultats de l'année 2
Simulation de l'année 3
réalisation du compte de résultat prévisionnel de l'année 3

4

Simulation de l'année 4

SIMULATION / JEUX DE RÔLES : 02h00

Commentaire sur les résultats de l'année 3
Simulation de l'année 4
Réalisation du SWOT de l'entreprise

5

Simulation de l'année 5

SIMULATION / JEUX DE RÔLES : 02h00

Commentaire des résultats de l'année 4
Simulation de l'année 5
Réalisation du compte de résultat prévisionnel de l'année 5

6

Simulation de l'année 6

SIMULATION / JEUX DE RÔLES : 02h00

Commentaire des résultats de l'année 5
Simulation de l'année 6
réalisation de la matrice BCG des produits de l'entreprise

7

Simulation de l'année 7

SIMULATION / JEUX DE RÔLES : 02h00

Commentaire des résultats de l'année 6
Simulation de l'année 7
Réalisation du compte de résultat de l'année 7

8

Simulation des années 8 et 9

SIMULATION / JEUX DE RÔLES : 02h00

Prise de décision rapide
Simulation de deux années de fonctionnement
