

Nombre de crédits : 4**Langue d'enseignement :** Anglais**Responsable du cours :** GULARI Nil**Enseignants :** GULARI Nil

≡ DESCRIPTION DU COURS

This module focusing on the identification of business opportunities and building on these opportunities with an optimum business model. It introduces students, design thinking, customer discovery, lean startup, business model design and innovation. The acquisition of these different methods should allow students to set up their own entrepreneurial approach.

≡ OBJECTIF DU COURS

1. to master Entrepreneurship's foundational concepts and their use in identifying and exploiting product/service/process possibilities
2. to understand the challenges of the entrepreneurial ecosystem, and the challenges that come with establishing and sustaining innovation within organizations
3. to develop a business strategy
4. to understand teamwork in structured group project.
5. to identify and apply the steps of entrepreneurial projects.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG3 - Entrepreneuriat et innovation
Learning objectives C4B	LO8 - Oser prendre des risques dans le cadre d'un projet
Outcomes	Niv. 3 - Choisir un ou des leviers/axes/modalités différenciants. Sortir du cadre. Ajuster par des retours d'expérience
Détails	L'enjeu ici est de permettre d'évaluer la capacité de projection et de prise de risque entrepreneuriale des étudiants, dans un cadre sûr et sans risque majeur.

Learning goals C4B	LG3 - Entrepreneuriat et innovation
Learning objectives C4B	LO9 - Elaborer des solutions innovantes et les expérimenter
Outcomes	Niv. 3 - Concevoir un protocole d'expérimentation -Organiser des retours d'expérience pour améliorer le process/produit/service
Détails	Il est attendu que les étudiants élaborent, autour de leur idée initiale, un véritable projet viable. Dans cette logique, ils doivent se mettre dans une posture d'expérimentation, aller sur le terrain, confronter auprès des clients et parties prenantes.

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

- Design thinking
- Lean Startup
- Opportunity identification
- Problem and Customer Discovery
- Value proposition Design
- Primary and Secondary Market Research
- Market Validation
- Business Model Design and Innovation
- Activity Systems

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

This module is structured around theoretical lessons applied through various entrepreneurship, design and innovation tools that support entrepreneurial project. It is learning by doing in nature. Students put into practice the skills acquired through the Major's entrepreneurial project.

- reading distributed documents
- watching additional learning videos
- put into practice in the entrepreneurial project of the major -
- ongoing active participation in-class activities/workshops and simulations, exchanges with team members

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Business Plan + Pitch 35%
Continuous Assessment 15%
Final Exam 50%

≡ BIBLIOGRAPHIE

- Disciplined Entrepreneurship Bill Aulet
- Disciplined Entrepreneurship Workbook Bill Aulet
- Lean Startup - Eric Ries
- Business Model Nouvelle Génération - Yves Pigneur & Alex Osterwalder
- Entrepreneurship: a process perspective - Baron & Shane

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

35 % : Pitch + Business Plan
15 % : Contrôle continu
50 % : Examen final

≡ SÉANCES

1

Setting up for Success

SÉMINAIRE : 06h00

Kick of Session

- get to know each other
- detail the entire module, and more broadly the Major
- lay the foundations for the detection of entrepreneurial opportunities
- setting up and aligning expectations

2

Detection and validation of entrepreneurial opportunities

BRIEFING : 06h00

- Presentation of students projects
- Idea dating -meeting each other ideas
- Dotocracy- Voting ideas
- Teaming up based on selection
- In this session will be finalized teams based on business opportunities

3

Problem and customer discovery and who are the stakeholders

POINT RENCONTRE : 06h00

Introduction of the overall theoretical framework:
Design thinking and Lean Startup

- A design thinking approach to problem and customer discovery
- Problem discovery and analysis
- Identification of Stakeholders
 - Who is involved in the problem who has interest in the solution?

The 2 hours of the session will focus on primary Market Research- Gathering Insights to have **value-added / real problem**

- Challenge your assumptions around problem through interviews
- How to develop empathy
- Interview questions and tips- - Mum test
- Gathering insights through stories

4

Value proposition design and Lean Startup

COURS + TP : 04h00

Value Proposition Design

- Following a design thinking approach we will do brainstorming activities
- This session will focus on creating value propositions addressing customer pain points and customer jobs
- What is a customer job
- What is a customer pain
- Understanding and using Value proposition canvas

Lean Startup approach

- After building a solution it is crucial to test the solution before it reaches the market. How can we build, measure and learn?
- What is the Minimum Viable Product
- High fidelity and low fidelity
- What is a hypothesis?

5

Who are your competitors? Beachhead Market

BRIEFING : 02h00

Based on the value proposition who will be your competitors?
Make sure that the market is big enough to support your business
Understanding of beachhead market

6

Activity Map and Business Model Design

COURS + TP : 06h00

Understanding Activity systems through examples and inclass activities

Visible Front End: What is the customer going to see?

- Invisible activities Back End: Technology
- User flows
- Customer journey Map

How can an entrepreneur extract the value that is created?

- Business Models and revenue models and value architecture
- Business Model Innovation
- Introduction of known business model patterns
- How to explore optimum business model models based on existing one
- How to design new business models by recombining and repurposing existing business models elements

7

Final Pitch

RESTITUTION DES TRAVAUX DE GROUPE : 03h00

Final pitches by teams
Feedback by external jury members

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : GULARI Nil

Enseignants : BROST Sylvère , DESCLOS LE PELEY Nicolas , FLECHE Boris michel , LEFEBVRE VINCENT

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce module doit permettre d'identifier et de comprendre différentes options pour entreprendre, y compris la franchise ou la reprise. Mais aussi d'envisager des stratégies de croissance via l'international, franchisation du concept, forte croissance interne ou croissance externe.

Il sera présenté une identification et sensibilisation aux notions qui entourent le rachat d'entreprise que cela soit dans un contexte entrepreneurial personnel de reprise d'entreprise ou dans un contexte de développement de groupe par croissance externe.

≡ OBJECTIF DU COURS

A l'issue de ce module, les étudiants sont capables :

- d'identifier d'autres manières d'entreprendre
- d'élaborer de nouveaux relais de croissance
- considérer les contraintes d'un projet de rachat d'entreprise, les méthodes pour y parvenir et les principales notions juridiques et financières de ce type de projet
- considérer les différents scénaris de croissance possible, et les bonnes manières de les gérer.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO2 - Analyser des situations complexes
Outcomes	Niv. 3 - Justifier ses conclusions et émettre des recommandations de façon argumentée

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

- Internationalisation des startups
- Hypercroissance
- La franchise : franchiser son concept ou devenir franchisé(e)
- Caractéristiques du marché de la reprise et compétences requises du repreneur
- Réflexion sur les points communs et différences entre la création et la reprise
- Acteurs du marché de la reprise, posture de la négociation, diagnostic d'une cible
- Etapes d'une opération de reprise (NDA, LOI, protocole, closing)
- Points clés de la négociation (valorisation, GAP, accompagnement, conditions annexes)
- Montages de reprise (titres ou actifs, fusion, augmentation de capital, holding de reprise)
- Balance de vie et ses sept plateaux « équilibre corps-esprit »
- Mindfulness et activités psycho-corporelles
- Epigénétique, neurosciences.

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ce module s'articule autour d'enseignements ponctués d'études de cas. Les étudiants mettent en pratique les compétences acquises au travers du projet entrepreneurial de la majeure.

Ateliers, discussions, cas, exercices, vidéos

Le cas de synthèse permet en fin de semestre de valider l'acquisition des compétences.

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

- lecture des documents distribués
- réalisation d'études de cas
- mise en pratique dans le projet entrepreneurial de la majeure, notamment dans le cadre des évaluations des parties "Growth scenarios" et "Internationalisation"
- participation active en cours aux jeux de rôle et simulations, échanges avec les intervenants pouvant s'appuyer sur les travaux réalisés dans le cadre du projet de majeure

≡ BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie prioritaire :

- Le concept franchisable – Les Membres du Collège des Experts de la FFF - 2010
- La croissance de l'entreprise - Frank Janssen
- Prat Editions : « Transmettre ou reprendre une entreprise » - édition annuelle

Bibliographie complémentaire :

- Pierre Vernimmen : « Finance d'entreprise » - édition annuelle
- Mémento Francis Lefebvre : « Transmission d'entreprise » - édition annuelle

Sur la partie santé/bien-être :

- *La symphonie du vivant* de Joël de Rosnay : édition LLL
- *Guérir : le stress, l'anxiété et la dépression sans médicaments ni psychanalyse* de David Servan Schreiber: Editions Pocket
- *On est foutu on pense trop* du Dr Serge Marquis: Editions le Point
- *N'écoutez pas votre cerveau* de Martine Laval: interéditions
- *Emotions : enquête et mode d'emploi d'Art-Mella* : éditions Pourpenser
- *Gérer son énergie* d'Odile Chabrilla : éditions Solar
- *Le petit pas peut changer votre vie « la voie du Kaizen* de Robert Maurer : éditions France Loisirs
- *Une seconde d'avance « travailler plus efficacement en pleine conscience* de Rasmus Hougaard avec Eric Rinner et Martial Vidaud : Ed deboeck
- *Spécial calme intérieur : dossiers du Psycho* décembre 2016
- *Le secret de la pleine santé « prévenir plutôt que guérir »* Hors-série magazine Clés printemps 2014
- *Le charme discret de l'intestin : Tout sur un organe mal aimé* Broché – 1 novembre 2017 de [Giulia Enders](#) (Auteur)

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

20 % : Business Plan

30 % : Contrôle continu

50 % : Examen final

≡ SÉANCES

1

Franchiser son concept / Devenir Franchisé(e)

COURS : 06h00

Intervenant : Boris FLECHE

1. Cadre général et contexte

- Place des organisations commerciales dans les réseaux de distribution
- Spécificités, caractéristiques, poids économiques des différentes formes
- Rôles d'une fédération dans le développement et la professionnalisation des modèles d'organisations commerciales.

1. Le système de franchise

- Les fondamentaux de la franchise (marque, savoir-faire et accompagnement)
- Les secteurs d'activité et leur diversité, prospective et tendances
- Le métier de franchiseur (projet, stratégie, caractéristiques, avantages, exigences...)
- Être franchisé(e) (étapes de construction de projet, difficultés, avantages, exigences...)
- Les coûts spécifiques
- Les fondamentaux juridiques

+ Témoignage d'un(e) franchisé(e) si disponibilité

1. La structure d'un réseau de franchise et les métiers spécifiques :

- Le développeur de réseau : place dans l'organigramme, missions essentielles, profil et compétences...
- L'animateur/trice de réseau : place dans l'organigramme, missions essentielles, profil et compétences...
- La sélection des franchisé(e)s
- Le management de réseau : les piliers du management (contrat, animation, instances de dialogue)

Reprise d'Entreprise / Croissance Externe

COURS : 06h00

Intervenant : Nicolas Desclos

Identification et sensibilisation aux notions qui entourent le rachat d'entreprise que cela soit dans un contexte entrepreneurial personnel de reprise d'entreprise ou dans un contexte de développement de groupe par croissance externe.

Équilibre, bien-être et prévention santé

TRAVAUX PRATIQUES : 03h30

Intervenante : Florence Guillotel

Ce cours a pour objectif de développer des connaissances en matière de prévention santé, de bien-être (équilibre corps et esprit) dans la vie professionnelle et en général. La finalité est de prendre conscience des voies physiques, physiologiques, psycho-sociales, nutritionnelles pour prendre soin de soi afin de réduire sa fatigabilité, irritabilité, anxiété et de renforcer son immunité.

Objectifs du cours :

- Prendre conscience de l'importance de l'équilibre de vie, de la santé, être un manager attentif à soi et par conséquent aux autres.
- Mieux comprendre et gérer son stress: prévention santé, équilibre de vie

Après avoir suivi ce cours, vous serez capable de :

- Mobiliser les concepts et outils partagés en cours dans un contexte de travail et de souffrance.
- Mieux comprendre vos comportements et émotions en vue d'une plus grande réflexivité

Growth Scenarios

COURS + TP : 06h00

Lecturer: Professor Natalia Vershinina

The main aim of the session is to work out scenarios that would allow groups to compare and change their growth trajectories while keeping the possibility to move from one growth scenario to another depending on what is happening in reality.

Developing 4 project growth scenarios.

- This is to consider what are the possible futures of your project.

Scenario 1 - External Growth / Franchise

Scenario 2 - Hyper growth

Scenario 3 - Identifying the maximum profitability

Scenario 4 - Developing business towards a buyout

Transforming Scenarios into Action-Based Scenarios

- Selecting the scenarios most credible and achievable
- For each scenario defining the different steps and actions to implement that could lead to projected result.

Identifying expenditure (key events) that will lead to growth specific to each scenario.

- Assessing cost of growth
- Describe precisely what makes it possible to achieve such a result

Identifying projections of growth for the first year (monthly) and associated sales figures in monetary and unit numbers.

- Define either an amount or a percentage of the sales revenue per product / service sold / invested to make a sale.

Key Assessment - Group-Based 2-page report

- Explaining the growth scenarios considered and justification of the best growth option going forward.

Internationalization

COURS + TP : 06h00

Lecturer: Kathleen Randerson

The main aim of the session is to understand international market contexts and implement an internationalization strategy.

The means to achieve this is a thought experiment. Each group project will :

- identify factors leading to early internationalization,
- identify opportunities and threats in specific national contexts (perform a CAGE analysis)
- simulate the international expansion of their ventures (design the value chain, structure the organization, staff and compensate the employees in their entities abroad).

Assessment - Group-Based Presentation : Compile a set of slides explaining the internationalization strategy considered and justify the best option going forward - at the end of the 6-hour block.

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : GULARI Nil

Enseignants : LADARU Simona , LEPEL COINTET Véronique

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce module permet d'aborder les composantes structurantes de l'organisation émergente : les hommes, les processus et dispositifs de coopération et de formalisation d'une organisation, les relations avec les parties-prenantes, les flux de logistique.

≡ OBJECTIF DU COURS

A l'issue de ce module, les étudiants sont capables :

- de comprendre pourquoi les start-ups doivent se structurer- d'identifier et de choisir une stratégie de construction d'une organisation formelle en fonction de la vision, des enjeux et des caractéristiques métiers (processus, pratiques managériales et RH, nouveaux modèles)
- de comprendre les flux logistiques et de les mettre en oeuvre

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG4 - RSO
Learning objectives C4B	LO10 - Identifier et comprendre les enjeux des parties prenantes
Outcomes	Niv. 3 - Concevoir son projet en intégrant les enjeux de ses parties prenantes

Learning goals C4B	LG5 - Coopération
Learning objectives C4B	LO15 - Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité
Outcomes	Niv. 3 - Confronter plusieurs points de vue et incorporer les opinions extérieures

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

- Construction d'une organisation formelle: pratiques managériales et RH des TPE et PME de croissance
- Logistique

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ce module s'articule autour d'enseignements ponctués d'études de cas et de recherche de données auprès de fondateurs de start-ups. Les étudiants mettent en pratique les compétences acquises au travers du projet entrepreneurial de la majeure. Il sera proposé dans le cadre du cours de construction d'une organisation une visite en entreprise.

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

- lecture des documents distribués
- réalisation d'études de cas
- mise en pratique dans le projet entrepreneurial de la majeure
- participation active en cours aux exercices, échanges avec les intervenants pouvant s'appuyer sur les travaux réalisés dans le cadre du projet de majeure

≡ BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie prioritaire :

- Etude de cas: « E-Solution : pratiques de GRH et de management au service d'une forte croissance dans une start-up », CCMP, Ref. G1947, 2018, with N. Lagueste.
- <https://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-e-solution-pratiques-de-grh-et-de-management-au-service-d8217une-forte-croissance-dans-une-start-up>
- [Reinventing organizations : a guide to creating organizations inspired by the next stage in human consciousness](#) , LALOUX, Frédéric

Bibliographie complémentaire :

- KIT RH pour les PME - Nathalie Olivier, Eyrolles
- Organizations evolving - Howard Aldrich, SAGE
- Les Business Models du Futur - Sempels & Hoffmann

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

25 % : Business Plan

25 % : Contrôle continu

50 % : Examen final

≡ SÉANCES

1

Construction d'une organisation - Fondements, Enjeux, nouveaux modèles (1/2)

COURS, ETUDE DE CAS ET EXERCICES : 09h00

Intervenante : Claire Champenois

- Présentation des fondements et enjeux d'une organisation entrepreneuriale.
- Management par les valeurs.
- GRH et croissance.
- Visite d'entreprise (entreprise libérée).

2

Construction d'une organisation - Fondements, Enjeux, nouveaux modèles (2/2)

COURS : 06h00

Intervenante: Claire Champenois

- Enquête sur des cas réels de firmes entrepreneuriales (travail en groupe).
- Coaching par groupe.
- Soutenance : Présentation finale de l' analyses des dynamiques de structuration organisationnelle par groupe.
- Synthèse.

3

Supply Chain pour l'entrepreneur

COURS, ETUDE DE CAS ET EXERCICES : 09h00

Intervenante : Simona Ladaru

- Présentation des fondements et enjeux de la Logistique et de la Supply Chain, avec vision à court, moyen et long terme
- Lien entre Logistique et Achats, Marketing, R&D, Finances

ETUDES de CAS et échange d'expériences sur des projets déjà accompagnés

COACHING sur chaque projet avec une distinction entre logistique physique "des produits" et logistique "des services"

Nombre de crédits : 4**Langue d'enseignement :** Français**Responsable du cours :** GULARI Nil**Enseignants :** BROST Sylvère , CERTHOUX GILLES , LE PENDEVEN BENJAMIN

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce module se focalise sur la politique de financement de le jeune entreprise en général, et de la start-up en particulier.

Les étudiants auront aussi l'opportunité de présenter leurs besoins de financements, et faire challenger leur stratégie de financement au regard de la nature et de l'ampleur de ce besoin.

≡ OBJECTIF DU COURS

A l'issue de ce module les étudiants seront capables :

- d'imaginer la meilleure politique de financement pour leur jeune entreprise
- de comprendre l'écosystème du financement entrepreneurial, ses parties prenantes, et ses logiques
- d'être vigilant sur le pacte d'actionnaires et sa composition

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B LG1 - Analyse

Learning objectives C4B LO2 - Analyser des situations complexes

Outcomes Niv. 3 - Justifier ses conclusions et émettre des recommandations de façon argumentée

Détails Le financement entrepreneurial est très complexe, notamment lorsque les entreprises à financer sont très innovantes et avec des besoins en ressources financières importantes. Il convient ici de justifier les conclusions quant à sa compréhension d'une situation.

Learning goals C4B LG3 - Entrepreneuriat et innovation

Learning objectives C4B LO7 - Identifier les besoins et élaborer une offre pertinente

Outcomes Niv. 2 - Comparer les différentes offres présentes sur le marché et évaluer la faisabilité d'une nouvelle offre

Détails Il s'agit ici d'élaborer une offre pertinente d'entreprise pour se voir financé

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

- Finance Entrepreneuriale
- Business planning

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ce module s'articule autour d'enseignements ponctués d'études de cas. Les étudiants mettent en pratique les compétences acquises au travers du projet entrepreneurial de la majeure.

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Travail attendu et attitude :

- lecture des documents distribués
- préparation préalable des états financiers des projets portés dans le cadre de la majeure
- participation active en cours, échanges avec les intervenants pouvant s'appuyer sur les travaux réalisés dans le cadre du projet de majeure

Evaluations:

- mise en pratique dans le projet entrepreneurial de la majeure, notamment avec l'établissement de la stratégie de financement des projets rendue quelques jours après la fin du cours
- restitution des analyses d'opportunités d'investissement présentées lors de la session avec le réseau de Business Angels Ouest Angels
- Business Plan final
- QCM final

≡ BIBLIOGRAPHIE

- Le Pendeven, B., Abdesslam, M., (octobre 2015), Les nouveaux modes de financement des PME, study for Fondation pour l'Innovation Politique
- Bessière, V., Stephany, E. (dir) (2015). Le financement de l'innovation, Editions de Boeck
- Rédis, J., (2009), Finance Entrepreneuriale, Editions De Boeck

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

15 % : Business Plan

15 % : Contrôle continu

70 % : Examen final

≡ SÉANCES

1

Prévisionnel financier

COURS : 06h00

Intervenant : Sylvère BROST

Rappel sur le prévisionnel :

- Le prévisionnel financier est la traduction chiffrée des prévisions d'activité de l'entreprise par type de charges et de produits, et par type d'investissement et de financement.
- Il est en général présenté sur 3 années d'activité.
- La démarche prévisionnelle passe par :
 - Une planification stratégique (prévisions à court et moyen terme),
 - Une planification opérationnelle (simulation financière de l'ensemble des actions inscrites au plan stratégique).

Objectifs :

- Etudier la cohérence financière du projet
- Elaborer un dossier économique complet
- Rechercher les financements publics et privés
- Créer une base de travail pour l'évaluation future des tableaux de bord

2

Financement de l'amorçage et besoins de financement

COURS : 03h00

Intervenant : Benjamin Le Pendeven

Dans cette séance introductive seront présentées :

- les raisons pour lesquelles il est nécessaire de financer l'innovation et l'entrepreneuriat de manière particulière
- les modalités de financement des projets ante-crédation
- les modalités de financement des entreprises à leur création et lors des 18 premiers mois
- les bases du crowdfunding

Puis un temps sera consacré aux besoins de financement : les projets volontaires pourront présenter leurs besoins de financement et être discutés par le groupe et l'enseignant.

3**Business angels**

COURS : 03h00

Intervenant : Gilles Certhoux + pitchs réseaux Ouest Angels

Dans la 1ère partie de session sera détaillée la réalité des business angels et leurs modalités d'intervention.

Dans la 2nde partie, les étudiants assisteront à des présentations de projets entrepreneuriaux dans le cadre d'un comité de sélection du réseau d'investisseurs Ouest Angels.

4**Essentiels du capital-risque**

COURS : 03h00

Intervenant : Benjamin Le Pendeven

Dans cette session, les fondamentaux du capital-risque seront présentés.

Les tendances les plus récentes de ce mode de financement essentiel seront évoquées, et ses conséquences pour les entrepreneurs.

Possible témoignage complémentaire d'un professionnel

5**Approfondissements du capital-risque**

COURS : 03h00

Intervenant : Benjamin Le Pendeven

Dans cette session, les détails à la fois plus fins et plus concrets du capital-risque seront évoqués.

Seront notamment mis en exergue les pièges éventuels pour les entrepreneurs.

Possible témoignage complémentaire d'un professionnel

6**Corporate Venture Capital et financements publics**

COURS : 03h00

Intervenant : Benjamin Le Pendeven

Dans cette séance seront évoquées les spécificités du Corporate Venture Capital, en prenant la perspective de l'entrepreneur en recherche de fonds.

Puis nous travaillerons sur les modes de financement publics de l'entrepreneuriat, au-delà des mécanismes d'aide à l'amorçage.

7**Business Plan et Pacte d'actionnaires**

COURS : 03h00

Intervenant : Benjamin Le Pendeven

Dans cette session, les outils concrets de l'entrepreneur pour lever des fonds seront travaillés.

Dans la 1ère partie, ce sera le BP financier qui sera évoqué (modalités de construction, KPIs attendus par les investisseurs, ...).

Puis dans la 2nde partie, c'est le pacte d'actionnaires qui sera détaillé, notamment via la discussion des clauses potentiellement "pièges" pour l'entrepreneur novice.

8**Business-angels : restitution**

COURS : 03h00

Intervenant : Gilles Certhoux

Dans cette session, les groupz d'étudiants viendront rendre leurs analyses de projets entrepreneuriaux présentés ors du comité de sélection Ouest Angels, en venant détailler les raisons de leurs choix et de leurs recommandations.

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : GULARI Nil

Enseignants : EROL Caroline

≡ DESCRIPTION DU COURS

L'environnement dans lequel les entrepreneurs développent de nouvelles idées d'affaires évolue. Créer une organisation et mettre en place une gouvernance a des incidences légales et fiscales importantes. Comprendre les mécanismes juridiques et fiscaux permet à l'entrepreneur de prendre des décisions en se posant les bonnes questions. L'environnement réglementaire s'étend également aux règles spécifiques liées aux activités ainsi qu'au droit commercial et à celui de la propriété intellectuelle.

Il conviendra de savoir traduire ses besoins commerciaux en clauses contractuelles, en protégeant à la fois son produit/service ainsi que sa structure juridique. Acquérir des réflexes juridiques en termes de négociation fera aussi partie du cours.

≡ OBJECTIF DU COURS

Maîtriser les enjeux juridiques principaux de la création d'entreprise (statut fiscal et juridique d'une société, statut fiscal et social du dirigeant, formalités de création...) et pouvoir faire évaluer son projet

A l'issue de ce cours les étudiants sont capables :

- d'identifier les structures juridiques ad-hoc en fonction d'un projet et des individus qui y participent
- de se poser les bonnes questions en matière de structuration, de propriété intellectuelle, de réglementation et de droit commercial

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO2 - Analyser des situations complexes
Outcomes	Niv. 3 - Justifier ses conclusions et émettre des recommandations de façon argumentée

Learning goals C4B	LG2 - Action
Learning objectives C4B	LO5 - Evaluer, prévenir et gérer les risques à court, moyen et long terme
Outcomes	Niv. 3 - Hiérarchiser les scénarios de risques, déterminer un plan de gestion des risques et garantir la mise en œuvre de plan de gestion/prévention des risques

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

1. Entreprises individuelles
2. Sociétés
3. Régime fiscal des sociétés
4. Régime social de l'entrepreneur
5. Holding
6. Pacte d'associés
7. Technique contractuelle (de la négociation à la signature d'un contrat commercial)
8. Types de contrats commerciaux
9. Problématiques de propriété intellectuelle

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ce module s'articule autour d'enseignements ponctués d'études de cas. Les étudiants mettent en pratique les compétences acquises au travers du projet entrepreneurial de la majeure.

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

- Participation active lors de toutes les séances
- Présentations des projets entrepreneuriaux et des points juridiques en suspens lors de la première séance et résolution des points juridiques en suspens lors de la dernière séance

≡ BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie prioritaire :

- *Droit des sociétés*, Cozian, Viandier, Deboissy, Litec 2019
- CARON, Droits d'auteur et droits voisins, Lexis-Nexis, 3ème éd., 2013
- BLAISE, Jean-Bernard, Droit des affaires, commerçants, concurrence, distribution, 7ème éd., LGDJ, 2013, MANUEL, 560 p., DRO20/13-06

Bibliographie complémentaire :

- *Memento Pratique Francis Lefebvre Sociétés commerciales*, 2019
- *Memento Pratique Francis Lefebvre Fiscal* 2019
- Précis de fiscalité des entreprises, Cozian, Deboissy, Chadeaux, LexisNexis 2019
- BRAUD, Alexandre, Droit commercial 2013-2014, 5ème éd., GUALINO, FAC. UNIVERSITES, 251 p., DRO20/13-03
- Code de la propriété intellectuelle 2016 Commenté. DALLOZ 2016. DRO60.9/16-04
- BENHAMOU, Françoise/FARCHY, Joëlle. Droit d'auteur et copyright. ED. LA DECOUVERTE 2014. DRO60.4/14-01
- BOUT, Roger ; BRUSCHI, Marc ; POILLOT-PERUZZETTO, Sylvaine LUBY, Monique, aut., Lamy droit économique, Concurrence-Distribution-Consommation, Paris, WOLTERS-KLUWER, 2541 p., DRO20.4/13-06

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

25 % : Business Plan

25 % : Contrôle continu

50 % : Examen final

≡ SÉANCES

1

Droit des sociétés et fiscalité

PRÉSENTATION ORALE : 03h00

Intervenantes : Cécile Tassou-Cadeau et Caroline Erol

Présentation des projets

2

Introduction

COURS : 03h00

Intervenante : Cécile TASSOU-CADEAU

1. Tester son idée avant la création d'entreprise
2. L'entreprise individuelle
3. L'auto-entrepreneuriat

3

Le choix de la forme sociétale pour son projet

COURS : 03h00

Intervenante : Cécile TASSOU-CADEAU

- Rappel des formes sociétales
- Principaux axes de choix entre les différentes structures
- La création de la société

4

Et après...

COURS : 03h00

Intervenante : Cécile TASSOU-CADEAU

- Adapter son projet à son idée et le faire évoluer
- La société holding
- Les autres documents : le pacte d'associés...

5**Cas généraux et problématiques entrepreneuriales**

COURS : 03h00

Intervenante : Cécile TASSOU-CADEAU

Résolution de cas généraux et des problématiques liées au projet entrepreneurial par la présentation finale

6**De quels outils juridiques l'entrepreneur a-t-il besoin ?**

COURS : 03h00

Intervenante : Caroline Erol

1. Technique contractuelle
2. Négociation (phase précontractuelle)
3. Méthodologie (savoir traduire ses besoins en clauses contractuelles)
4. Signature (échange de consentements)

7**Typologie des contrats commerciaux**

COURS : 03h00

- CGV/CGPS/CGU
- Contrat de vente/distribution/fourniture
- Contrat de prestation de service
- Contrat d'agence
- Contrat de sous-traitance
- Contrat de franchise
- E-commerce/RGPD

8**Protéger sa propriété intellectuelle**

COURS : 03h00

- Principales protections possibles (Propriété Littéraire et Artistique, Propriété Industrielle)
- Autorités administratives accordant les protections (France, UE, Monde)
- Contrats de protection de propriété intellectuelle (licence, cession)
- Litiges relatifs à la propriété intellectuelle

9**Présentations**

RESTITUTION DES TRAVAUX DE GROUPE : 03h00

Présentation des projets en incluant les outils juridiques examinés : quels types de contrats pour quels besoins ? quelle force de négociation ? que protection en matière de propriété intellectuelle ?

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : GULARI Nil

Enseignants : FILZI Nicolas, MUZELLEC Laurent, RONTEAU SEBASTIEN

≡ DESCRIPTION DU COURS

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de développer une stratégie digitale cohérente pour leurs projets entrepreneuriaux. Les étudiants apprendront à

- intégrer le digital en fonction du processus de décision de l'acheteur
- intégrer des outils digitaux dans leur business model
- évaluer les indicateurs de performance clés afin de surveiller et d'estimer les coûts associés à l'entrepreneuriat digital.

≡ OBJECTIF DU COURS

A l'issue de ce module les étudiants doivent être capable de :

- Se servir d'outils digitaux pour éclairer le Buyer Decision Process
- Caractériser et outiller la dimension digitale de leur Business Model
- Evaluer les coûts inhérents à une stratégie web donnée

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO2 - Analyser des situations complexes
Outcomes	Niv. 2 - Formuler des hypothèses de compréhension d'une situation complexe, de façon structurée, en mobilisant des cadres disciplinaires variés si nécessaire
Détails	L'évaluation des connaissances acquises su le module, se feront au travers d'un QCM transdisciplinaire dans lequel les étudiants devront analyser et évaluer la situation entrepreneuriale proposée et faire ressortir les cadres d'analyse vus en cours.

Learning goals C4B	LG3 - Entrepreneuriat et innovation
Learning objectives C4B	LO7 - Identifier les besoins et élaborer une offre pertinente
Outcomes	Niv. 2 - Comparer les différentes offres présentes sur le marché et évaluer la faisabilité d'une nouvelle offre
Détails	Par la compréhension des attentes des consommateurs, et leurs comportements d'achats, les étudiants sont appelés à rendre compte de la manière dont le digital peut être intégré dans leur stratégie marketing et commerciale ainsi que dans le business model envisagé

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

- Le besoin et le Comportement d'achat du Consommateur
- Les Digital Business Models
- Les fondamentaux d'une stratégie de communication digitale

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ce module s'articule autour d'enseignements ponctués de mises en situations. Les étudiants mettent en pratique les compétences acquises au travers du projet entrepreneurial développé dans la majeure.

Il est attendu de la part des étudiants de :

- Lire des documents distribués et des supports mis à disposition
- Participer activement aux discussions d'études de cas symboliques
- Participer activement aux Ateliers pour appliquer des concepts et des notions sur la réalisation d'un artefact digital (Wordpress) de leur projet entrepreneurial

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

A l'issue du module, chaque groupe projet devra remettre un dossier de synthèse qui comptera pour 50% de la note finale (25% sur la partie de S. RONTEAU et 25% sur la partie de L. MUZELLEC) afin d'évaluer votre capacité à faire sens de la dimension digitale dans votre projet. Cette note comprendra notamment :

- Une maquette de leur Landing Page ou maquette Wordpress
- Un diagnostic sur l'impact du numérique sur le processus de décision de l'acheteur (Persona, BDP, Place du digital)
- La synthèse de leur Business Model revu et en précisant la place du digital sur chaque dimension du BM
- Quels KPIs sont critiques pour estimer leur performance
- Comment ils estiment le coût de leur stratégie de webmarketing

A l'issue du semestre, leurs connaissances digitales seront également évaluées au travers du QCM transversal individuel avec 20 questions comptant pour 50% de la note finale du module.

Enfin, dans le Business Plan final soumis en fin de semestre, l'intégration du digital sera réévalué et comptera pour 20% de la note finale du module.

La note de synthèse produite permet d'évaluer votre capacité à comprendre les enjeux digitaux adaptés à votre cible et développer une stratégie digitale adaptée et la tester

Le QCM viendra sanctionner votre capacité à analyser une situation complexe.

≡ BIBLIOGRAPHIE

Additional required and recommended reading materials will be provided before the course starts.

- Boîte à outils du Digital Entrepreneur - Headley & Maalaoui
- Thiel, P. A., & Masters, B. (2014). *Zero to one: Notes on startups, or how to build the future*. Broadway Business.
- Reillier, B. & Reillier L. C. (2018). *Platform Strategy: Libérez le potentiel des communautés et des réseaux pour accélérer votre croissance*. Dunod

Recommandation complémentaire :

- E-commerce: les bonnes pratiques pour réussir - Jacob & Kolb

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

25 % : Contrôle continu

50 % : Examen final

25 % : Business Plan

≡ SÉANCES

1

Séance introductive : Pitch de la dimension digitale dans vos projets entrepreneuriaux

PRÉSENTATION ORALE : 03h00

Intervenants : Laurent Muzellec & Sébastien Ronteau

Au cours de cette séance, chaque projet sera appelé à présenter son projet entrepreneurial en prenant soin de faire ressortir la dimension digitale de celui-ci.

Chaque pitch portera sur les points suivants

1. Une présentation très synthétique de votre opportunité d'affaires
 1. Problème utilisateur / client adressé
 2. Formulation de votre Proposition de Valeur
 3. Quel est votre Produit / Service
 4. Quel est le Business Model envisagé
2. Comment présenteriez-vous le processus de décision de vos prospects [Buyer Decision Process](#) ? Quelle place tient le digital dans celui-ci ?
3. Comment pensez-vous intégrer le digital dans votre stratégie marketing et de communication ?
4. Quelle est la dimension digitale de votre Business Model ?

Suivant chaque pitch une session de Q/A avec les intervenants permettra de récupérer un premier feedback qui sera approfondi dans les sessions suivantes

2

Stratégie Digitale et Marketing Digital pour l'entrepreneur

COURS, ETUDE DE CAS ET EXERCICES : 09h00

Intervenant : Laurent Muzellec

Dans ces 3 sessions de 3 heures les points suivants seront développés, outillés et pratiqués en mode workshop

1. la compréhension des attentes des consommateurs et quels outils digitaux vous pouvez mobiliser pour en rendre compte
2. la compréhension du Buyer Decision Process et l'identification des Persona ciblés
3. la formalisation d'une stratégie de communication digitale (contenus et canaux) pour être en adéquation avec le Buyer Decision Process

3

Digital Entrepreneurs en Potentiel Digital de mon Business Model

COURS ET ÉTUDES DE CAS : 03h00

Intervenant : Sébastien Ronteau

Dans cette session introductive aux interventions de Sébastien Ronteau seront abordés les enjeux d'être entrepreneur digital et des propriétés digitales d'un Business Model

4

Digital et Proposition de Valeur

COURS + TP : 03h00

Intervenant : Sébastien Ronteau

Dans ce cours, nous nous focaliserons sur la Proposition de Valeur et les attributs digitaux qui peuvent être associés à celle-ci

- Reshaper votre Proposition de Valeur avec et par le Digital
- La Landing Page = avatar digital de votre proposition de valeur

5

Digital et Structure de Valeur

COURS + TP : 03h00

Intervenant : Sébastien Ronteau

Dans cette session nous nous focaliseront sur la Structure des échanges dans le Business Model et sa composante digitale

- Définir son ambition et savoir se projeter sur les prochaines étapes
- Décrire la structure des transactions / Value Architecture : que peut apporter le digital ?
- L'implémentation du Business Model = partie de votre value architecture : comment le digital peut permettre d'accélérer la mise en oeuvre

6

Digital et Capture de la Valeur

COURS + TP : 03h00

Intervenant : Sébastien Ronteau

Dans cette session nous regarderons comment le digital a influencé les modèles de capture de revenu dans les Business Model digitaux

Les étudiants en groupes projets devront repenser à la lumière de ces éléments

- Leur choix de Pricing et projection de revenus
- Identifier les KPIs de l'activité

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Anglais, Français

Responsable du cours : GULARI Nil

Enseignants : GULARI Nil, RIGAUT Vincent

≡ DESCRIPTION DU COURS

Commercialisation

The entrepreneur is also the first salesperson of their company. Mastering the stages of a sale is necessary for development. It is therefore essential to be able to build a commercial process that is both efficient, to go faster, replicable, to support its growth, and based on data, to manage its activity in real-time.

It is important to distinguish the sales activities at startups from established companies. The course discusses who to sell, how we can reach them, and what we can learn from the selling process to improve our value proposition. Understanding the target customers, early adopters and amongst them the first 10 customers will be the start of the journey.

It introduces a sales funnel and roadmap and students will develop their own funnel that is tailored to their value proposition and target customer.

The course emphasises the quantification of the value proposition which will be the base of the pricing strategy. This then declares some of the important calculations, LTV and COCA hence the marketing strategy.

The course all touches upon marketing strategies, introduces go to market strategy, and presents how to use inbound marketing strategies effectively.

Communication:

Beaucoup de projets rencontrent des difficultés ou sont morts-nés par défaut de communication. C'est particulièrement vrai lorsqu'ils sont présentés oralement, face à des investisseurs, des institutions ou des médias. Ils faut veiller à délivrer un message-clé, centré sur l'essentiel, sans lasser le public par trop d'informations détaillées. La congruence des speakers est aussi fondamentale pour effectuer des interventions percutantes et mémorables.

C'est pourquoi ce module vise à renforcer ses compétences et à devenir convaincant lors de toutes les présentations.

≡ OBJECTIF DU COURS

L'objectif de ce cours est, dans un premier temps, d'apporter aux étudiants une bonne compréhension et connaissance du processus commercial B2B. Et, dans un deuxième temps, de leur donner les outils et la méthode pour construire un processus efficace, répliquable et data-driven.

A l'issue de ce cours les étudiants sont capables :

- de présenter de manière convaincante leur projet
- de comprendre les mécanismes de conviction et d'écoute
- de réaliser un argumentaire commercial
- de vendre un produit/service, y compris en situation de BtoB
- de permettre à chaque étudiant de mesurer son impact personnel lorsqu'il prend la parole
- d'améliorer sa qualité d'expression

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG3 - Entrepreneuriat et innovation
Learning objectives C4B	LO7 - Identifier les besoins et élaborer une offre pertinente
Outcomes	Niv. 3 - Construire et formaliser une nouvelle offre

Learning goals C4B	LG5 - Coopération
Learning objectives C4B	LO13 - Communiquer et interagir
Outcomes	Niv. 2 - Développer des capacités de communication orale et écrite, adapter son comportement et langage au contexte

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

Partie Communication :

- Savoir persuader et convaincre
- Harmoniser son expression verbale et non-verbale (congruence)
- L'art du pitching
- Le traitement des objections et questions agressives
- La présentation de diaporamas efficaces
- La communication persuasive
- Le Spin Selling
- Le plan d'actions commercial

Partie Commercialisation :

- Selling Basics, Entrepreneurial Selling, Examples, Art of Communication, Selling Through Questions
- Target Customer Profile (Early Adopters, First 10 customers)
- Construct A Sales Funnel
- Quantifying Value Proposition
- Pricing Framework
- Calculating LTV and COCA
- Go to Market Strategy

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ce module s'articule autour d'enseignements ponctués d'études de cas. Les étudiants mettent en pratique les compétences acquises au travers du projet entrepreneurial de la majeure.

Volet communication

- Méthode inductive : test pratique avant la théorie, puis mise en application
- Capture et décryptage vidéo pour chaque étudiant
- Décryptages d'interventions d'orateurs connus
- Développement du sens critique par des feedbacks collectifs

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

- lecture des documents distribués
- réalisation d'études de cas
- interventions orales et participation au décryptage
- mise en pratique dans le projet entrepreneurial de la majeure
- présentation de diaporamas par équipes, avec feedback individuel et collectif
- participation active en cours aux jeux de rôle et simulations, échanges avec les intervenants pouvant s'appuyer sur les travaux réalisés dans le cadre du projet de majeure

Volet commercial :

- In-Class Activities and Homework
 - First 10 Customers,
 - Email Pitch Example,
 - Sales Funnel Example, with Triggers, Window of Opportunities
 - Pricing Framework, LTV, COCA
 - Example Go to Market Plan
1. **Presentation of your commercialisation and sales strategy and approach in a business plan and pitch %25**
 2. MCQ

≡ BIBLIOGRAPHIE

- Spin Selling - Neil Rackham

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

50 % : Contrôle Continu
25 % : Soutenance
25 % : Business Plan

≡ SÉANCES

1

Mapping the process to acquire, keep and grow paying customers for Startups

COURS EN LIGNE : 04h00

- Understanding Selling for Startups
- Getting Ready-How to get ready for selling
- Quantifying Value Proposition
- How to identify and test a venture's potential with early adopters.How to identify first 10 customers and how to reach them

2

Understanding Sales Funnel and Triggers Windows of Opportunities.

COURS EN LIGNE : 02h00

- Understanding Sales Funnel and Sales Road Map
- Identifying activities in relation to your target customer and value proposition
- Understanding of Buying Process
- How Triggers used to move customers in Sales Funnel
- Understanding of Window of Opportunities
- What are the specific window of opportunities for the value proposition and customers

3

Pricing Framework, LTV and COCA

COURS EN LIGNE : 02h00

Pricing for Startups

- Understanding pricing for startups
- Understanding different pricing frameworks
- Using quantified value proposition for determining Startu

Calculating Lifetime Value -LTV

- The process of calculating the LTV
- Identifying Assumptions for LTV
- Using given pricing and business model to calculate LTV
- How LTV determines marketing and selling strategies

Calculating Cost of Customer Acquisition COCA

- Calculation of COCA
- The relationship between COCA and LTV
- Being realistic about COCA

4

Go to Market Strategy

RESTITUTION DES TRAVAUX DE GROUPE : 02h00

What is Go To Market Strategy

- The process of Go to Market Strategy that matches your sales funnel
- Target Segmentation Personas
- Distribution (Direct vs Channel) Brand Positioning; Social Media PR email Marketing
- Customer Acquisition Channels
- Inbound and Outbound Marketing
 - Why Inbound Marketing?
 - Attract, Engage And Delight Tools
 - Developing Content: How you can educate your customer to increase your sales?
- Application of data driven Lean startup approach
- Test learn and metrics

Guest Lecture:

How can I promote my company on different social media platforms
Facebook-As a marketing and Sales Channel for Startups

5

Communication : l'expression orale

COURS : 03h30

Intervenatn : Vincent Rigaut

- 1) Introduction : qu'est ce que captiver un auditoire?
- 2) Capture video de pitches individuels
- 3) Faire la différence entre persuader et convaincre
- 4) Règles d'or et check-list sur la communication verbale et non-verbale
- 5) Décryptage vidéo des pitches individuels

6

Communication : supports de présentation

COURS : 04h00

- 1) Comment rater ou réussir une présentation avec diaporama
- 2) Analyse d'un bon exemple
- 3) Conception d'une présentation par équipes
- 4) Debriefing et évaluation