



# École Atlantique de Commerce

CATALOGUE DE COURS

*en langue française*

ÉCOLE ATLANTIQUE DE COMMERCE

Filière ENTREPRENEURIAT



## Sommaire

---

Tableau synoptique filière ENTREPRENEURIAT

Syllabus de Cours 3<sup>ème</sup> année – Filière **ENTREPRENEURIAT**... projection Fall2015.....

Tableau synoptique filière de 3<sup>ème</sup> année

| BACHELOR<br>EAC<br>3 <sup>ème</sup> année        | ENTREPRENEURIAT    |                                     |       |                                |                       |                  | Marine LE MOIGNE |  |
|--------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------|-------|--------------------------------|-----------------------|------------------|------------------|--|
| MODULES                                          |                    |                                     | Cours | Temps<br>face à face<br>(en h) | ECTS                  | nom du formateur | Evaluation       |  |
| CRÉER ET<br>DEVELOPPER UN<br>CENTRE DE<br>PROFIT | ENT_HS301          | Entrepreneuriat                     | 30    | 4                              | LE MOIGNE Marine      | 100% CC          |                  |  |
|                                                  | ENT_FIN301         | Business Plan Financier             | 27    | 4                              | GAUTIER Stéphane      | 100% CC          |                  |  |
|                                                  | ENT_MKT301         | De l'EDM à la stratégie marketing   | 30    | 4                              | BLANCHETIERE Béatrice | 100% CC          |                  |  |
|                                                  | ENT_HS302          | Stratégie d'entreprise              | 18    | 2                              | CASTEL Sébastien      | 100% CC          |                  |  |
|                                                  | ENT_HS303          | Droit des Sociétés                  | 12    | 2                              | JAN KERGUISTEL Alain  | 100% IE          |                  |  |
| MANAGER UN<br>CENTRE DE<br>PROFIT                | ENT_HS304          | Management des Ressources Humaines  | 24    | 3                              | NASCHBERGER Christine | 50% CC - 50% IE  |                  |  |
|                                                  | ENT_MKT302         | E-business                          | 18    | 2                              | LE GAC Matthieu       | 100% CC          |                  |  |
|                                                  | ENT_HS305          | Entrepreneuriat international       | 6     | -                              | LE PAPILLON Damien    |                  |                  |  |
|                                                  | ENT_MKT303         | Outils de gestion de l'entrepreneur | 21    | 3                              | LE MOIGNE Marine      | 100% CC          |                  |  |
|                                                  | ENT_HS306          | Stratégie de communication          | 21    | 3                              | FRAMBOURT Murielle    | 100% CC          |                  |  |
| ENT_PE301                                        | Mission entreprise |                                     | 25    | 4                              | LE MOIGNE Marine      | 100% CC          |                  |  |
|                                                  | TOTAL              |                                     |       | 31                             |                       |                  |                  |  |

**CRÉER ET DEVELOPPER UN CENTRE DE PROFIT : 107h – 11 ECTS**
**ENT\_HS301 Entrepreneuriat : 30h – 3 ECTS**

| Cours (course)<br>ENT_HS301                                            | Entrepreneuriat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Responsable du cours<br>(Course leader)                                | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Enseignants<br>(Instructors)                                           | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Description du cours<br>(Course description)                           | Le module entrepreneuriat permet une initiation à l'importance de l'environnement dans le projet entrepreneurial : autour du Porteur de projet et de son idée.<br>Il permet aussi d'identifier les étapes du processus propre à l'entrepreneuriat, les interactions entre étude de marché et business plan.<br>Il permet, à partir de la viabilité du projet, de construire le business model. |
| Objectifs du cours<br>(Learning outcomes)                              | Diagnostiquer<br>Synthétiser<br>Argumenter<br>Décider                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Compétences visées<br>(Learning goals & learning objectives)           | Etre capable de synthétiser une information pour en tirer une aide à la décision à travers des outils<br>Développer une vision globale de l'entreprise<br>Définir et adapter une posture de manager décisionnaire autour d'un projet<br>Animer un groupe, une équipe projet                                                                                                                    |
| Concepts enseignés<br>(Concepts)                                       | La notion de processus transversal<br>Les modes de management autour de l'entrepreneuriat<br>Les outils de gestion de projet entrepreneuriaux                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Méthodes pédagogiques<br>(Learning methods/teaching procedures)        | Cours descendant avec recherche préalable sur le thème<br>Travaux individuels et collectifs sur thèmes<br>Remise de dossiers<br>Présentations orales                                                                                                                                                                                                                                           |
| Travail attendu<br>(Assignments)                                       | Recherche et rencontres avec des entrepreneurs<br>Veille documentaire<br>Reporting et présentation orale                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Evaluation (Evaluation)                                                | Part du contrôle continu : 100%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Bibliographie/Ressources<br>du Cours<br>(Bibliography/course material) | Transmettre ou reprendre une entreprise Editions Dunod<br>Management des PME de la création à la croissance Editions Pearson Education<br>Site de l'apce, portail des sup porteur 44, les échos entrepreneurs...                                                                                                                                                                               |
| Nombre de credits ECTS<br>(number of ECTS credits)                     | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Planning du cours<br>(course schedule)                                 | 8 séances de 3 ou 4h<br>30h au total                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Séance 1.                                                              | <b>1/Etat des lieux de l'entrepreneuriat aujourd'hui en France</b><br>*A partir des sources statistiques, constat, analyse des spécificités : projet, profil, moyens..<br><br>1-1Caractéristiques des entrepreneurs : facteurs clés de succès                                                                                                                                                  |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Séance 2.</b> | <b>1-2 De l'idée au concept : les variétés d'idées, les variétés d'états</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment passe-t-on d'une idée au concept</li> <li>• Notion de concept</li> </ul><br><b>1-3 Les outils de diagnostic autour du projet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Swot, matrice BCG, QQCOPC</li> <li>• Travaux de groupe autour du projet</li> </ul> |
| <b>Séance 3.</b> | <b>2/Une gestion de projet entrepreneurial</b><br><b>2.1 Un process « step by step »</b><br><br>Construction du rétroplanning projet<br>Liste des actions, séquencements, acteurs..                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Séance 4.</b> | <b>2.2 La place du facteur humain : le porteur de projet au cœur du processus</b><br>Notion de vision et de valeurs<br>Les formes de management<br>La recherche de flexibilité                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Séance 5.</b> | <b>2.3 Les sources de financement</b><br>2.3.1. Les formes d'acteurs du financement<br>2.3.2. Les modes de financement : subventions, prêts bancaires, garanties...<br>2.4 Les statuts : le juridique et le social.<br>Critères de choix et implications.                                                                                                                                  |
| <b>Séance 6.</b> | <b>3/ Le business Model</b><br>Les diversités de modèle<br>Comment choisir ?                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Séance 7.</b> | <b>3/ Le business Model</b><br>Savoir présenter et vendre son business Model                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Séance 8</b>  | 3.2 Les autres formes entrepreneuriales : Intra, la reprise, ...                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

**ENT\_FIN\_301 Business Plan Financier : 27h – 3 ECTS**

| Cours (course)<br>ENT_FIN_301                                          | Business Plan Financier                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Responsable du cours<br>(Course leader)                                | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                             |
| Enseignants<br>(Instructors)                                           | Stéphane GAUTIER                                                                                                                                                                                                                                             |
| Description du cours<br>(Course description)                           | Aborder l'aspect financier de leur projet ; comment construire un business plan ; comment être convaincant devant des partenaires <b>financiers</b> .                                                                                                        |
| Objectifs du cours<br>(Learning outcomes)                              | Etablir un business plan fiable pour un projet donné ;<br>Comprendre les attentes des destinataires (banques ; organismes publics)                                                                                                                           |
| Compétences visées<br>(Learning goals & learning objectives)           | LO01 Chercher et qualifier l'information<br>LO06 Savoir formaliser un raisonnement<br>LO12 Déterminer les ressources nécessaires (humaines, techniques, financières, ...)<br>LO15 Mettre en application ses connaissances académiques et/ou professionnelles |
| Concepts enseignés<br>(Concepts)                                       | Gestion prévisionnelle d'une création ou reprise de société.<br>Prévoir, anticiper, contrôler le suivi des prévisions.                                                                                                                                       |
| Méthodes pédagogiques<br>(Learning methods/teaching procedures)        | Alternance d'apports théoriques et méthodiques d'une part et de cas pratiques d'autre part                                                                                                                                                                   |
| Travail attendu<br>(Assignments)                                       | Application des apports à leur projet.                                                                                                                                                                                                                       |
| Evaluation (Evaluation)                                                | 100% CC                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Bibliographie/Ressources<br>du Cours<br>(Bibliography/course material) | Réaliser son business plan en 48h (Xavier Durand) 2011<br>Business plan : concevoir un business plan efficace (Richard Stutely) 2012<br>Business model : nouvelle génération (Yves Pigneur 2011)                                                             |
| Nombre de crédits ECTS<br>(number of ECTS credits)                     | 4                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Planning du cours<br>(course schedule)                                 | 5 séances de 3h et 3 séances de 4h.                                                                                                                                                                                                                          |
| Séance 1. (1. course)                                                  | Généralités sur le business plan (finalités, durée,...)<br>Destinataires.<br>Présentation du compte de résultat, du bilan, du tableau de financement                                                                                                         |
| Séance 2                                                               | Présentation du compte de résultat, du bilan, du tableau de financement (suite)<br>exercices                                                                                                                                                                 |
| Séance 3                                                               | Exercices d'application sur les cours 1 et 2                                                                                                                                                                                                                 |
| Séance 4                                                               | Investissement et types de financement<br>(apport ; emprunt ; subventions ; locations ; subventions)                                                                                                                                                         |
| Séance 5                                                               | Problématiques spécifiques en cas de rachat de fonds ; rachats de parts                                                                                                                                                                                      |
| Séance 6                                                               | Travail de groupe sur le projet                                                                                                                                                                                                                              |
| Séance 7                                                               | Travail de groupe sur le projet                                                                                                                                                                                                                              |
| Séance 8                                                               | Travail de groupe sur le projet                                                                                                                                                                                                                              |

**ENT\_MKT301 De l'EDM à la stratégie marketing : 30h – 3 ECTS**

| Cours (course)<br><i>ENT_MKT301</i>                                    | <b>De l'étude de marché à la stratégie marketing</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Responsable du cours</b><br>(Course leader)                         | <i>Marine LE MOIGNE</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Enseignants</b><br>(Instructors)                                    | <i>Béatrice Blanchetiere</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Description du cours</b><br>(Course description)                    | <p><i>Une fois l'idée de projet définie et évaluée, il faut désormais s'assurer de sa faisabilité commerciale en réalisant une étude de marché.</i></p> <p><i>Cette étape obligatoire va vous permettre :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>de mieux connaître les grandes tendances et les acteurs de votre marché</i></li> <li>• <i>de fixer des hypothèses de chiffre d'affaires</i></li> <li>• <i>de déterminer votre stratégie pour atteindre vos objectifs</i></li> <li>• <i>d'obtenir le mix-marketing le plus cohérent possible</i></li> <li>• <i>d'apporter des éléments concrets qui serviront à établir le budget prévisionnel</i></li> </ul> <p><i>Fort de votre étude de marché, vous définirez ensuite votre stratégie marketing et commerciale et prendrez des décisions opérationnelles (Produit, prix, distribution, communication)</i></p> |
| <b>Objectifs du cours</b><br>(Learning outcomes)                       | <p><i>Savoir réaliser une étude de marché adaptée à la problématique de création,</i></p> <p><i>Savoir formaliser une synthèse</i></p> <p><i>Savoir faire des choix stratégiques (GO/NO GO, ciblage, positionnement)</i></p> <p><i>et opérationnels (offre, prix, commercialisation, communication) dans le respect RSE</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Compétences visées</b><br>(Learning goals & learning objectives)    | <p><i>Concevoir un projet</i></p> <p><i>Evaluer un projet</i></p> <p><i>Conduire un projet</i></p> <p><i>Rechercher et exploiter l'information nécessaire</i></p> <p><i>Réaliser une étude de marché</i></p> <p><i>Enrichir et exploiter le système d'information commerciale</i></p> <p><i>Segmenter son marché, Cibler</i></p> <p><i>Définir un positionnement différenciant</i></p> <p><i>Vendre</i></p> <p><i>Assurer la qualité de service à la clientèle</i></p> <p><i>Elaborer une offre de produits et de services.</i></p> <p><i>Développer la relation commerciale et fidéliser.</i></p> <p><i>Mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel</i></p>                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Concepts enseignés</b><br>(Concepts)                                | <p><i>Etude de marché (analyse SWOT, trames, questionnaires, diagnostic, etc.)</i></p> <p><i>Démarche marketing (segmentation, ciblage, positionnement)</i></p> <p><i>Marketing opérationnel (MIX marketing)</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Méthodes pédagogiques</b><br>(Learning methods/teaching procedures) | <p><i>Comment réaliser votre étude de marché et définir votre stratégie marketing ?</i></p> <p><i>Grâce à des apports théoriques sur la méthodologie et l'utilisation d'outils de gestion de projet vous réaliserez :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>une analyse du marché pour dégager les facteurs clés de succès. (demande, offre, tendances, parties prenantes, etc.)</i></li> <li>• <i>une analyse des capacités stratégiques de l'entreprise en création.</i></li> </ul> <p><i>Un accompagnement personnalisé vous aidera dans le diagnostic du projet ainsi qu'un suivi de l'élaboration de votre démarche marketing.</i></p>                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Travail attendu (Assignments)</b>                                    | <i>Etude de faisabilité du projet.</i><br><i>Analyse de l'environnement.</i><br><i>Réalisation d'un diagnostic.</i><br><i>Définition et justification du positionnement.</i><br><i>Prise de décisions opérationnelles.</i>                                                                                                                                                                          |
| <b>Evaluation (Evaluation)</b>                                          | 100% contrôle continu :<br>1 note collective (dossier)<br>1 note individuelle (évaluation écrite)                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Bibliographie/Ressources du Cours (Bibliography/course material)</b> | Giannelloni J.L. Vernet E. (2012), <i>Etudes de marché</i> , Vuibert<br><br>Mercator<br><br>Site : <a href="http://apce.com">apce.com</a>                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Nombre de credits ECTS (number of ECTS credits)</b>                  | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Planning du cours (course schedule)</b>                              | 10 séances de 3h                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Séance 1. (25/09/2014)<br/>8h30-12h30</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présenter les objectifs et le travail à réaliser par groupe</li> <li>• Rappeler les étapes de la démarche marketing</li> <li>• Sensibiliser aux enjeux et finalités de l'étude de marché dans la création/reprise d'entreprise</li> <li>• Cerner les principaux outils des études qualitatives et quantitatives (panorama rapide)</li> </ul>               |
| <b>Séance 2. (9/10/2014)<br/>8h30-12h30</b>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formalisation du concept</li> <li>• Construction du plan d'étude</li> <li>• Organisation du travail en mode projet</li> <li>• Recherche documentaire</li> </ul>                                                                                                                                                                                            |
| <b>Séance 3. (16/10/2014)<br/>8h30-12h30</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accompagnement dans l'étude documentaire</li> <li>• Début de rédaction de l'analyse</li> <li>• Benchmark des concurrents / expériences similaires</li> <li>• Construction des questionnaires/trames, etc..</li> </ul>                                                                                                                                      |
| <b>Séance 4. (23/10/2014)<br/>9h30-12h30</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivi de l'étude documentaire</li> <li>• Validation des sources</li> <li>• Rédaction de l'analyse</li> <li>• Synthèse du Benchmark des concurrents / expériences similaires</li> <li>• Identification des clients potentiels et des PI</li> <li>• finalisation des questionnaires/trames, (clients, concurrents, etc..)</li> <li>• Prise de RDV</li> </ul> |
| <b>Séance 5. (6/11/2014)<br/>9h30-12h30</b>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mises à plat</li> <li>• Analyse</li> <li>• Début de conclusions</li> <li>• Rédaction de l'analyse de l'environnement</li> <li>• Accompagnement par groupe</li> </ul>                                                                                                                                                                                       |
| <b>Séance 6. (13/11/2014)<br/>9h30-12h30</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Validation des analyses et études de marchés</li> <li>• Finalisation de la segmentation</li> <li>• Ciblage ( cœur de cible)</li> <li>• Définition du positionnement</li> <li>• Début de recommandations opérationnelles</li> </ul>                                                                                                                         |
| <b>Séance 7. (20/11/2014)</b>                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir son assortiment</li> <li>• Justifier ses conclusions avec des éléments de l'étude.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9h30-12h30                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer une offre complète de services associés</li> <li>• Gérer son offre</li> <li>• Définir des axes de merchandising adaptés à son offre et son marché</li> <li>• Définir sa stratégie de communication</li> </ul> |
| Séance 8. (27/11/2014)<br>9h30-12h30 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construction du diaporama</li> <li>• Finalisation du dossier.</li> <li>• Accompagnement individualisé sur les décisions opérationnelles</li> </ul>                                                                     |
| Séance 9. (04/12/2014)<br>9h30-12h30 | Préparation de la soutenance : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entraînement à l'oral</li> <li>• Vérification des diaporamas</li> <li>• Anticipation des questions</li> <li>• Travail sur la présentation</li> </ul> Coaching par groupe                |
| Séance 10. (15/12/2014)              | Soutenance blanche le 15 décembre                                                                                                                                                                                                                               |

**EAC15\_S5\_HS301 Stratégie d'entreprise : 18h - 2 ECTS**

| Cours (course)<br><i>EAC15_S5_HS301</i>                                | Stratégie et business model                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Responsable du cours</b><br>(Course leader)                         | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Enseignants</b><br>(Instructors)                                    | Sébastien CASTEL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Description du cours</b><br>(Course description)                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le management stratégique et l'esprit d'entreprise sont des domaines complémentaires parce que le premier est l'ensemble des décisions et des actions de gestion qui détermine la compétitivité et la performance à long terme d'une organisation. Pendant ce cours, les étudiants auront à élaborer un diagnostic complet d'un environnement concurrentiel, à identifier les opportunités et les menaces stratégiques, à évaluer les capacités et ressources distinctives, à définir une stratégie concurrentielle, à faire des choix opérationnels, à évaluer la faisabilité de leur projet et à convaincre les différents les parties prenantes.</li> <li>-</li> </ul> |
| <b>Objectifs du cours</b><br>(Learning outcomes)                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendre les enjeux stratégiques et l'esprit d'entreprise</li> <li>- Améliorer la capacité d'analyse dans l'évaluation des stratégies et politiques qui déterminent le succès à long terme des entreprises</li> <li>- Comprendre pourquoi certaines entreprises réussissent et d'autres échouent.</li> <li>- Avoir la capacité d'analyser les forces et les faiblesses organisationnelles (et les opportunités et les menaces)</li> <li>- Offrir la possibilité à chaque élève de participer aux débats sur des questions stratégiques</li> <li>- Améliorer les compétences en communication écrite et orale.</li> </ul>                                                |
| <b>Compétences visées</b><br>(Learning goals & learning objectives)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- LO03 - ANALYSER Identifier les différentes options possibles</li> <li>- LO04 - ANALYSER Comprendre et maîtriser les outils d'aide à la décision</li> <li>- LO05 - ANALYSER Mobiliser ses connaissances théoriques et/ou liées à l'expérience</li> <li>- LO06 - ANALYSER Savoir formaliser un raisonnement</li> <li>- LO12 - DECIDER Déterminer les ressources nécessaires (humaines, techniques, financières, ...)</li> <li>- LO15 - AGIR Mettre en application ses connaissances académiques et/ou professionnelles</li> <li>- LO26 - INFLUER Défendre des choix</li> <li>-</li> </ul>                                                                                   |
| <b>Concepts enseignés</b><br>(Concepts)                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les stratégies internationales</li> <li>- Les stratégies innovantes</li> <li>- Fusions, acquisitions, alliances et partenariats</li> <li>- Business model</li> <li>- L'évaluation des stratégies</li> <li>- Le modèle des 7 S de Mc kinsey</li> <li>- La conduite du changement</li> <li>- Les décisions stratégiques</li> <li>-</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Méthodes pédagogiques</b><br>(Learning methods/teaching procedures) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cours magistral : Présentation des concepts théoriques et des méthodes.</li> <li>- Illustrations empiriques: illustration des concepts avec des exemples différents du monde des affaires.</li> <li>- Études de cas distribuées en classe.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Travail attendu</b><br>(Assignments)                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lecture de chapitres correspondant à chaque session dans les ouvrages mentionnés.</li> <li>- Travail sur des mini-études de cas distribuées en classe</li> <li>- Participation active aux discussions en classe</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude stratégique (projet )</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Evaluation (Evaluation)</b>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Part du contrôle continu : 50 %</li> <li>- Part de contrôle final : 50 %</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Bibliographie/Ressources du Cours (Bibliography/course material)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- G.Johnson, K.Scholes, R.Whittington, F.Fréry, Stratégique, Pearson Education, 2009</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Nombre de credits ECTS (number of ECTS credits)</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Planning du cours (course schedule)</b>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 6 séances de 3 heures</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Séance 1. (course)</b>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Les stratégies internationales</b></li> <li>- <b>Les concepts</b></li> <li>- Choisir son marché</li> <li>- Identifier les facteurs d'internationalisation</li> <li>- Choisir les modalités de son développement à l'international</li> <li>- La responsabilité sociale, source d'avantage compétitif</li> <li>- <b>Les études de cas</b></li> <li>- Domino's Pizza, Mc Do, Essilor</li> </ul> |
| <b>Séance 2. (course)</b>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Les stratégies d'innovation</b></li> <li>- <b>Les concepts</b></li> <li>- Proposer une offre de référence originale</li> <li>- Stratégies de verrouillage du marché et de Rupture technologique</li> <li>- Innovation de procédé ou innovation de produit</li> <li>- <b>Etude de cas</b></li> <li>- Géox</li> </ul>                                                                           |
| <b>Séance 3 . (course)</b>                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Les stratégies de croissance</b></li> <li>- Croissance par alliance stratégique</li> <li>- Construire une chaîne de valeur pour marquer un avantage concurrentiel durable et distinctif</li> <li>- <b>Etude de cas</b></li> <li>- Matra Renault, Pixar</li> </ul>                                                                                                                             |
| <b>Séance 4. (course)</b>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>L'approche stratégique par le Business Model</b></li> <li>- Rendre solide l'avantage concurrentiel obtenu</li> <li>- Identifier les sources de création et de destruction de valeur</li> <li>- La proposition de valeur</li> <li>- L'architecture de valeur</li> <li>- <b>Etude de cas</b></li> <li>- Projet stratégique des étudiants</li> </ul>                                             |
| <b>Séance 5. (course)</b>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Stratégies du changement</b></li> <li>- <b>Concepts</b></li> <li>- Gérer le changement stratégique d'une organisation pour assurer son développement</li> <li>- Les 7 s de Mc Kinsey</li> <li>- <b>Etude de cas</b></li> <li>- Décathlon, Nike, CSP</li> </ul>                                                                                                                                |
| <b>Séance 6 (course)</b>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Les décisions stratégiques</b></li> <li>- <b>Les concepts</b></li> <li>- Le canevas stratégique</li> <li>- La grille des 4 actions</li> <li>- La courbe de valeur</li> <li>- Le séquençement stratégique</li> <li>- <b>Etude de Cas</b></li> <li>- Projet stratégique des étudiants</li> <li>- AOL, Google</li> </ul>                                                                         |

**ENT\_HS303 Droit des sociétés : 12h – 1 ECTS**

| <b>Cours (course)<br/>ENT_HS303</b>                                      | <b>Droit des sociétés</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Responsable du cours<br/>(Course leader)</b>                          | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Enseignants<br/>(Instructors)</b>                                     | Alain Jan-Kerguistel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Description du cours<br/>(Course description)</b>                     | <p>Le choix d'une structure juridique est une étape décisive pour un futur entrepreneur. Ce choix aura en effet de nombreuses incidences sur l'activité exercée et notamment en terme :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De responsabilité ;</li> <li>- De répartition des pouvoirs ;</li> <li>- D'évolution de l'activité.</li> </ul> <p>Afin de conduire les élèves à être à même de faire un choix le plus circonstancié possible, Le module abordera successivement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la question de l'option pour la société ou pour une forme d'entreprise individuelle ;</li> <li>- les modalités de constitution de la société ;</li> <li>- les grands types de sociétés françaises (SNC, SARL, SA SAS) ;</li> <li>- les enjeux liés à la rédaction des statuts ;</li> <li>- les jeux de pouvoir dans les sociétés.</li> </ul> |
| <b>Objectifs du cours<br/>(Learning outcomes)</b>                        | <p>Distinguer sociétés de personnes de capitaux et mixtes du point de vue de leurs avantages et des inconvénients respectifs</p> <p>Être capable de lire un organigramme de société en précisant : qui détient quel pouvoir.</p> <p>Exploiter des statuts du point de vue du secrétariat de la société</p> <p>Etre capable d'accompagner la prise de décision dans une société en respectant la contrainte sociale et notamment en se familiarisant avec l'exploitation de statuts de société</p> <p>Comprendre les sociétés en tant qu'outils au service de l'initiative économique</p> <p>Être capable de diagnostiquer une structure en fonction de contraintes exprimées en termes patrimonial, de pouvoir et de responsabilité.</p>                                                                                                                                        |
| <b>Compétences visées<br/>(Learning goals &amp; learning objectives)</b> | L002 . L003. L005 . L006 . L007 . L010 . L011 . L014 .L019 . L022 . L024                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Concepts enseignés<br/>(Concepts)</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- concept de société</li> <li>- concept de personne morale</li> <li>- concept de responsabilité sociale</li> <li>- concept de mandat social</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Méthodes pédagogiques<br/>(Learning methods/teaching procedures)</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des diaporamas présentant les différentes structures permettront de faciliter la compréhension des élèves et seront l'occasion d'apports didactiques de l'intervenant.</li> <li>- Des cas pratiques permettront de comprendre les implications concrètes des apports théoriques.</li> <li>-Les séances se dérouleront dans un souci d'interactivité constant</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Travail attendu<br/>(Assignments)</b>                                 | <p>Tenir compte des contraintes statutaires dans le processus de décision</p> <p>Comprendre les incidences en terme de responsabilité d'une décision sociale</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Evaluation (Evaluation)</b>                                           | <p>Part du contrôle continu : 0 %</p> <p>Part de l'IE : 100 %</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Bibliographie/Ressources du Cours (Bibliography/course material)</b>  | <p>Mémento Francis Lefebvre : sociétés</p> <p>Droit des sociétés Maurice Cozian ed. Litec</p> <p><a href="http://www.legifrance.gouv.fr/">http://www.legifrance.gouv.fr/</a></p> <p><a href="http://www.apce.com/">http://www.apce.com/</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Nombre de credits ECTS<br/>(number of ECTS credits)</b>               | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|                                                |                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Planning du cours<br/>(course schedule)</b> | 4 séances de 3h (séminaire 2 journées de 6 heures)                                                                                                                                             |
| <b>Séance 1. (course)</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- la notion de société</li> <li>- Cas pratiques</li> </ul>                                                                                              |
| <b>Séance 2. (course)</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de la SNC diaporama</li> <li>- Application pratique sur la SNC</li> <li>Exploitation de statuts.</li> </ul>                              |
| <b>Séance 3 . (course)</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de la SA classique diaporama</li> <li>- Jeu de vote</li> <li>- Présentation de la SA moderne Diaporama</li> </ul>                        |
| <b>Séance 4. (course)</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de La SARL diaporama</li> <li>- cas pratique</li> <li>- présentation de la SAS diaporama</li> <li>- Cas pratiques de synthèse</li> </ul> |

**MANAGER UN CENTRE DE PROFIT : 90h – 6 ECTS**
**Management des Ressources Humaines : 24h – 2 ECTS**

| Cours (course)<br>ENT_HS304                                                | Management des Ressources Humaines (MRH)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Responsable du cours</b><br>(Course leader)                             | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Enseignants</b><br>(Instructors)                                        | Christine NASCHBERGER                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Description du cours</b><br>(Course description)                        | Montrer l'importance stratégique du "facteur humain" aujourd'hui et la responsabilité de chacun dans son développement<br>Proposer des outils d'analyse et de réflexion pour permettre aux étudiants de prendre du recul sur les situations de management des ressources humaines qu'ils rencontrent et de mieux en comprendre les enjeux                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Objectifs du cours</b><br>(Learning outcomes)                           | Les objectifs de ce cours sont<br>- Sensibiliser les étudiants au nouveau rôle du manager d'équipe<br>- Comprendre comment les évolutions de l'environnement remettent en cause le fonctionnement des organisations ainsi que les pratiques traditionnelles de management des Hommes<br>- Cerner toutes les dimensions du rôle du responsable d'équipe et son positionnement dans le dispositif de gestion des ressources humaines de l'entreprise<br>- Identifier les leviers d'un management d'équipe performant                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Compétences visées</b><br>(Learning goals & learning objectives)        | LG02 - Comprendre l'entreprise et son environnement complexe<br>LG15 - Mettre en application ses connaissances académiques et/ou professionnelles<br>LG21 - Accompagner le développement des compétences<br>LG31 - Progresser en termes de comportement                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Concepts enseignés</b><br>(Concepts)                                    | Le manager et son environnement ; La gestion interculturelle ; La motivation en entreprise ; Le recrutement, La Gestion Prévisionnelle des Emplois et Compétences (GPEC), L'évaluation, La formation, La rémunération,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Méthodes pédagogiques</b><br>(Learning methods/teaching procedures)     | - Cours et apport théorique<br>- Etudes de cas<br>- Articles, Textes, Exercices<br>- Vidéos<br>- Discussion<br>- Partages d'expérience<br>- Exposés d'étudiants                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Travail attendu</b><br>(Assignments)                                    | Préparation d'un dossier et d'une présentation PowerPoint en groupe ; Lire les études de cas et les articles avant chaque séance ;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Evaluation (Evaluation)</b>                                             | - Contrôle continu : 40% (travaux de groupes et participation individuelle en cours)<br>- Contrôle final : 60% (2 heures, documents non autorisés)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Bibliographie/Ressources du Cours</b><br>(Bibliography/course material) | Manuel de cours recommandé : Nicolas, E. <i>Gestion des Ressources Humaines</i> . Dunod.<br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Alexandre-Bailly, F., Bourgeois, D., Gruère, J.-P., Raulet-Croset, N., Roland-Lévy, C. 2006. <i>Comportements humains et management</i>, Paris: Pearson Education.</li> <li>• Bergmann, A. et Uwamungu, B. 2004. <i>Encadrement et Comportement</i>. 2ième édition, Editions ESKA.</li> <li>• Belbin, M., Le Garrec, I. et Talvez, B. 2006. <i>Les rôles en équipe</i>. Editions d'Organisation.</li> <li>• Cadin, L., Guérin, F., Pigeyre, F. et Pralong, J. 2012. <i>Gestion des ressources humaines. Pratique et Eléments de théorie</i>, Paris: Dunod.</li> <li>• Cohen, A. 2006. <i>Toute la fonction Ressources Humaines</i>. Paris : Dunod.</li> <li>• Devillard, O. 2000. <i>La dynamique des équipes</i>. Editions d'Organisation.</li> <li>• Guérin, F. et al. 2005. <i>Organisations et Comportements. Nouvelles Approches. Nouveaux Enjeux</i>. Paris: Dunod.</li> <li>• Guerrero S. 2010, <i>Les outils des GRH, Les savoir-faire essentiels en GRH</i>. Dunod.</li> <li>• Hellriegel, D., Slocum, J. W. Jr., Woodman, R. W. 1993. <i>Management des organisations</i>, Bruxelles: De Boeck Université.</li> <li>• Morin, E. 1996. <i>Psychologies au travail</i>. Paris: Gaëtan Morin.</li> <li>• Nicolas, A. 2013. <i>Nouveaux enjeux de la GRH. Les pratiques actuelles de GRH illustrées par des cas corrigés</i>. Ellipses.</li> </ul> |

|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Petit, M. 1999. <i>Management d'équipe. Concepts et Pratiques</i>. Dunod.</li> <li>• Poulet, B. 1995. <i>Les outils du manager. Pour motiver ses collaborateurs, organiser, contrôler et mettre en œuvre un projet d'équipe</i>. Ed. Demos.</li> <li>• Robbins, S., Judge, T. 2006. <i>Comportements organisationnels</i>. Paris: Pearson Education.</li> <li>• Robbins, S., DeCenzo, D. 2004. <i>Management. L'essentiel des concepts et des pratiques</i>. Paris: Pearson Education.</li> <li>• Schermerhorn, J. R. Jr., Hunt, J. G., Osborn, R. N. 2006. <i>Comportement humain et organisation</i>, Paris: Pearson Education.</li> <li>• Selles, M. et Testa, J.-P. 1999. <i>Animer, diriger une équipe</i>. ESF.</li> <li>• Simonet, J. et Simonet, R. 1987. <i>Le management d'une équipe. Guide pour négocier, animer, former</i>. Editions d'Organisation.</li> <li>• Stankiewicz, F. 2007. <i>Manager RH. Des concepts pour agir</i>. De Boeck.</li> <li>• Thévenet, M., Dejoux, C., Marbot, E., Bender, A.-F. 2012. <i>Fonctions RH. Politiques, métiers et outils des ressources humaines</i>. Pearson Education.</li> </ul> |
| <b>Nombre de crédits ECTS (number of ECTS credits)</b> | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Planning du cours (course schedule)</b>             | 8 séances de 3h (one session will be taught in English)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Séance 1. (1. course)</b>                           | <b>Partie 1. Comprendre les bases du management</b><br>Le manager et son rôle <ul style="list-style-type: none"> <li>- Étude de cas: « Comment la Suisse a-t-elle gagné l'America's Cup? »</li> <li>- Video: Qu'est-ce qu'un chef ?</li> </ul> Le manager international – le management interculturel <ul style="list-style-type: none"> <li>- Questionnaire de Harris &amp; Moran</li> <li>- Questionnaire de Hofstede</li> </ul> Les comportements individuels et collectifs (Part 1) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Étude de cas : Le cas le choc de la réalité</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Séance 2. (2. course)</b>                           | <b>Comprendre les bases du management</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les comportements individuels et collectifs (Part 2)</li> <li>- Étude de cas Amniosynthèse</li> <li>- Article: « Les épreuves de sélection: de plus en plus approfondies... et raffinées »</li> <li>- La conduite d'équipes</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Séance 3. (3. course)</b>                           | <b>Partie 2. Animer et développer une équipe</b><br>Motiver et encadrer ses collaborateurs <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vidéo: Cas d'Entreprise: Auchan</li> <li>- Étude de cas : Sylvie Dubois</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Séance 4. (4. course)</b>                           | <b>Animer et développer une équipe (Séance en Anglais)</b><br>Recruter et sélectionner des candidats<br>Intégrer des nouveaux collaborateurs<br>Case Study : SG Cowen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Séance 5. (5. course)</b>                           | <b>Animer et développer une équipe</b><br>Evaluer les collaborateurs <ul style="list-style-type: none"> <li>- Étude de cas: Quel est l'objet de l'évaluation?</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Séance 6. (6. course)</b>                           | <b>Animer et développer une équipe</b><br>Rémunérer et inciter les collaborateurs<br>Développer les compétences des collaborateurs <ul style="list-style-type: none"> <li>- Étude de cas: Les Mutuelles Agréées</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Séance 7. (7. course)</b>                           | <b>Animer et développer une équipe</b><br>Communiquer avec ses collaborateurs<br>Négocier avec ses collaborateurs <ul style="list-style-type: none"> <li>- Video: Developing Communication Skills</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Séance 8. (8. course)</b>                           | <b>Animer et développer une équipe</b><br>Gérer, « médier » et résoudre des conflits dans l'équipe<br>Gérer le stress<br>Promouvoir le changement<br><u>Conclusion</u> : Comparaison des politiques MRH sous l'angle de différentes cultures (anglo-saxonne, française, etc.), sous l'angle de la culture d'entreprise, etc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

**ENT\_MKT302 E- BUSINESS : 18h – 1 ECTS**

| Cours (course)<br><i>ENT_MKT302</i>                                    | E-Business                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Responsable du cours<br>(Course leader)                                | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Enseignants<br>(Instructors)                                           | Mathieu Le Gac                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Description du cours<br>(Course description)                           | Ce cours a pour but d'introduire l'usage des nouvelles technologies dans une démarche business (lancement d'entreprise) : quels sont les enjeux de cette prise en compte, les bonnes pratiques, les concepts indispensables à sa compréhension.                                                                                                                                                                                                                          |
| Objectifs du cours<br>(Learning outcomes)                              | Comprendre les enjeux des technologies Web. Concevoir une stratégie de communication sur Internet avec un objectif de croissance en intégrant les principaux concepts-clés présentés en cours.                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Compétences visées<br>(Learning goals & learning objectives)           | Etre en capacité d'évaluer les performances des canaux : évaluation coût / efficacité.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Concepts enseignés<br>(Concepts)                                       | Cf. Séances.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Méthodes pédagogiques<br>(Learning methods/teaching procedures)        | Cours théorique<br>Etudes de cas et découverte d'outil / demo / video.<br>Mise en pratique en groupe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Travail attendu<br>(Assignments)                                       | Présentation du travail pratique en groupe sous forme de pitch                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Evaluation (Evaluation)                                                | Part du contrôle continu : 100%<br>Part de l'IE :                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Bibliographie/Ressources<br>du Cours<br>(Bibliography/course material) | <i>Business model generation</i> , d'Alexander Osterwalder<br><i>The Family / Startup Food</i><br><i>The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses</i>                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Nombre de credits ECTS<br>(number of ECTS credits)                     | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Planning du cours<br>(course schedule)                                 | 6 séances de 3 heures                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Séance 1. (1. course)                                                  | Internet VS Web<br>Comment fonctionne Internet<br>Histoire / Faits marquants (1.0 > 3.0)<br>Sensibilisation à la sécurité Informatique<br>Tendances : SOLOMO / ATAWAD / ToDaClo / KISS / Big Data & Objets Connectés<br><br>Lancement de la simulation / travail pratique                                                                                                                                                                                                |
| Séance 2. (2. course)                                                  | Quels types d'opérations marketing peut-on mettre en oeuvre sur Internet ?<br>Webmarketing (SEO/SEM), Web Sémantique, Longue traine, User Generated Content, Inbound Marketing, Communication sur les Réseaux Sociaux, Viralité, Stratégie Multi-canal, Emailing Transactionnel<br>Outils : Google Analytics / RS (Twitter / Facebook / Instagram / Yo / SnapChat / Secret / FourSquare) / AdWords - AdSense / Facebook Ads / Twitter Ads / Unbounce + Launchrock / Turk |
| Séance 3. (3. course)                                                  | Business Model Canvas<br>Focus : proposition de valeur / relation client / source de revenu : SaaS<br>Modèle Full Stack                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Séance 4. (4. course)                                                  | Lean Startup : Bootstrapping / Approche Do-Test-Measure-Do it again / AB Testing / Taux de transformation / Entonnoir de conversion / Multi-armed Bandit Algorithms / Mesure ROI / Sensibilisation au Growth Hacking                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Séance 5. (5. course)                                                  | Financement : mécanique de la démultiplication des aides / subventions / prêts sur fonds propres, présentation de dispositifs locaux, explication de l'approche levée de fonds.                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Séance 6. (6. course)                                                  | Restitution de la simulation sous forme de pitch / Discussion et critique                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

**ENT\_HS305 Entrepreneuriat International : 6h – 0 ECTS**

| Cours (course)<br>ENT_HS305                                            | Entrepreneuriat International                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Responsable du cours<br>(Course leader)                                | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Enseignants<br>(Instructors)                                           | Damien Le Papillon                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Description du cours<br>(Course description)                           | L'objectif de ce cours est de réaliser un projet de création d'entreprise dans un pays étranger. Après avoir choisi un pays, chaque groupe devra réaliser les recherches suffisantes pour obtenir l'information nécessaire à la création d'une entreprise dans le pays choisi. Des éléments théoriques ( les étapes dans la création d'une entreprise au Mexique...) seront présentées pour aider les étudiants dans leur projet. Ainsi que des cas pratiques concrets pour la réalisation d'un projet le plus réaliste possible. |
| Objectifs du cours<br>(Learning outcomes)                              | Être capable d'élaborer un projet de création d'entreprise dans un contexte international. L'objectif n'étant pas seulement la viabilité du projet mais de comprendre les difficultés existantes et les barrières à surmonter.                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Compétences visées<br>(Learning goals & learning objectives)           | LO01 Chercher et qualifier l'information                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                        | LO10 Evaluer les risques et les implications d'une décision                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                        | LO12 Déterminer les ressources nécessaires (humaines, techniques, financières, ...)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                        | LO13 Définir des plans d'action                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                        | LO19 Agir collectivement                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                        | LO26 Défendre des choix                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Concepts enseignés<br>(Concepts)                                       | Les étapes de la création d'entreprise<br>Avantages et inconvénients de créer son entreprise à l'étranger<br>La création d'entreprise au Mexique<br>Focus pays dans l'entrepreneuriat international                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Méthodes pédagogiques<br>(Learning methods/teaching procedures)        | Exposition du professeur, exposition des élèves.<br>Débat. Questions/Réponses                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Travail attendu<br>(Assignments)                                       | Entre chaque cours, des avancées significatives devront être réalisées pour être présentées à la séance suivante. Ce qui implique un travail sur le projet en dehors des séances.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Evaluation (Evaluation)                                                | Présentation finale                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Bibliographie/Ressources<br>du Cours<br>(Bibliography/course material) | « Dirección de Empresas Internacionales »<br>Edition : Prentice Hall – J. Pla Baber<br><a href="http://www.apce.fr">www.apce.fr</a><br><a href="http://www.netpme.fr/">http://www.netpme.fr/</a><br><a href="https://www.net-entreprises.fr/">https://www.net-entreprises.fr/</a><br><a href="http://www.sat.gob.mx">www.sat.gob.mx</a><br><a href="http://www.rnie.economica.gob.mx/RNIE/faces/inicio.xhtml">http://www.rnie.economica.gob.mx/RNIE/faces/inicio.xhtml</a>                                                        |
| Nombre de crédits ECTS<br>(number of ECTS credits)                     | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Planning du cours<br>(course schedule)                                 | Cours de 4h et coaching 6h par groupe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Séance 1. (1. course)                                                  | Présentation des objectifs du cours.<br>Mise en place des groupes.<br>Aspects théoriques : avantages et inconvénients de créer son entreprise à l'étranger.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Séance 2. (2. course)                                                  | Présentation des avancées des groupes. Difficultés rencontrées : questions/réponses<br>Aspects théoriques : points clés pour réussir                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Séance 3. (3. course)                                                  | Présentation des avancées des groupes. Difficultés rencontrées<br>Aspects théoriques : Les aspects économiques et financiers dans la création d'entreprise (de l'entreprise et du pays)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Séance 4. (4. course)                                                  | Présentation des avancées des groupes. Difficultés rencontrées<br>Aspects théoriques : Les aspects socio-culturels dans la création d'entreprise.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Séance 5. (5. course)                                                  | Présentation des avancées des groupes. Difficultés rencontrées<br>Aspects théoriques : Les aspects juridiques et administratifs dans la création d'entreprise.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Séance 6. (6. course)                                                  | Présentation des avancées des groupes. Difficultés rencontrées<br>Aspects théoriques : Secteurs porteurs et focus mondial.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

**ENT\_MKT303 Les outils de gestion de l'entrepreneur : 21h – 1 ECTS**

| <b>Cours (course)<br/>ENT_MKT303</b>                                            | <b>Les outils de gestion de l'entrepreneur</b>                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Responsable du cours<br/>(Course leader)</b>                                 | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Enseignants<br/>(Instructors)</b>                                            | Marine LE MOIGNE                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Description du cours<br/>(Course description)</b>                            | A partir du positionnement stratégique et de la posture managériale, l'étudiant entrepreneur construit des outils de gestion à travers des tableaux de bord pour l'aider à gérer son projet d'entreprise.<br>« De la vision à la gestion du Business Model » |
| <b>Objectifs du cours<br/>(Learning outcomes)</b>                               | Identifier les indicateurs stratégiques :<br>Autour de la politique d'achat<br>Autour du business model<br>Autour de la gestion des stocks<br>Autour de l'administration du personnel                                                                        |
| <b>Compétences visées<br/>(Learning goals &amp; learning objectives)</b>        | Etre capable de créer des outils d'aide à la décision<br>Maîtriser la détermination du chiffre d'affaires prévisionnel<br>Maîtriser les calculs de prix de vente, marges et coefficients.<br>Maîtriser le calcul des frais de personnel                      |
| <b>Concepts enseignés<br/>(Concepts)</b>                                        | Marges<br>Méthode des coefficients<br>Frais de personnel<br>Masse salariale<br>Outils d'aide à la décision<br>Conduite du changement<br>Motivation équipe                                                                                                    |
| <b>Méthodes pédagogiques<br/>(Learning methods/teaching procedures)</b>         | Apports théoriques (méthode face à face –descendant)<br>Mise en situation face à leurs projets<br>Etude de cas<br>Recherche documentaire                                                                                                                     |
| <b>Travail attendu<br/>(Assignments)</b>                                        | Etre capable de construire des outils de gestion via des tableaux de bord<br>Mettre en avant l'aide à la décision pour le manager transversal                                                                                                                |
| <b>Evaluation (Evaluation)</b>                                                  | Part du contrôle continu :100%                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Bibliographie/Ressources<br/>du Cours<br/>(Bibliography/course material)</b> | « Le carnet de bord du manager de proximité » P.Pouderoux Editions Eyrolles<br>« Manager son équipe au quotidien »<br>B.Diridollou Editions Eyrolles<br>« Ce que manager dans les services veut dire »<br>Mayaux et Vogler Editions d'Organisation           |
| <b>Nombre de credits ECTS<br/>(number of ECTS credits)</b>                      | 3                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Planning du cours<br/>(course schedule)</b>                                  | Exemple<br>6 séances de 3 heures<br>De la semaine 41 à la semaine 48                                                                                                                                                                                         |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Séance 1.</b> | 1. De la vision au business model<br>Introduction à la transversalité<br>Place des outils d'aide à la décision<br>Définitions notions et ratios fondamentaux en gestion de tableaux de bord                                                           |
| <b>Séance 2.</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>La gestion des Stocks</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Les Différentes Fonctions des Stocks</li> <li>2. Les Stocks et les Clients.</li> <li>3. La rotation des stocks</li> </ol> </li> </ul> |
| <b>Séance 3.</b> | 4. La valorisation des stocks<br>5. Le Stock Moyen<br>6. Les Inventaires<br>Etude de cas : Synthèse + Présentation politique des stocks sur les projets en groupe                                                                                     |
| <b>Séance 4.</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Gérer la performance</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 1 La masse salariale</li> <li>◦ 2 La planification</li> <li>◦ 3 Les outils de motivation</li> </ul> </li> </ul>                         |
| <b>Séance 5.</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Manager la performance : Le management de proximité</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 1 Les méthodes</li> <li>◦ 2 Les outils de contrôle</li> <li>◦ 3 Les indicateurs</li> </ul> </li> </ul>   |
| <b>Séance 6.</b> | Evaluation 1h contrôle continu : Les ratios de gestion<br>+Présentation orale des projets autour de la gestion opérationnelle.                                                                                                                        |

**ENT\_HS306 Stratégie de communication : 21h – 2 ECTS**

| <b>Cours (course)<br/>ENT_HS306</b>                                             | <b>Stratégie de communication :<br/>LA COMMUNICATION AU SERVICE DU CREATEUR</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Responsable du cours<br/>(Course leader)</b>                                 | Marine LEMOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Enseignants<br/>(Instructors)</b>                                            | Murielle FRAMBOURT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Description du cours<br/>(Course description)</b>                            | Le cours de Communication au service du créateur d'entreprise doit permettre à chaque étudiant de comprendre le rôle que joue la communication dans le développement d'une entreprise, en la positionnant et en la distinguant du marketing. En particulier lors de sa création. La méthodologie enseignée sera appliquée par groupe sur chaque projet de création, afin de définir et formaliser le plan de communication pouvant accompagner le lancement du projet                                      |
| <b>Objectifs du cours<br/>(Learning outcomes)</b>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Savoir identifier les logiques de cibles impactées par la communication</li> <li>• Comprendre les différents types de stratégies de communication</li> <li>• Prendre conscience de l'approche multicanal des différents médias et moyens à disposition d'une structure</li> <li>• Savoir mener une réflexion stratégique et la traduire en plan de communication opérationnel assurant un avantage concurrentiel pour l'entreprise</li> </ul>                     |
| <b>Compétences visées<br/>(Learning goals &amp; learning objectives)</b>        | ANALYSER : L003 – L004 – L006<br>DECIDER L011 – L012 – L013-/ L017<br>FEDERER L023<br>INFLUER : L026                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Concepts enseignés<br/>(Concepts)</b>                                        | Marque – Positionnement – Valeurs de marque – Stratégie de communication – Cibles et objectifs de com' – Média et Hors médias – audit de communication                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Méthodes pédagogiques<br/>(Learning methods/teaching procedures)</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cours magistral en face à face,</li> <li>• Travail en groupe coaché pour conception et formalisation du plan de communication accompagnant le projet de chaque créateur (avec son groupe)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Travail attendu<br/>(Assignments)</b>                                        | Interactions avec l'enseignant pour alimenter le cours et les échanges sur l'actualité de la communication commerciale menée par les marques, les produits et les enseignes.<br>Curiosité et ouverture d'esprit                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Evaluation (Evaluation)</b>                                                  | 100% % Contrôle Continu (formalisation des propositions dans une recommandation stratégique et opérationnelle de communication/ réalisée en groupe)<br>Rattrapage : examen individuel, avec questions cours et analyse de campagne ou support (fourni)                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Bibliographie/Ressources<br/>du Cours<br/>(Bibliography/course material)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le PUBLICITOR - 7ème éd. A. BAYNAST/ J. LENDREVIE</li> <li>• PENTACOM 2è éd.–MALAVAL/DECAUDIN Ed. PEARSON</li> <li>• LE PLAN DE COMMUNICATION - T. LIBAERT – Ed. DUNOD</li> <li>• La BOITE A OUTILS du Responsable Communication – Béatrice Jézéquel/Philippe Gérard – Ed. DUNOD</li> <li>• La COMMUNICATION COMMERCIALE en Clair – P.Maurin/ S. Pérez – Ed. Ellipses (2013)</li> <li>• Marketing-professionnel.fr</li> <li>• Definitions-marketing.fr</li> </ul> |
| <b>Nombre de credits ECTS<br/>(number of ECTS credits)</b>                      | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Planning du cours<br/>(course schedule)</b>                                  | 21h, réparties en 7 séances de 3h                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Séance 1. (1. course)</b>                                                    | <p>COMPRENDRE...Le rôle de la stratégie de communication au service de la création et du développement des entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rôle &amp; importance de la stratégie de communication au sein de l'entreprise</li> <li>• La strat de com' au service de la stratégie marketing et de la stratégie d'entreprise</li> <li>• Plate-forme de communication : définition et contenu</li> <li>• Stratégie de communication et efficacité / les 5 fonctions-clés</li> </ul>  |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Séance 2. (2. course)</b> | <p>COMPRENDRE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Notion de marque : réalité, identité (visuelle) et création de valeur</li> <li>• Importance dans le positionnement vs concurrence</li> <li>• Illustration par l'exemple : repositionnement de la marque Club Med</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Séance 3. (3. course)</b> | <p>APPROFONDIR et METTRE EN ŒUVRE (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Approche méthodologique : Mettre en œuvre un plan de communication, de la conception à ses traductions opérationnelles</li> <li>o Se poser les bonnes questions...</li> <li>o Savoir utiliser l'audit de communication comme outil pour établir un diagnostic et analyser la situation</li> <li>o Choisir ses cibles</li> <li>o Identifier les enjeux et déterminer ses objectifs</li> <li>o Formaliser la problématique à résoudre par la communication</li> </ul> |
| <b>Séance 4. (4. course)</b> | <p>APPROFONDIR et METTRE EN ŒUVRE (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Définir sa stratégie de communication, en cohérence avec les autres stratégies</li> <li>o Choisir les canaux de communication, les techniques, les supports, les offres</li> <li>o Sensibilisation aux médias tactiques, alternatifs, nouveaux médias, communication digitale et réseaux sociaux ...</li> <li>o Piloter le plan de communication (avant/pendant/après)</li> </ul>                                                                                   |
| <b>Séance 5. (5. Course)</b> | <p>APPLIQUER AUX PROJETS DES CREATEURS (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Appliquer la méthodologie aux projets de création ou de développement des groupes</li> <li>o Travail en coaching avec chaque équipe pour définition problématique à résoudre et stratégie de communication</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Séance 6. (6. Course)</b> | <p>APPLIQUER AUX PROJETS DES CREATEURS (2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Travail en coaching avec chaque équipe pour conception du plan de communication</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Séance 7. (7. Course)</b> | <p>APPLIQUER AUX PROJETS DES CREATEURS (3)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Travail en coaching avec chaque équipe pour finalisation des plans de communication</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

**ENT\_PE301 MISSION ENTREPRISE : 25h coaching – 4 ECTS**

| Cours (course)<br>ENT_PE301                                            | Coaching mission entreprise                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Responsable du cours<br>(Course leader)                                | Marine LEMOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Enseignants<br>(Instructors)                                           | Marine LEMOIGNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Description du cours<br>(Course description)                           | Ce cours est un applicatif opérationnel qui permet aux étudiants d'approcher concrètement la création d'entreprise en groupe projet, en abordant les différentes étapes d'un lancement d'activité.                                                                                                                                                                                                                                       |
| Objectifs du cours<br>(Learning outcomes)                              | Il s'agit de développer les compétences méthodologiques et intellectuelles générales de la gestion de projet de création d'activité en les appliquant au projet choisi.<br>Etre en capacité de réaliser un dossier complet et cohérent sur la création d'une entreprise pour une présentation officielle synthétique à un jury multidisciplinaire (banquier, directeur commercial, élu à la création d'entreprise, expert-comptable,...) |
| Compétences visées<br>(Learning goals & learning objectives)           | ANALYSER (L001 à L006)<br>ANTICIPER (L007 à L010)<br>INFLUER (L026)<br>EVOLUER (L029, L031)<br>Savoir-faire et savoir être dans un travail de groupe                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Concepts enseignés<br>(Concepts)                                       | Mise en œuvre de l'ensemble des enseignements de la filière Entrepreneurat sur un projet de création réel ou réalisable.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Méthodes pédagogiques<br>(Learning methods/teaching procedures)        | Mise en pratique tutorée :<br>Suivi en face à face et par mail de l'ensemble des groupes projet sur les 4 mois de la filière de troisième année, préparation d'un oral Blanc.                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Travail attendu<br>(Assignments)                                       | Gérer la relation au sein du groupe tout au long du projet, respect des délais et communication régulière auprès du coach.<br>Proposer et mettre en place des actions adaptées                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Evaluation (Evaluation)                                                | Rapport et soutenance de groupe évalués                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Bibliographie/Ressources<br>du Cours<br>(Bibliography/course material) | Cf cours entrepreneurat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Nombre de credits ECTS<br>(number of ECTS credits)                     | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Planning du cours<br>(course schedule)                                 | 9 Séances de suivi par groupe projet de septembre à décembre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |