

Modules de sciences humaines évalués au semestre 10



Présentation

Code interne : PMU9-SCHEV

Description

Les modules "Stratégie d'entreprise et Marketing", "Management stratégique de la RSE" et "Entrepreneuriat" ont pour objectifs de permettre aux élèves :

- de mieux appréhender les choix stratégiques de l'entreprise et sa direction
- de comprendre le concept et les enjeux de la RSE et d'avoir les outils pour soutenir la mise en place d'une stratégie RSE
- de comprendre la démarche marketing
- de dédramatiser la création d'entreprise en s'initiant à une démarche de création d'entreprise.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistraux	20h
----	------------------	-----

Syllabus

Trois modules, évalués au semestres 10, sont proposés aux élèves en contrat de professionnalisation.

Les modules "Stratégie d'entreprise et marketing" et "Management stratégique de la RSE" correspondant à 5 séances de 4h, sont proposés aux élèves en contrat de professionnalisation. Les élèves suivront soit « Stratégie d'entreprise et marketing » soit "Management stratégique de la RSE". L'affectation des élèves dans l'un ou l'autre des modules dépendra de la spécialisation suivie, pour éviter certaines redondances avec les cours abordés en spécialisation. Le mode d'évaluation est le même pour les deux modules.

Le module "Entrepreneuriat" d'une durée de 12h sera suivi par l'ensemble des élèves en contrat de professionnalisation.

Stratégie d'entreprise et marketing (J. Cruz, 8h)

Les enseignements de ce module, correspondant à 5 séances de 4h, ont lieu sur les deux semestres.

Il est déconseillé aux élèves inscrits au module de spécialisation MAPI (redondance avec le projet conserve).

Objectifs

- Savoir imaginer et valider par le marché un concept d'offre innovant.
- Construire une stratégie globale (ou business model) autour de ce concept.
- Construire un plan projet du concept jusqu'au succès commercial.
- Étudier la performance économique et financière et le ROI d'un tel projet.
- Présenter et convaincre des décideurs ou financeurs autour du projet.

Contenu

Il s'agit d'imaginer un nouveau produit capable de répondre à un besoin peu couvert par le marché et qui pourrait être porté par une entreprise existante (réelle ou fictive), de réaliser des démarches permettant de valider la pertinence de ce concept, puis de transformer cette nouvelle offre en une stratégie (business model) et en un plan d'actions capable de lui faire atteindre le succès commercial et un positionnement de choix sur le marché. La priorité sera donnée à la construction d'une stratégie (cible, offre <> besoin, modèle de production, modèle de commercialisation, modèle économique...) et sa validation par le marché.

Evaluation (4 ECTS)

Etude de cas de stratégie d'entreprise et de plan marketing appliqués à une entreprise choisie seront réalisées en groupe.

Les groupes réaliseront un dossier écrit et présenteront un diagnostic stratégique et une application marketing de mix sur un produit ou un service vendu en rapport avec l'entreprise choisie.

Durée

8h au semestre 9

Nombre de groupe : 1 (21 élèves)

Management stratégique de la RSE (K. Geitzholz, 8h)

Les enseignements de ce module, correspondant à 5 séances de 4h, ont lieu sur les deux semestres.

Objectifs

- Comprendre le concept et les enjeux de la RSE.
- Disposer d'outils pour soutenir la mise en place de stratégie RSE (cadre réglementaire, législatif, autodiagnostic).

Contenu

- Introduction sur l'évolution de la situation mondiale.
- Concepts fondateurs de la RSE.
- Les référentiels institutionnels (étude sectorielle sur les 17 ODD, les engagements nets zéro).
- Les référentiels législatifs (SWOT sur les lois contraignantes).
- Autodiagnostic.
- Embarquer ses fournisseurs dans une démarche responsable.
- Restitution orale et évaluation par l'ensemble des groupes.

Evaluation (4 ECTS)

Dossier et restitution orale seront réalisées en groupe.

Durée

8h au semestre 9

Nombre de groupe : 1 (20 élèves)

Entrepreneuriat (E. Astien et J. Cruz, 12h)

Objectifs

- Dédramatiser la création d'entreprise
- Comprendre les mécanismes de création d'entreprise
- S'initier à la stratégie et au pilotage d'entreprise
- Renforcer ses savoirs faire en gestion d'activité

Contenu

- Présentation de l'entrepreneuriat (et témoignage si possible) 4h
- Serious game (8h) : le jeu du marketing

Suivre une méthodologie permettant de construire un modèle d'affaires

Positionner un produit sur un marché

Appliquer des outils simples de représentation et d'analyse

Construire une ébauche de modèle d'affaires

Evaluation (2 ECTS)

Mise en situation lors du Serious game.

Durée

12h / groupe de 20 élèves au semestre 9

Nombre de groupes : 2 à 3

Infos pratiques

Contacts

Éric Astien

✉ Eric.Astien@bordeaux-inp.fr

Julien Cruz

✉ Julien.Cruz@bordeaux-inp.fr

Karene Geitzholz

✉ Karene.Geitzholz@bordeaux-inp.fr