



## Présentation

**Code interne :** PMU0-STREM

### Description

Les modules "Stratégie d'entreprise et Marketing" et "Management stratégique de la RSE" 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
- d'avoir les outils pour soutenir la mise en place d'une stratégie RSE

### Heures d'enseignement

CM	Cours Magistraux	12h
----	------------------	-----

### Syllabus

#### Stratégie d'entreprise et marketing (J. Cruz, 12h)

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

12h au semestre 10

Nombre de groupe : 1 (21 élèves)

## Management stratégique de la RSE (K. Geitzholz, 12h)

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

12h au semestre 10

Nombre de groupe : 1 (20 élèves)

---

## Modalités de contrôle des connaissances

## Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
Contrôle Continu	Evaluation de compétences					

## Seconde chance / Session de rattrapage

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
Contrôle Continu	Evaluation de compétences					