

Présentation

Code interne : PB0MSHEV

Description

Les enseignements de sciences humaines de 3ème année ont pour objectif :

- de confronter les élèves aux problématiques de l'entreprise et de compléter leur formation au management des hommes et des projets.
- de permettre aux élèves d'identifier leurs compétences et de les préparer à un futur recrutement.

Ici, seuls les modules "Stratégie d'entreprise et Marketing" et "Entrepreneuriat" sont décrits. Ces modules donnent lieu à une évaluation (6 ECTS au S10).

Heures d'enseignement

CI	Cours Intégrés	16h
PRJ	Projet	16h

Syllabus

STRATEGIE D'ENTREPRISE ET MARKETING (J.-P. GUICHANE)

- Objectifs

Comprendre les choix stratégiques de l'entreprise à travers les choix de direction.

Connaître les outils de décision stratégique de l'entreprise.

Déterminer les piliers fondamentaux de l'analyse stratégique de l'entreprise

Relier la stratégie d'entreprise à l'analyse financière

Connaître les concepts de base du marketing.

Apprécier l'utilisation et l'utilité des études commerciales

Associer la gestion commerciale des produits à la gestion technique.

Comprendre l'élaboration du mix marketing.

Comprendre l'intégration d'une démarche marketing appliquée sur un produit ou un service vendu.

- Contenu

Cet enseignement correspond à 5 séances de 4h. 3 séances ont lieu au semestre 9 et 2 séances au semestre 10.

1) Les choix stratégiques de l'entreprise

Les termes et notions essentielles : concurrence et analyse concurrentielle, avantage compétitif et positionnement... , analyse du macro-environnement

Les piliers de la stratégie de l'entreprise : la direction et ses choix, l'histoire et la culture, les produits, les clients, les concurrents, les prescripteurs, la technologie, les ressources humaines, l'analyse financière, le management et l'organisation

Les outils : matrice BCG, DAS, diagnostic externe et interne, SWOT, le plan d'engagement stratégique...

Les notions de diversification, expansion, spécialisation, globalisation...

Les stratégies d'acquisition, les alliances stratégiques et les stratégies relationnelles. Les stratégies de rechange.

2) Le marketing : démarches et applications

Les concepts : fondements, la notion de produit et/ou de service, le marché et le comportement du client, l'environnement commercial.

Les études commerciales : les notions d'études de marché, d'études qualitatives, quantitatives, de notoriété, d'image.

La gestion des produits : gammes, marques, lignes de produits, la courbe de vie... .

Le mix marketing : raisonnement et composantes (produit, prix, communications, publicité, distribution, communications hors-médias et médias)

Le marketing stratégique et les spécificités dans l'industrie et dans les services.

- Evaluation (4 ECTS)

Etudes de cas de stratégie d'entreprise et de plan marketing appliqués à une entreprise choisie.

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.

ENTREPRENEURIAT (E. ASTIEN et E. QUIFILLE)

- Objectifs

Déramatiser 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.

Informations complémentaires

Entreprise, Métier et Culture

Modalités de contrôle des connaissances

Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

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

Liste des enseignements

	Nature	CM	CI	TD	TI	TP	Coef.
Stratégie d'entreprise	Elément constitutif		8h		12h		
Entrepreneuriat	Elément constitutif	4h	4h				

Infos pratiques

Contacts

Jean-pierre Guichane

✉ Jean-Pierre.Guichane@bordeaux-inp.fr

Eric Astien

✉ Eric.Astien@bordeaux-inp.fr