

Description du module

Gestion d'entreprise et entrepreneuriat

Généralités**Nombre de crédits ECTS**

3

Abréviation du module

CM_Entrepr

Version

10.10.2015

Responsable du module

Prof. Dr. Kerstin Wagner, HTW Chur

Langue

	Lausanne	Berne	Zurich
Enseignement	<input type="checkbox"/> E <input checked="" type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F	<input checked="" type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
Documentation	<input type="checkbox"/> E <input checked="" type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F	<input checked="" type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E
Questions d'examen	<input type="checkbox"/> E <input checked="" type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/> F	<input checked="" type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> E

Catégorie du module

- Bases théoriques élargies
- Approfondissement technique et scientifique
- Modules contextuels

Périodes

- 2 périodes d'enseignement frontal et 1 période d'exercice par semaine

Brève description /Explication des objectifs et du contenu du module en quelques phrases

Dans le cadre du module Management d'entreprise et entrepreneuriat, les étudiants apprennent à jauger et évaluer les entreprises et leurs business modèles. Les étudiants connaissent les principales composantes d'un business modèle et de la gestion durable d'entreprise.

C'est au sein du business modèle que sont élaborés les principaux aspects de la stratégie (analyse interne et externe), le marketing, le financement et l'organisation de l'entreprise.

Objectifs, contenu et méthodes**Objectifs d'apprentissage et compétences visées****Business modèle**

- Les étudiants connaissent les éléments composant un modèle économique et sont en mesure de représenter et d'analyser ces éléments pour des entreprises choisies.
- Les étudiants sont capables de concevoir un business modèle adapté pour une idée économique nouvelle.

Stratégie et gestion d'entreprise

- Les étudiants connaissent les principaux outils du management stratégique
- Les étudiants peuvent mettre en pratique des outils stratégiques sur des situations données et procéder à des évaluations stratégiques simples.

Gestion financière d'entreprise

- Les étudiants connaissent une sélection d'indicateurs financiers pertinents
- Les étudiants connaissent divers outils de financement de l'entreprise et savent lesquels sont adaptés d'un point de vue stratégique, en fonction du niveau de développement.

Marketing

- Les étudiants s'inspirent d'une conception du marketing globale qu'ils ont intégrée et la mettent en pratique sur des situations et des prises de décision.
- Les étudiants sont en mesure d'élaborer des options d'action pour des entreprises en concevant des objectifs, des stratégies et des mesures de marketing concrets et coordonnés entre eux.

Organisation

- Les étudiants connaissent les concepts fondamentaux de l'organisation structurelle et procédurale.
- Les étudiants sont en mesure d'analyser des situations de prise de décision liée à l'organisation et d'aménagement de l'organisation à l'aide des concepts appris et de concevoir des propositions de solution adaptées.

Contenu du module avec pondération des contenus d'enseignement**Business modèle**

- Modèle économique et de gestion: Eléments et composantes
- Segments de clientèle et canaux de distribution
- Réalisation de la prestation et procédé de développement de produits

Stratégie

- Stratégies d'entreprise, développement de stratégie, mise en œuvre de la stratégie
- Analyse interne et externe de l'entreprise

Marketing

- Système de marché et marketing
- Options d'action et objectifs marketing

Organisation

- Organisation structurelle et procédurale
- Options d'aménagement dans les organisations

Gestion financière de l'entreprise

- Financement (structure des coûts et plan de trésorerie)
- Sources de financement et types de financement

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

Enseignement frontal pour les cours magistraux (2 leçons)

Cours en séminaires pour les exercices (études de cas) (1 leçon)

Etude autonome (analyse des études de cas)

Connaissances et compétences prérequis

Connaissances fondamentales en gestion de l'entreprise

Bibliographie

- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. 1ère ed. Londres
- Lombriser, Roman; Abplanalp, Peter A.: Strategisches Management: Visionen entwickeln - Strategien umsetzen - Erfolgspotentiale aufbauen; (Management stratégique: développer des idées - mettre en place des stratégies - consolider les potentiels de réussite) 2ème éd. Zurich Versus ; 1998.
- Autres études de cas sous forme de manuels ou documents à télécharger

Mode d'évaluation**Conditions d'admission aux examens de fin de module (tests exigés)**

Connaissances fondamentales en gestion de l'entreprise

Examen écrit de fin de module

Durée de l'examen: 120 minutes
QCM (env. 20%), questions sur les connaissances et étude de cas (env. 80%)
Lieu Zurich : l'examen se déroule en langue allemande, mais il est possible de répondre en anglais.
Lieu Lausanne : l'examen se déroule en langue française, mais il est possible de répondre en anglais.

Moyens autorisés: Aucun (livre fermé)