Module Description, available in: EN, FR

Corporate Management and Entrepreneurship

General Information

Number of ECTS Credits

3

Module code

CM_Entrepr

Valid for academic year

2024-25

Last modification

2020-03-04

Coordinator of the module

Mathias Beck (FHGR, mathias.beck@fhgr.ch)

Explanations regarding the language definitions for each location:

- Instruction is given in the language defined below for each location/each time the module is held.
- Documentation is available in the languages defined below. Where documents are in several languages, the percentage distribution is shown (100% = all the documentation).
- The examination is available 100% in the languages shown for each location/each time it is held.

	Lausanne			Lugano	Zurich		
Instruction		**X** F 100%			**X** E 100%		
Documentation		**X** F 100%			**X** E 100%		
Examination		**X** F 100%	**X** E 100%		**X** E 100%		

Module Category

CM Context module

Profile Recommendations

This module is recommended for the following profiles:

	Lausanne	Zurich
Profile	CS, EnEn	CE, CS, Avi, Geo

Lessons

2 lecture periods and 1 tutorial period per week

Entry level competences

Prerequisites, previous knowledge

Basic Knowledge in Business Administration

Brief course description of module objectives and content

In the module « Corporate Management and Entrepreneurship », students are enabled to evaluate business models. They learn the building blocks of a business modell and elements of sustainable management practices. Along the business model, relevant aspects from different fields such as strategy, marketing, finance and organization are relevant.

Aims, content, methods

Learning objectives and competencies to be acquired

Business model

- Students know the elements of the business model and are able to visualize and analyse the elements of it.
- Students are able to develop a business model for a new business idea.

Strategy and management

- Students know the most important instruments of Strategic Management.
- Students can apply instruments and make evaluations of organizations.

Finance

- Students know a selection of relevant financial performance indicators.
- Students are familiar with various corporate financing tools and know which ones are strategically adapted to their level of development.

Marketing

- Students have a comprehensive understanding of marketing concepts for decision-making in practice.
- Students are able to develop the course of action for specific marketing goals, strategies and measurements.

Organisation

- Students know the basic concepts of organizational structures and processes.
- Students are able to analyse organizational decision and design situations and develop appropriate solution approaches.

Module content with weighting of different components

Business model

- Business model : Elements and building blocks
- Customer segments and channels
- Product development process

Strategy

- Organizational strategies
- Internal and external analysis of enterprises

Marketing

- Market system and marketing
- Course of action and marketing goals

Organisation

- Organizational structure and processes
- Design approaches in organizations

Finance

- Financing (cost structure and cash flow planning)
- Sources of financing and types of financing

Teaching and learning methods

Literature

Assessment

Certification requirements

Module does not use certification requirements

Basic principle for exams

As a rule, all standard final exams are conducted in written form. For resit exams, lecturers will communicate the exam format (written/oral) together with the exam schedule.

Standard final exam for a module and written resit exam

Kind of exam

Written exam

Duration of exam

120 minutes

Permissible aids

No aids permitted

Special case: Resit exam as oral exam

Kind of exam

Oral exam

Duration of exam

30 minutes

Permissible aids

No aids permitted

Description du module, disponible en: EN, FR

Gestion d'entreprise et entrepreneuriat

Informations générales

Nombre de crédits ECTS

3

Code du module

CM_Entrepr

Valable pour l'année académique

2024-25

Dernière modification

2020-03-04

Coordinateur/coordinatrice du module

Mathias Beck (FHGR, mathias.beck@fhgr.ch)

Explications concernant les langues d'enseignement par site :

- Les cours se dérouleront dans la langue définie ci-dessous par lieu/exécution.
- Les documents sont disponibles dans les langues définies ci-dessous. Pour le multilinguisme, voir la répartition en pourcentage (100% = documents complets)
- L'examen est disponible à 100% dans chaque langue sélectionnée pour chaque lieu/exécution.

	Lausanne			Lugano	Zurich		
Leçons		**X** F 100%			**X** E 100%		
Documentation		**X** F 100%			**X** E 100%		
Examen		**X** F 100%	**X** E 100%		**X** E 100%		

Catégorie de module

CM modules contextuels

Recommandations de profil

Ce module est recommandé pour les profils suivants :

	Lausanne	Zurich
Profil	CS, EnEn	CE, CS, Avi, Geo

Leçons

2 leçons et 1 leçon de pratique par semaine

Compétences préalables

Connaissances préalables, compétences initiales

Connaissances fondamentales en gestion de l'entreprise

Brève description du contenu et des objectifs

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, contenus, méthodes

Objectifs d'apprentissage, compétences à acquérir

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 des modules avec pondération du contenu des cours

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)

Bibliographie

- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. 1ère ed. Londres
- Autres études de cas sous forme de manuels ou documents à télécharger

Evaluation

Conditions d'admission

Le module n'utilise pas de conditions d'admission.

Principe pour les examens

En règle générale, tous les examens réguliers de fin de module se déroulent sous forme écrite. Concernant les examens de répétition, leur format (écrit ou oral) sera communiqué par l'enseignant-e en même temps que le calendrier des examens.

Examen de fin de module régulier et examen écrit de répétition

Type de l'examen

Examen écrit

Durée de l'examen

120 minutes

Aides autorisées

Sans aides

Cas spécial: examen de répétition oral

Type de l'examen

Examen oral

Durée de l'examen

30 minutes

Aides autorisées

Sans aides