

Pourquoi cette UE ?

La stratégie d'entreprise est abordée d'une part selon une vision de l'entreprise comme système dans un environnement concurrentiel dont l'équilibre dépend d'actions (internes / externes), exécutées de façon coordonnée. D'autre part, comme une position, à tenir ou à conquérir sur des segments de marchés en évolution, pour laquelle la différenciation des produits / services est cruciale. L'UE focalise l'enseignement sur trois points : 1/ quel modèle de création de valeur assure des profits durables (modèle économique) ? ; 2/ Comment éviter l'imitation de ce modèle par la concurrence (avantage concurrentiel) ? ; 3/ Sur quel périmètre ce modèle économique doit-il être déployé ?

Eléments constitutifs de l'UE

	coefficient	
TC_6_4-1 Outils financiers de l'ingénieur	4	
Volume d'heures d'enseignement encadré	Volume d'heures de travail personnel	Nombre d'ECTS
74.5	0	3
TC_6_4-2 Marketing et Étude de marché		2
TC_6_4-3 Business model		1
TC_6_4-4 Intelligence économique et Cybersécurité		3
TC_6_4-5 Soutenances projets fil rouge		3

Alignement curriculaire

Parmi les compétences visées par la formation, lesquelles sont développées dans cette UE ?

TC_6_4-1 Outils financiers de l'ingénieur

Contexte et enjeux de l'enseignement

Etablir un business plan pour un projet de création d'activité ou d'entreprise, et maîtriser l'ensemble des outils et des concepts utiles à sa conception et sa rédaction. Adapter le business plan à la stratégie et au modèle économique. Les élèves travaillent en équipe sur un projet fil rouge de création d'entreprise partagé avec l'UE "Méthodologies de la conception (TC 6.3).

Prise en compte des dimensions socio-environnementales

ODD8 - Travail décent et croissance économique

Prérequis

Aucun

Modalités d'enseignement et d'évaluation

	Nb d'heures
Cours	11
Cours intégré (cours + TD)	
TD	
TP	
Projets	
Travail en autonomie encadré	16
Contrôles et soutenances	
Travail personnel	

Objectifs pédagogiques

(à la fin de cet enseignement, l'étudiant sera capable de ...)

- mener à bien une analyse stratégique afin de choisir des facteurs de différenciation
- concevoir et rédiger un business plan aligné sur la stratégie
- conduire des politiques stratégiques
- planifier la vie des divers secteurs de l'entreprise
- anticiper par la prise de décision relative au pilotage de l'entreprise
- analyser les documents de pilotage
- corriger les choix stratégiques
- présenter et d'expliquer les résultats obtenus

Activités

(CM, TD, TP, projet, sortie terrain, etc.)

- Cours magistraux
 Travaux de groupe sur un projet fil rouge de création d'entreprise encadrés par l'équipe enseignante en présentiel
 Travaux en autonomie

Évaluations et retours faits aux élèves

(évaluations qui comptent pour la note ou qui permettent à l'étudiant de se situer, corrigés, feedback personnalisé...)

Rédaction d'un business plan en groupe de projet fil rouge évalué.
 Les notes sont remises en fin de semestre

Plan de cours

- Budget prévisionnel ; rentabilité
- Retour sur investissement (ROI)
- Soldes intermédiaires de Gestion (SIG)
- Tableaux de pilotage ; indicateurs
- Analyse des processus cible ; SCM (Supply chain management)

Ressources et références

Deprecated: htmlspecialchars(): Passing null to parameter #1 (\$string) of type string is deprecated in **C:\Développement\syllabus\public_html\views\syllabus_template.php** on line **297**

Contexte et enjeux de l'enseignement

La prise en compte du marché et plus généralement de l'environnement de l'entreprise constitue une dimension essentielle dans les métiers de l'ingénieur. Dans ce cadre, les étudiants doivent connaître les techniques permettant de mieux connaître le marché, les clients, les besoins, les concurrents... Connaître et utiliser les outils d'analyse de marché ; Réaliser une étude de marché ; Mettre en œuvre un plan marketing à partir de l'analyse du marché, compétences qui seront renforcées en mission de terrain (TC 6.9)

Prise en compte des dimensions socio-environnementales

ODD8 - Travail décent et croissance économique

Prérequis

Aucun

Modalités d'enseignement et d'évaluation

	Nb d'heures
Cours	4
Cours intégré (cours + TD)	
TD	
TP	
Projets	
Travail en autonomie encadré	10
Contrôles et soutenances	
Travail personnel	

Objectifs pédagogiques

(à la fin de cet enseignement, l'étudiant sera capable de ...)

Etablir un plan marketing
Conduire une étude de marché

Activités

(CM, TD, TP, projet, sortie terrain, etc.)

Cours magistraux
Travaux d'équipe sur projet fil rouge encadrés par l'équipe enseignante en présentiel

Évaluations et retours faits aux élèves

(évaluations qui comptent pour la note ou qui permettent à l'étudiant de se situer, corrigés, feedback personnalisé...)

Pitch
Les notes sont communiquées aux élèves dès la fin de l'évaluation

Plan de cours

- La notion de marché
- Les sources documentaires
- Les études qualitatives
- Les enquêtes quantitatives
- Les spécificités des marchés industriels
- La synthèse de l'analyse et la stratégie marketing
- CRM (Customer relationship management) - Force de vente

Ressources et références

Deprecated: htmlspecialchars(): Passing null to parameter #1 (\$string) of type string is deprecated in **C:\Développement\syllabus\public_html\views\syllabus_template.php** on line **297**

Contexte et enjeux de l'enseignement

Rendre les élèves ingénieurs capables de maîtriser les outils et méthodes fondamentaux utiles à la réalisation ou à l'analyse critique de business models, qu'il s'agisse d'entreprises existantes (business model canvas) ou de projets de créateurs (lean start'up). Des études de cas sont étudiées, qui concernent des modèles classiques ou innovants, dans des secteurs d'activité variés, d'organisations à but lucratif ou non lucratif.

Prise en compte des dimensions socio-environnementales

ODD8 - Travail décent et croissance économique

Modalités d'enseignement et d'évaluation

	Nb d'heures
Cours	3
Cours intégré (cours + TD)	7
TD	7
TP	1
Projets	3
Travail en autonomie encadré	1
Contrôles et soutenances	1
Travail personnel	1

Prérequis

Aucun

Objectifs pédagogiques

(à la fin de cet enseignement, l'étudiant sera capable de ...)

- mener à bien une analyse stratégique afin de choisir des facteurs de différenciation
- concevoir et rédiger un business model canvas aligné sur la stratégie
- conduire des politiques stratégiques

Activités

(CM, TD, TP, projet, sortie terrain, etc.)

Cours magistraux
TD
Travaux de groupe sur projet fil rouge de création d'entreprise encadrés par l'équipe enseignante en présentiel

Évaluations et retours faits aux élèves

(évaluations qui comptent pour la note ou qui permettent à l'étudiant de se situer, corrigés, feedback personnalisé...)

QCM
Pitch

Notes transmises aux élèves en cours de semestre

Plan de cours

Les méthodes (business model canvas & lean start'up) sont développées sur la base d'études de cas de modèles traditionnels et d'exercices d'application. Cette approche est complétée par l'étude de modèles innovants et l'initiation à la stratégie Océan bleu.

Le business model canvas du sujet de projet fil rouge est exigé et évalué (pitch).

Ressources et références

Deprecated: htmlspecialchars(): Passing null to parameter #1 (\$string) of type string is deprecated in **C:\Développement\syllabus\public_html\views\syllabus_template.php** on line **297**

Contexte et enjeux de l'enseignement**Prise en compte des dimensions socio-environnementales****Modalités d'enseignement et d'évaluation****Nb d'heures**

Cours	18
Cours intégré (cours + TD)	
TD	
TP	
Projets	
Travail en autonomie encadré	
Contrôles et soutenances	
Travail personnel	

Prérequis**Objectifs pédagogiques**

(à la fin de cet enseignement, l'étudiant sera capable de ...)

- Maîtriser l'information dans un contexte professionnel, (veille, analyse, diffusion et sécurisation).
- Connaître les différentes méthodes et outils d'identification et d'élaboration d'une information utile pour l'entreprise
- Analyser de façon critique la stratégie d'entreprise (diagnostic), vision globale et intégrée de l'ensemble des activités d'une entreprise ou d'une organisation (vision stratégique)

Activités

(CM, TD, TP, projet, sortie terrain, etc.)

Cours magistral

Evaluations et retours faits aux élèves

(évaluations qui comptent pour la note ou qui permettent à l'étudiant de se situer, corrigés, feedback personnalisé...)

Devoir surveillé en classe

Plan de cours

Aborder les échiquiers concurrentiels de l'entreprise, anticiper les opportunités et les menaces, protéger son patrimoine informationnel et influencer son environnement y compris institutionnel (lobbying). Connaitre les principaux outils au service de l'intelligence économique.

Mettre en perspective les cours de marketing et de stratégie d'entreprise dans un contexte macroéconomique.

□ OUTILS :

- o Organisationnels
- o Outils et cycles de la veille, de l'information,
- o lobbying et influence.

Ressources et références

Deprecated: htmlspecialchars(): Passing null to parameter #1 (\$string) of type string is deprecated in **C:\Développement\syllabus\public_html\views\syllabus_template.php** on line **297**

Contexte et enjeux de l'enseignement

Ce n'est pas un enseignement. Il s'agit d'une soutenance sur les projets fil rouge sur lesquels les élèves ont travaillé pendant le semestre (UE 6.3 et 6.4) en préparation à la mission de terrain.

Prise en compte des dimensions socio-environnementales

ODD9 - Industrie, innovation et infrastructure

Modalités d'enseignement et d'évaluation

	Nb d'heures
Cours	
Cours intégré (cours + TD)	
TD	
TP	
Projets	
Travail en autonomie encadré	
Contrôles et soutenances	1.50
Travail personnel	

Prérequis

Aucun

Objectifs pédagogiques

(à la fin de cet enseignement, l'étudiant sera capable de ...)

Tester les élèves sur leur capacité à restituer à l'oral un projet de création d'entreprise (projet fil rouge).

Activités

(CM, TD, TP, projet, sortie terrain, etc.)

Soutenance orale

Évaluations et retours faits aux élèves

(évaluations qui comptent pour la note ou qui permettent à l'étudiant de se situer, corrigés, feedback personnalisé...)

Les élèves sont évalués par un jury avec restitution et communication immédiate des notes.

TC_6_4 Gestion & Stratégie d'entreprise	FIG
TC_6_4-5 Soutenances projets fil rouge	S6

Plan de cours

Pas de plan

Ressources et références

Deprecated: htmlspecialchars(): Passing null to parameter #1 (\$string) of type string is deprecated in **C:\Developpement\syllabus\public_html\views\syllabus_template.php** on line **297**