

Entrepreneuriat (SHES711_GICM)



En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Ce cours d'entrepreneuriat vise à fournir aux étudiants les connaissances et les compétences nécessaires pour comprendre les principes fondamentaux de la création et de la gestion d'une entreprise. Il s'agit d'une simulation qui vise à monter la complexité des entreprises tout en reposant sur un modèle simplifié. Dans un jeu d'entreprise le temps est accéléré et les participants jouent sur une période condensée (deux journées dans le cas présent) plusieurs années de la vie d'une entreprise. Cette simulation d'entreprise est réalisée à l'aide d'un programme informatique.

Objectifs

- Comprendre les concepts clés de l'entrepreneuriat et du démarrage/reprise d'entreprise.
- Acquérir les compétences nécessaires pour élaborer une stratégie d'entreprise
- Explorer les stratégies de financement et de croissance pour les entreprises.
- Développer une compréhension des défis et des opportunités rencontrées par les entrepreneurs.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	12h
TP	Travaux Pratiques	16h

Pré-requis obligatoires

aucun

Plan du cours

Orienté vers une approche transversale des problèmes de gestion de l'entreprise, ce jeu combine différentes contraintes propres à différentes fonctions de l'entreprise (marketing, production, finance et ressources financières) et permet aux étudiants d'apprendre les bases de la communication tant à l'oral qu'à l'écrit. A travers la simulation, les étudiants aborderont la communication de personne à personne, en face à face. Concernant la communication externe, il s'agit essentiellement de la communication au service du marketing de l'entreprise : élaboration d'une stratégie, panorama des outils...

Compétences visées

- Aptitude à élaborer un business plan cohérent par rapport au positionnement stratégique.
 - Compétences en leadership et en gestion d'équipe.
 - Compréhension des principes de base du marketing et de la gestion commerciale.
 - Capacité à identifier et à exploiter les opportunités de croissance pour une entreprise.
-

Bibliographie

Osterwalder, Alexander, et Yves Pigneur. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, Wiley, 2010.

Kim, W. Chan, et Renée Mauborgne. *Stratégie Océan Bleu : Comment créer de nouveaux espaces stratégiques*. Paris, Pearson, 2017.

Blank, Steve, et Bob Dorf. *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch, 2012.

Compétences acquises

Macro-compétence

Micro-compétences

Infos pratiques

Contacts

Responsable du cours

Elodie Gardet

☎ +33 4 50 09 24 51

✉ Elodie.Gardet@univ-savoie.fr

Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)