

Syllabus

[MASTER]

PART TIME

Mention

Management Administration des Entreprises

Parcours

MAE CHEF PROJET
MAE MANAGEMENT BUSINESS UNIT FONCTIONNEL

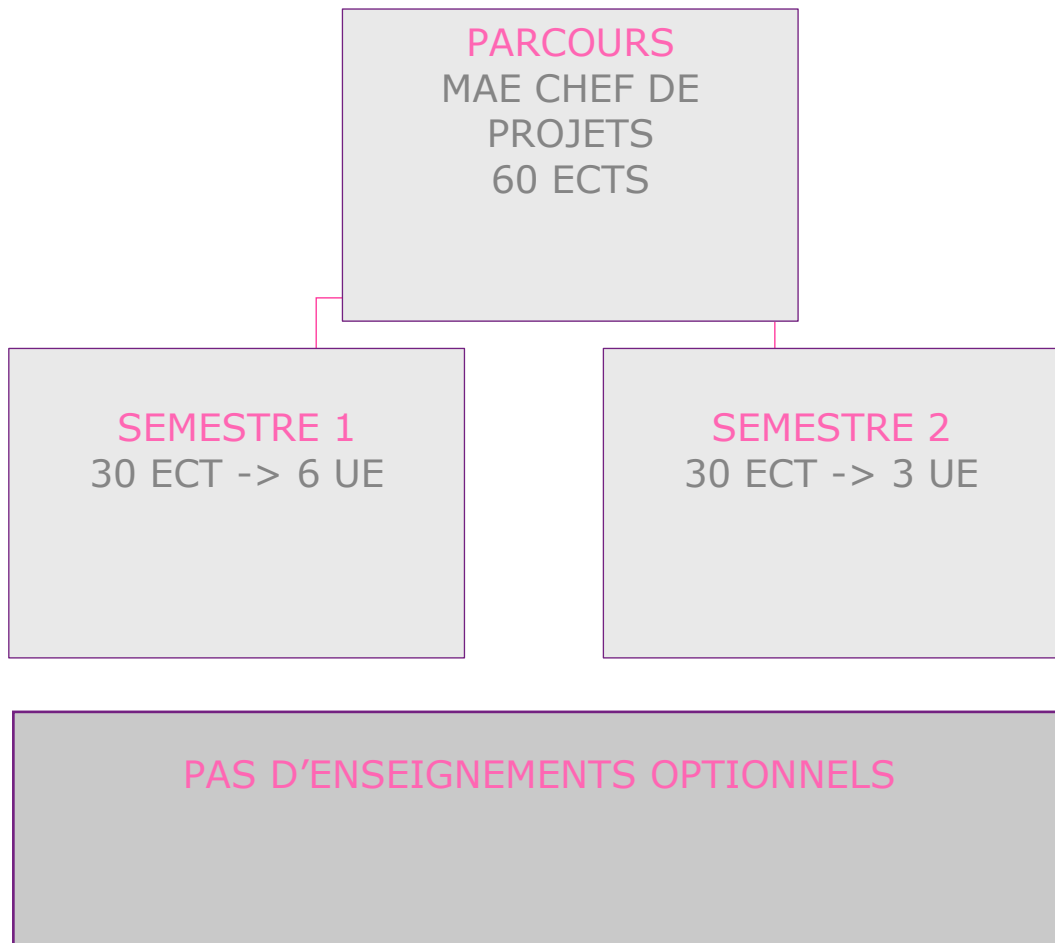


PRESENTATION DES UNITES D'ENSEIGNEMENT

	N° UE	Intitulé
Unité Enseignement Fondamental (UEF) 1 ^{ère} Année	UE 1	Analyse des données
	UE 2	Organisation des Ressources Humaine et Système d'Information
	UE 3	Comptabilité - Contrôle
	UE 4	Finance
	UE 5	Stratégie
Unité Enseignement Fondamental (UEF) 2 ^{ème} Année	UE 6	Marketing
Unité Enseignement Fondamental option Management de la Business Unit(UEF) 2 ^{ème} année	UE 7	Financement de la Business Unit
	UE 8	Développement de la Business Unit
Unité Enseignement Fondamental option Chef de Projet (UEF) 2 ^{ème} année	UE 7	Outils de la Gestion de Projet
	UE 8	Pilotage des Equipes Projet



ORGANISATION PEDAGOGIQUE DES SEMESTRES



CALENDRIER FORMATION :

<https://iae.umontpellier.fr/fr/institut/calendriers-formation>



SYLLABUS / Parcours Chef Projet

Informations générales

CONTACTS :

RESPONSABLE PEDAGOGIQUE :

Christine Marsal

Christine.marsal@umontpellier.fr

SECRETARIAT :

Ait Ouamoum Nezha

Nezha.ait-ouamoum@umontpellier.fr

Liens UM : <https://www.umontpellier.fr/>

SERVICE SCOLARITE :

Le service de scolarité de l'institut d'Administration des Entreprises (IAE) est ouvert tous les jours aux heures d'ouverture du bureau afin de répondre à vos questions concernant votre inscription administrative ou pédagogique, délivrer le scolpass ; certificat de scolarité. Il vous accompagne dans vos demandes de transfert de dossiers, de remboursement des droits d'inscription (en cas d'annulation ou d'exonération).

Vous trouverez sur le lien toutes les procédures relatives à vos démarches; accès ENT, Modalités de contrôles de connaissances, la charte des examens, procédure de redoublement, retrait de diplôme ou de duplicata.

LIEN : [HTTPS://IAE.UMONTPPELLIER.FR/FR/ETUDIANT/SCOLARITE /](https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/scolarite/)

CONTACT : IAE-SCOLARITE-MASTER@UMONTPPELLIER.FR

SERVICE RELATIONS ENTREPRISES :

Lien privilégié entre les entreprises et les étudiants de l'IAE, le service des Relations Entreprises se tient à votre disposition pour répondre à vos besoins en termes de recrutement (alternance, stage, mission, emploi), d'échanges (organisation du stage-dating, conférences, concours de vente, gala...) et de partenariats.

LIEN : [HTTPS://IAE.UMONTPPELLIER.FR/FR/ETUDIANT/STAGES-IAE](https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/stages-iae/)

CONTACT : IAE-ENTREPRISES@UMONTPPELLIER.FR

Service formation continue :

La Formation Continue s'adresse au public non étudiant : aux salariés du secteur public ou du secteur privé (CDD, CDI, Intérimaires...), aux professions libérales, aux chefs d'entreprise ainsi qu'aux personnes en recherche d'emploi souhaitant reprendre leurs études.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formation-continue>

Contact : iae-formationcontinue@umontpellier.fr



L'espace numérique de travail (ENT) :

Un espace numérique de travail (ENT) désigne un ensemble intégré de services numériques choisis et mis à votre disposition pour les étudiants :

Les modalités d'accès à votre ENT sont disponibles via le lien suivant :

https://infoservices.umontpellier.fr/CUMDocENT/index_etu_activer_cpt.html

- **Moodle** : dépôts de mémoire / suivi de cours
- **Planning** : consultation de l'emploi du temps selon le parcours
- **Antiplagiat** : vérification plagiat avant dépôt de document
- **Ma scolarité** : relevés de notes.

MODULE RECLAMATIONS :

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formulaire-reclamation>



SYLLABUS / Parcours Management Business Unit Fonctionnel

Informations générales

CONTACTS :

RESPONSABLE PEDAGOGIQUE

Jérôme POUGET

jerome.pouget@umontpellier.fr

SECRETARIAT

Ait Ouamoum Nezha

Nezha.ait-ouamoum@umontpellier.fr

Liens UM : <https://www.umontpellier.fr/>

SERVICE SCOLARITE :

Le service de scolarité de l'institut d'Administration des Entreprises (IAE) est ouvert tous les jours aux heures d'ouverture du bureau afin de répondre à vos questions concernant votre inscription administrative ou pédagogique, délivrer le scolpass ; certificat de scolarité. Il vous accompagne dans vos demandes de transfert de dossiers, de remboursement des droits d'inscription (en cas d'annulation ou d'exonération).

Vous trouverez sur le lien toutes les procédures relatives à vos démarches; accès ENT, Modalités de contrôles de connaissances, la charte des examens, procédure de redoublement, retrait de diplôme ou de duplicata.

LIEN : [HTTPS://IAE.UMONTPPELLIER.FR/FR/ETUDIANT/SCOLARITE /](HTTPS://IAE.UMONTPPELLIER.FR/FR/ETUDIANT/SCOLARITE/)

SERVICE RELATIONS ENTREPRISES :

Lien privilégié entre les entreprises et les étudiants de l'IAE, le service des Relations Entreprises se tient à votre disposition pour répondre à vos besoins en termes de recrutement (alternance, stage, mission, emploi), d'échanges (organisation du stage-dating, conférences, concours de vente, gala...) et de partenariats.

LIEN : <HTTPS://IAE.UMONTPPELLIER.FR/FR/ETUDIANT/STAGES-IAE>

CONTACT : <IAE-ENTREPRISES@UMONTPPELLIER.FR>

SERVICE FORMATION CONTINUE :

La Formation Continue s'adresse au public non étudiant : aux salariés du secteur public ou du secteur privé (CDD, CDI, Intérimaires...), aux professions libérales, aux chefs d'entreprise ainsi qu'aux personnes en recherche d'emploi souhaitant reprendre leurs études.



LIEN : [HTTPS://IAE.UMONTPELLIER.FR/FR/ETUDIANT/FORMATION-CONTINUE](https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formation-continue)

CONTACT : IAE-FORMATIONCONTINUE@UMONTPELLIER.FR

L'espace numérique de travail (ENT) :

Un espace numérique de travail (ENT) désigne un ensemble intégré de services numériques choisis et mis à votre disposition pour les étudiants :

Les modalités d'accès à votre ENT sont disponibles via le lien suivant :

https://infoservices.umontpellier.fr/CUMDocENT/index_etu_activer_cpt.html

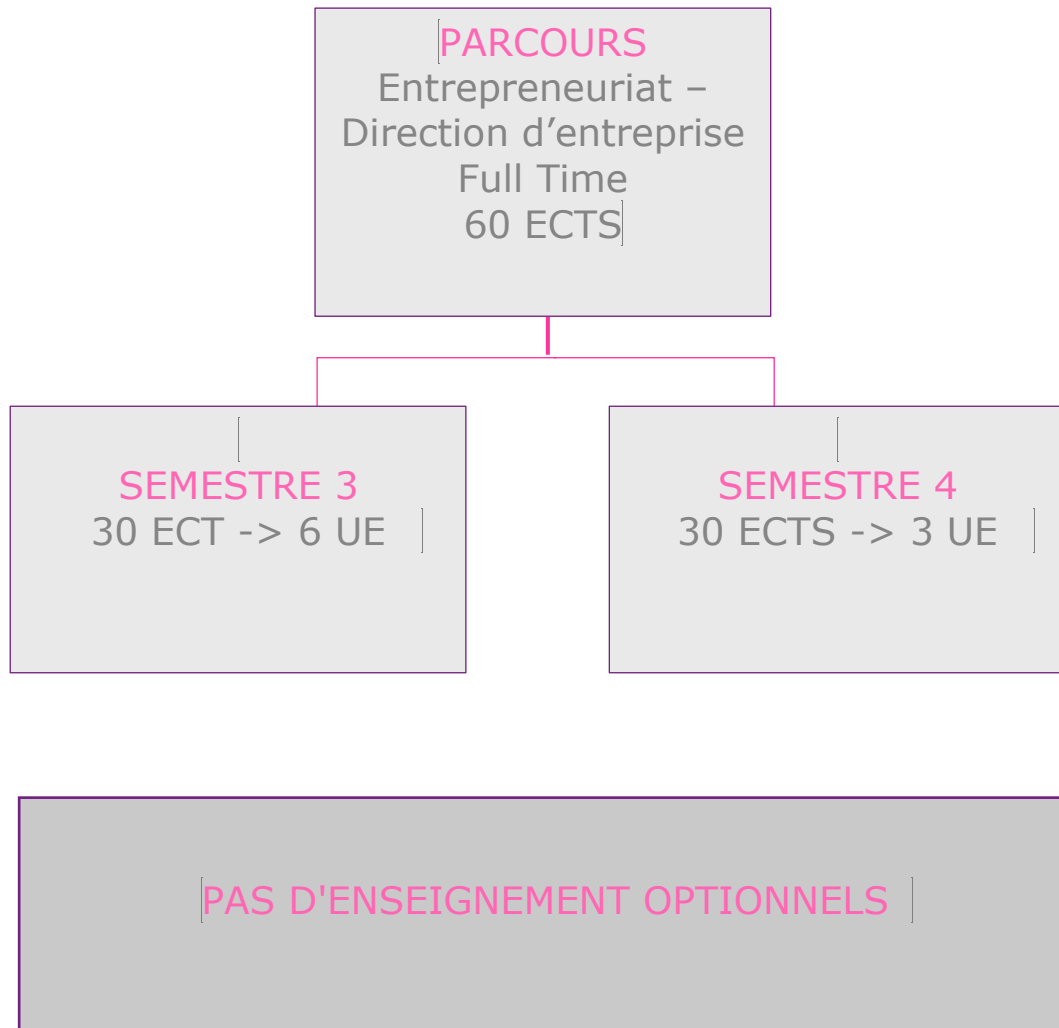
- **Moodle** : dépôts de mémoire / suivi de cours
- **Planning** : consultation de l'emploi du temps selon le parcours
- **Antiplagiat** : vérification plagiat avant dépôt de document
- **Ma scolarité** : relevés de notes.

MODULE RECLAMATIONS :

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formulaire-reclamation>



ORGANISATION PEDAGOGIQUE DES SEMESTRE



CALENDRIER FORMATION :

<https://iae.umontpellier.fr/fr/institut/calendriers-formation>



FICHES SYLLABUS 1^{ère} année

UE 1: Statistique, Analyse de données, optimisation	Volume horaire : 36h
Enseignant: Philippe Aurier Professeur à l'IAE de Montpellier	
Objectifs du cours: Maîtriser les fondamentaux de l'analyse statistique et de l'optimisation	
Compétences managériales: 1 Savoir utiliser la statistique comme un outil d'aide à la décision: choix de la méthode, mise en œuvre, interprétation, réponse à la question. Maîtrise du logiciel SPSS. 2 Résoudre les problèmes d'optimisation sous contraintes linéaires (solveur Excel)	
Plan du cours (12 séances de 3 h): Statistiques et analyse des données (27 heures) <ul style="list-style-type: none">- Statistique descriptive- Estimation- Tests- Régression multiple et analyse de variance- Analyse typologique Optimisation (9h) <ul style="list-style-type: none">Séance 1 (3h) : Présentation du problème à résoudre, mise en place de la Forme Canonique, puis de la Forme StandardSéance 2 (3h) : Mise en place de l'algorithme du SimplexeSéance 3 (1 h 30) : Application pratique du coursSéance 4 (1 h 30) : Application informatique avec la présentation du logiciel SOLVEUR sous EXCEL	
Evaluations : Examen optimisation : 25% Examen statistique (37.5%) Projet (37.5%)	
Most Clés Statistique descriptive, test, estimation, intervalle de confiance, régression, anova, typologie, optimisation linéaire SPSS : User manual https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/SSLVMB_24.0.0/statistics_spsstut_project_ddita-gentopic1.html	



UE 2 : Organisation et Ressources Humaines

Volume horaire: 18h

Enseignants :

Anne Loubès / William CAZORLA / Jean-François MASSON

Objectifs du cours :

L'objectif est de sensibiliser les étudiants au Management des Ressources Humaines en abordant les fondamentaux ainsi que les thèmes d'actualité. Le rôle de l'entreprise dans la société et la nature de ses relations avec différentes parties prenantes seront abordés sous l'angle des RH. Au-delà de la définition générale les thèmes abordés couvrent certaines activités essentielles à la relation d'emploi et au développement de l'employabilité ainsi que de la sécurisation des parcours professionnels des salariés. Les enjeux et principes de la rémunération seront discutés et approfondis. Afin d'appréhender la sécurité et la santé, un travail sur les pratiques à mettre en place au sein des organisations permettra de positionner les principes et les outils.

Compétences managériales :

- Comprendre les enjeux RH et la place des RH dans la performance d'une organisation,
- Développer une vision contingente de la GRH,
- Comprendre les concepts liés aux thèmes abordés (performance sociale, employabilité, contrat psychologique...),
- Comprendre les enjeux, les composantes de la rémunération mais également ses limites,
- Travail en équipe (réflexion pendant les cours par groupe de 2 ou 3 étudiants + exposés par groupe),
- Se sensibiliser avec certains outils RH (compte personnel formation, entretiens d'évaluation, entretiens professionnels, schéma directeur de GPEC...),
- Sensibilisation au développement des risques psycho-sociaux à travers les limites de la rémunération
- Prise de parole devant un groupe (présentation des exposés)
- Sensibilisation à la mise en place des pratiques liées au bien-être au travail

Plan du cours :

Séance 1 : Connaître la fonction RH

- Définitions et positionnements
- Les grands enjeux



Séance 2 : Comprendre la Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels (GEPP)

- Positionnement de la GEPP
- Les principes et outils

Séance 3 : Recruter des collaborateurs

- De la phase préparatoire à la sélection
- Intégration et la socialisation

Séance 4 : La rémunération

- Les enjeux de la politique de rémunération
- Les composantes de la remuneration
- La gestion opérationnelle de la rémunération
- La maîtrise de la masse salariale
- Réflexion autour des limites de la rémunération
- Etude de cas

Séance 6 : Santé/ bien-être au travail

- Les enjeux du bien-être au travail
- Le contexte et les évolutions des textes juridiques au cours des dernières années
- Définitions des différents concepts (bien-être au travail, burn out, RPS)
- La démarche de préventions des risques et actions en faveur du bien-être au travail
- Etude de cas

Evaluation :

Examen final écrit 2h

Mots Clés :

Transformations RH, GEPP, Recrutement, Santé et Sécurité au travail, Rémunération. Management, organisation, RSE.

Bibliographie :

Peretti J.M. (2020). Gestion des ressources humaines, Paris : Vuibert.

Plane J.M. (2017). Théorie des organisations, Paris : Dunod.

Revue Personnel

Revue Liaisons Sociales

Revue MagRH

<https://www.focusrh.com>

<https://www.parlonsrh.com>

<https://www.rhinfo.com>



UE 2 : INFORMATION COMMUNICATION Intelligence Economique	Volume horaire: 9h
Enseignant : Emmanuel Houzé	
Objectifs du cours: Le cours a pour objectifs de permettre aux étudiants de comprendre les enjeux de l'intégration des technologies de l'information dans les organisations et de donner des bases pour l'action tant au niveau opérationnel qu'au niveau stratégique.	
Compétences managériales: <ul style="list-style-type: none">- Savoir définir une stratégie intégrant des TI- Manager l'introduction d'une TI	
Plan du cours: <ul style="list-style-type: none">● 1 Introduction : notion de SI● 2 L'organisation : communication et appropriation d'une TI et d'un PGI● 3 Le marché : de l'audit à la concrétisation d'un site web transactionnel	
Evaluation: 30% contrôle continu 70% examen final	
Most Clés : Systèmes d'information ; Appropriation des TI; PGI; Stratégie des SI	
Bibliographie: « Systèmes d'Information et Management » Robert Reix, Bernard Fallery, Michel Kalika, Frantz Rowe, 2016 – Vuibert 7e édition	



<p>UE 2 INFORMATION COMMUNICATION</p> <p>BASE DE DONNEE</p>	<p>Volume horaire : 9H</p>
<p>Enseignant : ERIC WILLEMS</p>	
<p>Objectifs du cours : Modéliser et interroger une base de données</p>	
<p>Plan du cours :</p> <p><u>chapitre 1 - MODELE ENTITE-ASSOCIATION</u></p> <p> <u>section 1 - Donnée ou propriété</u></p> <p> 1.1) Type</p> <p> 1.2) Récapitulatif</p> <p> 1.3) Conseil sur le choix du nom</p> <p> 1.4) Conseil sur le choix du type</p> <p> 1.5) Conseil sur le choix de la valeur</p> <p> 1.6) Autres caractéristiques</p> <p> 1.7) Conclusion</p> <p> <u>section 2 - Entité</u></p> <p> <u>section 3 - Association</u></p> <p> <u>section 4 - Occurrence</u></p> <p> <u>section 5 - Identifiant</u></p> <p> <u>section 6 - Exemple : Cahier des charges</u></p> <p> <u>section 7 - Type d'association</u></p> <p> 7.1) Association de type 1 - 1</p> <p> 7.2) Association de type 1 - N</p> <p> 7.3) Association de type M - N</p> <p> 7.4) Généralisation</p> <p> <u>section 8 - Cardinalité</u></p> <p> 8.1) Justification</p> <p> 8.2) Simplification</p> <p> 8.3) Association de type 1 - 1</p> <p> 8.4) Association de type 1 - N</p> <p> 8.5) Association de type M - N</p> <p><u>chapitre 2 - MODELE RELATIONNEL</u></p> <p> <u>section 1 - Domaine</u></p> <p> <u>section 2 - Relation</u></p> <p> <u>section 3 - Analogie avec le modèle Entité-Association</u></p> <p> <u>section 4 - Dépendance fonctionnelle (DF)</u></p> <p> 4.1) Structure d'accès théorique</p> <p> 4.2) Matrice des dépendances fonctionnelles</p> <p> 4.3) CIF - CIM</p> <p> 4.4) Passage d'un Schéma Conceptuel vers un Schéma Relationnel</p> <p> 4.5) Intégrité référentielle</p> <p> <u>section 5 - Normalisation</u></p> <p> 5.1) Objectifs</p> <p> 5.2) Formes normales (FN)</p> <p><u>chapitre 3 - LANGAGE SQL</u></p>	



<p><u>section 1 - Comparatif avec le modèle relationnel et son langage</u></p> <p><u>section 2 - Commande SELECT</u></p> <p><u>section 3 - Autres exemples</u></p> <p> A) - Méthode prédicative</p> <p> B) - Méthode ensembliste</p> <p><u>chapitre 4 – REALISATION D'UNE BD AVEC UN LOGICIEL</u></p>
<p>Evaluation : Contrôle des connaissances à la fin de la formation sur le format présenté en TD</p>

UE 3 COMPTABILITE CONTROLE :	Volume horaire : 36h
Comptabilité Générale	
Enseignant : Jérôme Poujet	
Objectifs du cours: Connaître et maîtriser les notions comptables de base : Actif/Passif, Charges/Produits, Débit/Crédit, principes comptables. Savoir passer des écritures comptables. Comprendre les mécanismes et techniques de l'amortissement et de valorisation des stocks.	
Compétences managériales : Reconnaître et comprendre la matière première comptable. Utiliser l'information comptable à des fins commerciales ou financières.	
Plan du cours: Séance 1 : Présentation des principes comptables, et des notions de base Séance 2 : La facture et les livraisons de biens et prestations de service Séance 3 : Les réductions commerciales et financières Séance 4 : Les effets de commerce Séance 5 : Amortissement et dépréciation des immobilisations Séance 6 : La valorisation des stocks	
Evaluation : Ecrit de 3h	
Mot Clés: Comptabilité de gestion, coût, centre d'analyse, résultat, tableur	
Bibliographie : Langlois Georges, Friédérich Micheline « Comptabilité générale » FOUCHER	



UE 4 FINANCE	Volume horaire : 36 h
Enseignant : Jérôme Pouget	
Objectifs du cours : Le cours présente les analyses statiques et comparatives de la rentabilité et de la situation financière d'une entreprise. Compétences managériale: Les étudiants sont capables de poser un diagnostic sur la santé financière de l'entreprise et sont capables de formuler des préconisations.	
Plan du cours/ Contents: <ul style="list-style-type: none">• - Partie 1 : Analyse des activités et de la performance des entreprises<ul style="list-style-type: none">➤ Les instruments d'analyse du compte de résultat➤ L'analyse économique du compte de résultat➤ Utilisation de ratios pour l'analyse de la performance des entreprises➤ La capacité de financement des entreprises <p><i>Travaux dirigés : Application des concepts à des situations d'entreprises réelles à partir de liasses fiscales.</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Partie 2 : Analyse du risque financier<ul style="list-style-type: none">➤ L'analyse du risque financier par l'approche fonctionnelle➤ (Bilan Fonctionnel, FRNG, BFR, Trésorerie) <p><i>Travaux dirigés : Application des concepts à des situations d'entreprises réelles à partir de liasses fiscales.</i></p>	
Evaluation : Examen en ligne	
Mots Clés : Diagnostic financier, rentabilité, structure financière	
Bibliographie : « Analyse de l'Information Financière », P. Amadiou / V. Bessière, <i>Economica 2^e édition</i> « Finance d'Entreprise », P. Vernimmen / P. Quiry / Y. Le Fur, <i>Dalloz</i> , www.vernimmen.net « Gestion Financière », E. Stéphany, <i>Economica</i>	



UE 6 : Stratégie d'entreprise	Volume horaire : 36h
Enseignant : Philippe Négrier	
Objectifs du cours: Avoir les compétences pour réaliser une analyse Stratégique Corporate et Business Anticiper, mettre en place des stratégies pour pérenniser les entreprises afin de réaliser de la performance. Compétences managériales.	
Plan du cours : 1/Analyser l'environnement, l'industrie et la concurrence Les stratégies de coût et de volume Les stratégies de différenciation et de recomposition de l'offre Rupture et innovation stratégiques : La création de nouveaux business models Les ressources stratégiques de l'entreprise, source de l'avantage concurrentiel Intégration verticale et externalisation La dynamique concurrentielle 2/Organiser l'entreprise pour mettre en oeuvre la business strategy Croissance, création de valeur et gouvernance Stratégie et développement durable L'innovation, moteur de la croissance interne Globalisation et stratégies internationales Diversification, recentrage et management du portefeuille d'activités La croissance externe : les fusions, acquisitions Les alliances stratégiques Corporate strategy et structure : Organiser la diversité Matrices, projets et réseaux : construire des organisations plus stratégiques La formulation de la stratégie et le changement stratégique Le changement organisationnel et le change management Le changement de la culture et de l'identité de l'entreprise	
Evaluations ETUDE DE CAS STRATEGIQUE/ STRATEGIC CASE STUDY Un écrit de 3 h	
Mots Clés Stratégie – Alliance – Business Model – Gouvernance – Avantage compétitif.	



FICHE SYLLABUS 2^{ÈME} ANNEE

UE 6 : MARKETING	Volume horaire: 18H
Enseignant : Justine Estarague	
Objectifs du cours: Il s'agit d'aborder les leviers d'action du Marketing opérationnel liés à la tarification de l'offre, à sa commercialisation (distribution, multi-canal, cross canal et omni-canal), ainsi que ceux associés aux moyens de communication (communication digitale) et la gestion de la relation client digitalisée (gestion des données clients et e-CRM).	
Compétences managériales: Une maîtrise des outils opérationnels sur les sujets suivants : <ul style="list-style-type: none">- La gestion de la Force de vente,- La tarification de l'offre et la mise en place de promotions- La compréhension des stratégies multi, cross-canal, omni-canal en distribution- Les stratégies de communication (offline / online, SEO, SEA, Emailing, Display)- La Data au service de la relation client (IOT, AI, Big Data)	
Plan du cours: Tarification de l'offre commerciale et Promotions des ventes Distribution et Gestion de la Force de vente Marketing interactif et Gestion de la relation client Communication offline et online Cas d'application : Etudes de cas et retour d'expériences (ressources numériques sur https://digitalstudentchallenge.umontpellier.fr)	
Evaluation/Final examination Examen écrit	
Most Clés Prix, promotion, distribution, vente, publicité, display, référencement, CRM, emailing	
Bibliographie / Bibliography : Dubois Pierre-Louis et Alain Jolibert, Le Marketing, Fondements et Pratique, 4ème Edition, Economica. D. Lindon & F. Jallat, Le Marketing, Etudes Moyens d'action Stratégie, 5ème Edition, Dunod. Gary Armstrong et Philip Kotler, Emmanuel Le Nagard Assayag, Thierry Lardinois, Principes de Marketing, Pearson (10ème édition). Evrard Y., B. Pras et E. Roux (1993), Market, Etudes et recherches en Marketing, Fondements Méthodes, Nathan.	



Giannelloni J.L et Eric Vernet (2001), Etudes de marché, 2ème Edition, Vuibert Gestion.

ENSEIGNEMENT SPECIALITE CHEF PROJET

UE 7 LES OUTILS DE LA GESTION DE PROJET	Volume horaire: 18h
Enseignant : Fanny LIGNIERES	
Objectifs du cours: Former les étudiants de sorte à ce qu'ils développent des capacités à : - Elaborer la problématique et l'analyse des besoins ; Créer une fiche projet / une lettre de mission - Réaliser une étude de faisabilité ; Identifier et mobiliser les ressources et moyens nécessaires ; Rédiger un cahier des charges - Bâtir une planification complète ; Fixer des objectifs et les jalons ; Piloter en mode projet.	
Plan du cours: <i>Programme des enseignements :</i> 1. Le diagnostic des besoins a. La définition du projet b. Les différents types de projets c. Les spécificités partenariales 2. L'étude de faisabilité a. L'analyse des enjeux stratégiques b. L'étude des moyens techniques et compétences c. L'évaluation économique et financière d. L'analyse d'impact 3. La conception et la planification a. Les outils collaboratifs b. La méthodologie de gestion de projet c. La posture et le rôle du chef de projet	
Evaluations: Préparer des sujets en début de période avec une restitution en fin de période (conduite de mini projets).	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



UE 7 LES OUTILS DE LA GESTION DE PROJET ERP et projet d'informatisation	Volume horaire :18h
Enseignant: Céline AVERSENG, MCF IAE	
Objectifs du cours: Sensibiliser les étudiants aux problématiques des ERP. Permettre aux étudiants de comprendre le fonctionnement d'un ERP via une mise en situation pratique sur le leader mondial des ERP SAP. Mettre les étudiants en situation à l'aide de scénarii de management comme la gestion des approvisionnements et la budgétisation des centres de coût.	
Plan du cours: Introduction théorique aux ERP Introduction pratique aux ERP (interface) Scénario d'approvisionnements/comptabilité financière Scénario de contrôle de gestion	
Evaluations : Quiz en ligne (3)	
Mots Clés: chef de produit –	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	

UE 7 et 8 OUTILS ET PILOTAGE DE LA GESTION DE PROJET Projet et Performance	Volume horaire :18h
Enseignant : Christine Marsal	



Objectifs du cours:

Former les étudiants au pilotage des projets (planning, suivi des activités et des budgets)

Plan du cours :

Programme des enseignements de Christian Perez

- le contenu de mes présentations gravitera autour de la Performance de Projet et fera appel aux référentiels méthodologiques du PMI, auprès desquels j'essaie de me raccrocher dans mes expériences

- les différentes parties seront illustrées autant que possible par des exemples rencontrés en projets industriels et des exercices

- chapitre 0: Généralités (chapitre moins long que les autres, constitue des rappels pour les chapitres qui suivent):

 - >phases d'un projet (processus de démarrage, de planification, d'exécution, de surveillance et maîtrise, de clôture)

 - >présentation des 9 domaines de connaissances au sens PMI (intégration, contenu, délai, coûts, qualité, RH, communications, risques, approvisionnement) + le tryptique Contenu-Délais-Coûts

 - >le principe des process (données d'entrées/outils et techniques/données de sorties) sur lesquels est basé le management de projet (ex: sur quelles données d'entrées se réalise la maîtrise du contenu d'un projet? quelles techniques utiliser? et quelles sont les données de sorties?)

 - >management de l'intégration du projet (environnement, besoin/justification du projet, charte/autorisation du projet, plan de management avec les sous plans pour chaque domaine..)

- chapitre 1: Le management du contenu du projet : recueillir les exigences, définir le contenu, décomposer le travail, vérifier le contenu, maîtriser le contenu comme discuté avec toi par téléphone, cette partie a pour but de sensibiliser sur l'importance de bien définir le travail à faire, les parties prenantes et leurs rôle, le cadre général du projet et surtout, rechercher à le maîtriser et contrôler les éventuels changements

- chapitre 2: Le management des délais du projet : définir les activités, les séquencer, estimer les ressources, les durées, élaborer le planning, maîtriser le planning (la partie élaboration et maîtrise serait plus longue, avec illustrations en entreprises, méthodes, exercices)

- chapitre 3: Le management des coûts: estimer les coûts, déterminer le budget, maîtriser les coûts (la partie élaboration et maîtrise serait plus longue, avec illustrations en entreprises, méthodes, exercices)

- chapitre 4: Le management des risques et opportunités: les méthodes, les analyses par rapport aux performances du projet (axes contenu/délai/coûts), les réponses (ou pas) en plans d'actions, leur suivis

Les budgets

Les écarts

Les tableaux de bord



Evaluations :

Préparer des sujets en début de période avec une restitution en fin de période (conduite de mini projets).

UE 8 : PILOTAGE ET EQUIPE DE PROJET

Volume horaire :18h

Projet et Performance

Enseignant :

Fanny LIGNIERES

Objectifs du cours:

Former les étudiants de sorte à ce qu'ils développent des capacités à :

- Organiser un collectif de recherche d'idées ; Explorer les outils de créativité
- Repérer les risques et définir des indicateurs de suivi ; Apprécier et valoriser les résultats obtenus ; Mesurer les écarts des résultats atteints ; Mettre en place des actions correctives
- Manager et adopter la posture de chef de projet ; Répartir les tâches et maintenir la motivation ; Assurer la circulation de la communication interne et transmission externe
- Piloter les outils de gestion de la qualité.

Plan du cours :

Programme des enseignements

1. L'émergence de la créativité
 - a. Animation de la recherche d'idées
 - b. Désignation du projet d'innovation
2. L'anticipation des risques
 - a. Traduction des risques en indicateurs de suivi
 - b. Mesure d'impacts sociétaux (RSE/RSO)
3. Le management des ressources
 - a. Le management de l'équipe projet
 - b. L'expression du leadership en relation partenariale
4. Les outils de gestion de la qualité

Evaluations :

Préparer des sujets en début de période avec une restitution en fin de période (conduite de mini projets).



ENSEIGNEMENT DE SPECIALITÉ MANAGEMENT BUSINESS UNIT FONCTIONNEL

UE 7 FINANCEMENT DE LA PME	Volume horaire : 18h
NEGOCIATION ET EVALUATION DE LA BUSINESS UNIT	
Enseignants: Jérôme Pouget – Rocco Falotico	
Objectifs du cours: Mener une négociation en intégrant les diverses contraintes de la gestion d'une Business Unit	
Compétences managériales: Savoir gérer les risques de selection adverse et d'aléa moral Savoir gérer les relations d'agence Savoir négocier une transaction portant sur la valeur d'une Business Unit	
Plan du cours: <ul style="list-style-type: none">- Les risques manageriaux<ul style="list-style-type: none">o La selection adverseo L'aléa moralo Les biais comportementaux- L'évaluation des Business Unit<ul style="list-style-type: none">o Méthodes patrimoniales vs méthodes de rendemento Méthodes directes vs methods indirectes- La négociation<ul style="list-style-type: none">o Point de vue du vendeuro Point de vue de l'acheteur	
Evaluation Mise en situation	
Most Clés Risques manageriaux ; Evaluation; Négociation	



Bibliographie :

UE 7 FINANCEMENT DE LA PME

Volume horaire : 15H

BUSINESS MODEL ET BUSINESS PLAN

Enseignant:

Eric Stéphaney

Objectifs du cours:

Comprendre les étapes clés du processus entrepreneurial
Étude des deux documents clés : Business Model & Business Plan
Les outils financiers du Business Plan

Compétences managériales:

Construire un Business Model & Business Plan
Définir les critères d'évaluation de ces documents pour une prise de décision (Financement, entrée dans un incubateur...)

Plan du cours:

- 1 – Le Processus entrepreneurial
- 2- Le Business Model
- 3- Le Business Plan
- 4- Évaluations du Business Plan & Critères de décision

Evaluation:

Travaux de groupe sur une série d'études de cas

Mots Clés:

Finance entrepreneuriale, Business Plan, Business Model

Bibliographie :



UE 8 DEVELOPPEMENT PME	Volume horaire : 9h
MANAGEMENT DU PROJET DE CREATION OU REPRISE D'ENTREPRISE	
Enseignant : Thierry LASSAGNE	
Objectifs du cours: Partage d'expérience autour de la création et de la reprise d'entreprise	
Compétences managériales: Savoir identifier les risques et les opportunités lors de la création ou de la reprise Savoir mobiliser les ressources manageriales et financières	
Plan du cours : Témoignage sur le parcours entrepreneurial	
Evaluation: Rapport d'étonnement	
Mots Clés :	
Bibliographie : La démographie des entreprises sur le site de l'Insee Créer sa petite entreprise en 50 étapes de Patrick Dussossoy La boîte à outils de la création d'entreprise de Catherine Léger-Jarniou et Georges Kalousis	



UE 8 DEVELOPPEMENT PME DROIT	Volume horaire : 18h
Enseignant : CHEN Muriel	
Objectifs du cours: Maîtriser les bases Compétences managériales: Avoir les bons réflexes	
Plan du cours: <u>Droit de la famille :</u> Aimer et vouloir créer son entreprise ou s'associer ... Le mariage : régime légal et le contrat de séparation des biens Le PACS L'union libre <u>Droit commercial :</u> Généralités du droit commercial : actes de commerce, qualité du commerçant, le conjoint Cadres généraux de l'activité commerciale : liberté du commerce, concurrence La vente : formation du contrat, exécution du contrat <u>Droit des sociétés :</u> <u>Généralités sur les sociétés :</u> Définition : Classification : Règles communes : constitution, fonctionnement, dissolution, liquidation, partage	

UE 8 DEVELOPPEMENT PME Stratégie et Marketing de l'Innovation Innovation Marketing and Strategy	Volume horaire: 18h
Enseignant : Emmanuel DEJEAN, PhD	
Objectifs du cours: <ul style="list-style-type: none">- Comprendre le rôle de la stratégie et du marketing de l'Innovation dans la dynamique des organisations innovantes / To understand how strategy and marketing innovation are key drivers for organizations- Identifier et formaliser les éléments stratégiques et marketing d'un business plan / To	



learn the basics of strategy into business plans

- Connaître les outils du marketing de l'Innovation / To know the tools of marketing for Innovation

Compétences managériales:

- Connaître les bases du marketing / Basic knowledge in marketing
- Connaître les bases de l'innovation / Basic knowledge in Innovation
- Structurer un Business Plan / Business Plan structure
- Faire une analyse SWOT / SWOT analysis

Plan du cours:

- Définitions : marketing, innovation, recherche, invention, processus ... / Definitions : marketing, innovation, Research, invention, processes,
- Lien entre croissance et innovation (analyse macroéconomique) / Why Innovation is the growth driver ?
- Formaliser le processus d'innovation et analyser la place de la stratégie et du marketing dans ce processus / To set up and clarify the innovation process and to analyse the role of marketing and strategy in such process
- Stratégie, Marketing et Entrepreneuriat : les recettes du succès / Strategy, Marketing and Entrepreneurship : how to succeed ?
- Business Plan : formalisation de la stratégie / Business Plan : clarification of the strategy
- Etablir une matrice de segmentation : segmentation de l'offre /segmentation de la demande / focalisation sur les segments prioritaires / How to carry out a market segmentation for innovative assets ?
- Réaliser une étude de marché sur segments prioritaires / To realize a market study on key market segments
- Positionner son offre sur un marché concurrentiel / To display an offer on a competitive market
- Outils de business development : some tools for a successful business development

Evaluation :

Présentation orale avec support type Powerpoint du business plan d'un projet innovant (10 minutes de presentation en binôme) / Pitching of a business plan for an innovative project (10' Pitch in tandem assessment)

Most Clés :

Innovation Marketing, Strategy, Innovation process, Market segmentation, Business development; Pitch

Bibliographie :

Marc Giget – « Les nouvelles stratégies d'innovation 2018 - 2020: vision prospective 2030 » - Les Éditions du Net (July 31, 2018)

Paul Millier – « L'étude des marchés qui n'existent pas encore : Une méthode spécifique et robuste pour lancer vos innovations » - Eyrolles - Oct 20, 2016

Paul Millier – « Segmenter les marchés du futur » - Pearson – February 13, 2015

Paul Millier – « Stratégie et marketing de l'innovation technologique - 3ème édition » – juin 2011 – Editions DUNOD

Marc Giget – « La dynamique stratégique de l'entreprise : Innovation, croissance et redéploiement à partir de l'arbre de compétences – 1998 - DUNOD