

DEVELOPPER UNE VISION STRATEGIQUE (EXPERT) 4 crédits ECTS

STRATEGIC MANAGEMENT : THE PROCESS

UNIVERSITE : BBS/VBS

CODIFICATION ECTS : GLM3206BFZ

RESUME DU COURS

ce module vise à répondre à la question suivante : comment concevoir une stratégie ?

Pour cela il aborde deux grandes parties : l'analyse stratégique et les choix stratégiques.

Ainsi les thèmes suivants sont tour à tour développés : l'analyse de l'environnement, l'analyse interne, les concepts de mission, de positionnement et d'objectifs généraux, les voies et moyens stratégiques, l'organisation et la planification. Pour chaque thématique, des modèles et outils sont analysés.

RESUME DU COURS EN ANGLAIS :

This course on strategy will help students reach the skills to :

- Have a better insight of their working environment
- Carry out a strategic analysis of the firm
- Acquire an overall view and situate themselves in the business world
- Make strategic and pertinent choices
- Plan efficient actions
- Organize a department or company in an optimal fashion, taking into account strategic interactions.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS

L'enseignement de stratégie a pour but d'apporter aux étudiants une réelle capacité à :

- Décrypter l'évolution de l'environnement dans lequel ils évolueront
- Analyser la situation générale d'une entreprise et ses enjeux de création de valeur
- Acquérir une vision globale et se situer dans un ensemble professionnel
- Elaborer des choix stratégiques pertinents, axes et positionnement
- Mettre en oeuvre des plans d'actions efficaces
- Organiser un service ou une entreprise de façon optimale en prenant en compte les interactions stratégie / structure

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS EN ANGLAIS :

This course on strategy will help students reach the skills to :

- Have a better insight of their working environment
- Carry out a strategic analysis of the firm
- Acquire an overall view and situate themselves in the business world
- Make strategic and pertinent choices
- Plan efficient actions
- Organize a department or company in an optimal fashion, taking into account strategic interactions.

POLITIQUE FINANCIÈRE [EXPERT] 4 crédits ECTS

FINANCIAL POLICY

UNIVERSITE : BBS/VBS

CODIFICATION ECTS : GMM1208EFZ

RESUME DU COURS

La notion d'investissement s'associe à celle d'un projet inscrit dans la durée et représente pour toute organisation un pari plus ou moins risqué. Le leader entrepreneur doit être en mesure d'étudier les décisions d'investissement en environnement certain et en situation d'incertitude.

Tout investissement doit être financé et le choix d'un mode de financement relève d'une décision. Le manager doit donc savoir analyser les différents modes de financement de projet et leur mise en œuvre.

RESUME DU COURS EN ANGLAIS :

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS

Ce cours apporte une expertise financière à l'intrapreneur pour lui permettre de développer son entreprise. Grâce à cet enseignement l'intrapreneur peut mesurer la rentabilité future d'un investissement, choisir ses modalités de financement et piloter sa croissance. Dans ce cours sont analysés les cash-flows d'exploitation, d'investissement et de financement, la mesure du risque porté par ces cash-flows, les besoins de financement liés aux choix d'investissement (plan de financement) et les différentes modalités de financement (emprunts bancaires, augmentation de capital).

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS EN ANGLAIS :

MARKETING STRATEGIQUE: LA CREATION DE VALEUR POUR LE CLIENT (ESCALE 2 EXPERT) 4 crédits ECTS

STRATEGIC MARKETING: CREATING VALUE FOR THE CUSTOMER (M1 EXPERT)

UNIVERSITE : BBS/VBS

CODIFICATION ECTS : GMM1204EFZ

RESUME DU COURS

Le module vise à plonger les étudiants dans le travail d'un manager marketing. Fort de ses connaissances théoriques préalablement acquises, l'étudiant en expert aura à diagnostiquer une ou plusieurs situations marketing réelles, identifier ses problèmes et/ou limites, proposer et évaluer des solutions et mettre en œuvre certaines de ces solutions. Le module favorise la créativité, l'organisation personnelle et en équipe, la gestion des contraintes, l'optimisation du « work under stress », et la maîtrise de la « valeur » et de ses outils. Le module suit un rythme alternant coaching en école et travail marketing sur terrain.

RESUME DU COURS EN ANGLAIS :

Creating value for the customer requires both up-to-date theory and deep understanding of the market's reality. This module is to bridge the gap between the abstract theory developed inside classrooms and the complex reality where the value is to be created and delivered. The course alternates in-class lectures and on-field visits and experimentation. Students will be required to work hand to hand with experienced marketing managers on real marketing issues and to come up with ready-to-apply solutions aiming at creating and maximizing customer's value. Along this course, students' time and constraints' management skills will be challenged and their theoretical and practical knowledge fruitified.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS

Les objectifs pédagogiques de ce module est d'apprendre aux étudiants les techniques et les méthodes marketing qui leurs permettent d'apporter des réponses à ces questions:

- C'est quoi le marketing stratégique?
- Comment gérer des actions de marketing stratégique?
- Dans un contexte fortement concurrentiel, comment se définit la valeur pour le client ?
- Du problème à la solution : comment s'organiser en personne et/ou en équipe pour résoudre un challenge marketing ?
- Comment optimiser l'effort marketing tenant compte des diverses contraintes ?
- Comment se servir des divers P pour créer la valeur ?
- Comment gérer la vulnérabilité et la volatilité du monde marketing pour créer et maintenir la valeur ?
- Qu'est-ce que c'est le « job » d'un responsable marketing ?

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS EN ANGLAIS :

The pedagogical objectives of the module is to coach students to master the marketing techniques and methods that let them bring answers to the following questions:

- How to define strategic marketing?
- How to manage strategic marketing actions?
- How to define the customer value in a highly competitive environment?
- From the problem to the solution: how to organise one self and his/her team to solve a marketing challenge?
- Knowing the various constraints, how to optimize the marketing actions to effectively reach prefixed objectives?
- How do the P's contribute to creating customer's value?
- How to monitor the environment's vulnerability and volatility to create and maintain customer's value?
- What is the job of a marketing manager?

MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES (EXPERT)

4 crédits ECTS

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

UNIVERSITE : BBS/VBS

CODIFICATION ECTS : GMM1209EFZ

RESUME DU COURS

Le module vise à donner aux apprenants les fondements théoriques et pratiques des différents enjeux et aspects du management des ressources humaines. Les cours s'inscrivent dans une perspective globale, stratégique, managériale et critique des ressources humaines prenant en compte un environnement mondialisé en constante mutation. Ce module concerne tout apprenant, qu'il envisage d'exercer dans une fonction de management ou de gestion des ressources humaines, en tant que généraliste ou spécialiste.

RESUME DU COURS EN ANGLAIS :

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS

- Approfondir ses connaissances dans le management des ressources humaines.
- Appréhender l'articulation entre la stratégie de l'entreprise et les politiques de GRH dans un environnement contraint.
- Mettre en œuvre et adapter ses pratiques RH au contexte social et économique de l'organisation.
- Pouvoir participer à la réussite d'une politique de management des ressources humaines.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS EN ANGLAIS :

MANAGEMENT LOGISTIQUE (EXPERT)

4 crédits ECTS

LOGISTICS MANAGEMENT

UNIVERSITE : BBS/VBS

CODIFICATION ECTS : GMM1210EFZ

RESUME DU COURS

Ce module aborde la chaîne logistique dans sa globalité. Le pilotage des flux logistiques - en vue de développer une organisation efficiente et agile - en est le concept clé. La performance logistique et les moyens de la soutenir sont alors le fil conducteur de ce cours. Les allers-retours entre les outils opérationnels et la réflexion stratégique sont la règle. Les techniques génériques utilisées dans le domaine du management logistique sont alors étudiées : achats/approvisionnement ; gestion industrielle ; distribution ; systèmes d'information sont, entre autres, les thèmes abordés. En filigrane, certaines problématiques liées au développement durable sont abordées.

RESUME DU COURS EN ANGLAIS :

This module focuses on the different links of the logistic chain and on the connection between them, so as to develop an efficient and agile organization. Logistic performance and the means to support it therefore constitute the guiding thread of this course. We will alternate between operational techniques and strategic reflection. The management tools that will be studied are: operations management, inventory management, distribution, information systems. Moreover, some major issues linked to sustainable development will be discussed.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS

La modélisation des flux d'une entreprise sur les plans organisationnels et interorganisationnels est essentielle dans ce module.

A l'issue de ce module, l'apprenant sera alors capable de :

Maitriser les techniques génériques (planification, gestion des stocks),

Conceptualiser un modèle logistique,

Comprendre les enjeux du management logistique sur la performance de l'entreprise

Réaliser un diagnostic logistique global

Saisir la complexité des flux logistiques

Connaître globalement les impacts du développement durable sur le système logistique des entreprises.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS EN ANGLAIS :

Modeling logistics flows both at the organizational and the inter-organizational levels is an essential aspect of this module. At the end of this course, students should be able to :

Use generic techniques (planning, inventory management)

Conceptualize a logistics chain

Understand logistics management's stakes and its influence upon the global performance of the firm

Make a global logistics diagnosis

Understand the complexity of logistics flows

Be aware of the global impacts of sustainable development on the companies' logistics system.

PROJET INTRAPRENEURIAL (EXPERT) 6 crédits ECTS

PROJET INTRAPRENEURIAL

UNIVERSITE : BBS/VBS
CODIFICATION ECTS : GMM1201EFZ

RESUME DU COURS

L'intrapreneur se définit comme « tout rêveur qui agit » (Pinchot, 1986 : 11). Il vise à transformer une idée en une activité rentable, au sein d'une organisation existante. Qu'il s'agisse d'un produit, d'un service, d'une innovation sociale, managériale ou organisationnelle, le succès d'un projet suppose, pour partie, des modes de fonctionnement et des méthodes de travail qui privilégient la responsabilisation des acteurs, le partage d'une vision, de l'anticipation et la rigueur d'un suivi.

Toutefois, tout projet innovant développe de l'incertitude. Se pose alors la question des compétences et des ressources à associer mais également celle de la capacité de l'organisation à intégrer cette innovation.

Par équipe de 3 ou 4, les étudiants sont invités à répondre à une problématique réelle d'entreprise en mettant en œuvre ou en optimisant des projets innovants. Les problématiques peuvent être diverses et multiples : développement d'un nouveau produit/service, ouverture à l'international, développement d'une nouvelle activité, lancement d'un nouveau canal de distribution, mise en place de mode de communication plus efficace, etc....

Au final, le projet intrapreneurial conduit les étudiants à mobiliser la démarche générale de management d'un projet et ses liens avec l'innovation, la posture et la culture intrapreneuriale.

RESUME DU COURS EN ANGLAIS :

By team of 3 or 4, the students have to face to a real problem of company by implementing or by optimizing innovative projects. Problems can be diverse and multiple: development of a new product / service, international opening, development of a new activity, new distribution channel, more effective communication, etc..

Finally, leading an intrapreneurial project help students use skills in project management and make connections to innovation, intrapreneurial skills and organizational culture .

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS

- * Mener un projet intrapreneurial dans le cadre d'une entreprise existante
- * Renforcer leur capacité en termes de créativité et d'innovation
- * Faire le lien entre les différentes fonctions et disciplines de gestion (stratégie, marketing, GRH, finance ...)
- * Tenir compte des différentes contraintes du contexte organisationnel (culturel, budgétaire, environnemental...) dans la conception et la mise en place d'une réponse innovante
- * Acquérir des modes de fonctionnement et des méthodes de travail permettant de gérer avec rigueur et professionnalisme un projet innovant dans la durée
- * Défendre en équipe, la solution imaginée devant un jury de stakeholders.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS EN ANGLAIS :

- * Managing an intrapreneurial project for an existing company
- * Developing creativity and innovation
- * Using management disciplines as strategy, marketing, HRM, finance...
- * Considering the restrictions due to culture, finance, environment... to promote an innovative solution
- * Using professional methods to manage a long-term innovative project
- * Presenting an intrapreneurial project to the panel of stakeholders.

**CONTROLE DE GESTION (ESCALE 2 EXPERT)
4 crédits ECTS**

MANAGEMENT CONTROL

UNIVERSITE : BBS/VBS

CODIFICATION ECTS : GLM3208BFZ

RESUME DU COURS

Le contrôle de gestion facilite le déploiement de la stratégie en formalisant le pilotage d'une organisation. Elle met à disposition des dirigeants les outils adaptés de mesure, tant des impacts de leurs décisions et de leurs actions que des impacts des mutations de l'environnement pris dans ses multiples dimensions, sociétale, sociale, commerciale, logistique, financière... Dans ce cadre, le contrôle de gestion contribue au développement de la performance d'une organisation.

RESUME DU COURS EN ANGLAIS :

Management control supports the deployment of a strategy in formalizing the control of an organization. It provides managers with the tools to measure both the impact of their decisions and actions and the impact of changes in the environment in its multiple dimensions (societal, social, commercial, logistics, financial). In this framework, management control systems contribute to the development of the performance of an organization.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS

L'objectif est de permettre aux étudiants de maîtriser certains mécanismes fondamentaux :

- o Le pilotage et le métier de contrôleur de gestion
- o Maîtrise des coûts
- o Gestion budgétaire
- o Tableaux de bord

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET/OU PROFESSIONNELS EN ANGLAIS :

The objective is to allow students to master the essentials of management control. The main tools are introduced :

- o Managing margins and the function of management controller
- o Cost control
- o Budgeting
- o "Tableaux de bord"