

Sciences humaines



ECTS
0 crédits



Composante
ENSMAC

Présentation

Code interne : PBOSCHUM

Description

Les enseignements de sciences humaines de 3ème année du S10 ont pour objectif :

- de confronter les élèves aux problématiques de l'entreprise
- de compléter leur formation au management des hommes et des projets d'une part.
- de permettre aux élèves d'optimiser leurs outils d'employabilité afin de mieux appréhender leur entrée sur le marché du travail post diplôme via :
 - la construction de leur projet professionnel
 - l'identification de leurs compétences et la mise à jour de leur portfolio de compétences
 - la maîtrise des techniques de rédaction de CV et de lettre de motivation
 - l'utilisation des réseaux sociaux professionnels (profils pertinents par rapport aux secteurs d'activités convoités)
 - la mise en pratique des techniques de présentation et communication lors d'exercices de recrutements
 - la mise en pratique des connaissances et des compétences acquises lors du forum des métiers.

Les modules à la carte proposés au S9 ont également lieu au cours du S10.

Les conférences sont ouvertes à n'importe quel élève sous réserve qu'il n'a pas d'autres enseignement en parallèle.

Les autres modules sont obligatoires.

Syllabus

Modules de sciences humaines obligatoires (B. Despagne)

Les thématiques développées au cours de ces modules sont définies au S9, en concertation avec les étudiants. Certains thèmes, développés les années précédentes ("Savoir performer à l'oral", "Risques psychosociaux", "Gestion du stress et impact émotionnel", "Management agile", "Management d'équipe", "Management de projets en entreprise", "Booster son profil sur Linked In") et pourraient être reconduits.

En parallèle, les élèves qui le souhaitent peuvent solliciter B. Despagne pour du coaching personnalisé ou de l'aide (construction de CV et lettre de motivation, gestion de projet).

Les compétences acquises lors de la formation à l'école pourront être mises à profit lors du forum des métiers.



Stratégie d'entreprise et marketing (J.-P. Guichané, J. Cruz)

Les modules à la carte "Stratégie d'entreprise et marketing" sont poursuivis lors de ce semestre

Le mode d'évaluation est le même pour les deux modules.

Module 1

Objectifs

- Comprendre les choix stratégiques de l'entreprise à travers les choix de direction.
- Connaître les outils de décision stratégique de l'entreprise.
- Déterminer les piliers fondamentaux de l'analyse stratégique de l'entreprise
- Relier la stratégie d'entreprise à l'analyse financière
- Connaître les concepts de base du marketing.
- Apprécier l'utilisation et l'utilité des études commerciales
- Associer la gestion commerciale des produits à la gestion technique.
- Comprendre l'élaboration du mix marketing.
- Comprendre l'intégration d'une démarche marketing appliquée sur un produit ou un service vendu.

Contenu

1) Les choix stratégiques de l'entreprise

- Les termes et notions essentielles : concurrence et analyse concurrentielle, avantage compétitif et positionnement... , analyse du macro-environnement
- Les piliers de la stratégie de l'entreprise : la direction et ses choix, l'histoire et la culture, les produits, les clients, les concurrents, les prescripteurs, la technologie, les ressources humaines, l'analyse financière, le management et l'organisation
- Les outils : matrice BCG, DAS, diagnostic externe et interne, SWOT, le plan d'engagement stratégique...
- Les notions de diversification, expansion, spécialisation, globalisation...
- Les stratégies d'acquisition, les alliances stratégiques et les stratégies relationnelles. Les stratégies de rechange.

2) Le marketing : démarches et applications

- Les concepts : fondements, la notion de produit et/ou de service, le marché et le comportement du client, l'environnement commercial.
- Les études commerciales : les notions d'études de marché, d'études qualitatives, quantitatives, de notoriété, d'image.
- La gestion des produits : gammes, marques, lignes de produits, la courbe de vie... .
- Le mix marketing : raisonnement et composantes (produit, prix, communications, publicité, distribution, communications hors-médias et médias)
- Le marketing stratégique et les spécificités dans l'industrie et dans les services.

Module 2

Objectifs

- Savoir imaginer et valider par le marché un concept d'offre innovant.
- Construire une stratégie globale (ou business model) autour de ce concept.
- Construire un plan projet du concept jusqu'au succès commercial.



- Étudier la performance économique et financière et le ROI d'un tel projet.
- Présenter et convaincre des décideurs ou financeurs autour du projet.

Contenu

Il s'agit d'imaginer un nouveau produit capable de répondre à un besoin peu couvert par le marché et qui pourrait être porté par une entreprise existante (réelle ou fictive), de réaliser des démarches permettant de valider la pertinence de ce concept, puis de transformer cette nouvelle offre en une stratégie (business model) et en un plan d'actions capable de lui faire atteindre le succès commercial et un positionnement de choix sur le marché. La priorité sera donnée à la construction d'une stratégie (cible, offre <> besoin, modèle de production, modèle de commercialisation, modèle économique...) et sa validation par le marché.

Evaluation

Etudes de cas de stratégie d'entreprise et de plan marketing appliqués à une entreprise choisie seront réalisées en groupe. Les groupes réaliseront un dossier écrit et présenteront un diagnostic stratégique et une application marketing de mix sur un produit ou un service vendu en rapport avec l'entreprise choisie.

Entrepreneuriat (E. Astien et J. Cruz)

Objectifs

- Dédramatiser la création d'entreprise
- Comprendre les mécanismes de création d'entreprise
- S'initier à la stratégie et au pilotage d'entreprise
- Renforcer ses savoirs faire en gestion d'activité

Contenu

- Présentation de l'entrepreneuriat (et témoignage si possible) 4h
- Serious game (8h) : le jeu du marketing

Suivre une méthodologie permettant de construire un modèle d'affaires

Positionner un produit sur un marché

Appliquer des outils simples de représentation et d'analyse

Construire une ébauche de modèle d'affaires

Gestion de crise (J.-P. Korczac)

Objectifs

Sensibiliser à l'anticipation et la préparation des crises, avec l'objectif de réactivité et d'efficacité dans sa gestion, lorsque l'on y est confronté.

Contenu

1) Éléments de base

Termes et notions essentielles :

- Risques, Crises, gestion : de quoi parlons-nous ?

Les différents types de crises



2) Différentes phases en amont

- Identifier les risques, anticiper les risques et leur arrivée
- Anticiper les crises potentielles liées à l'activité
- La notion de veille (document unique) information,
- Sensibilisation, formation, entraînement en interne

3) Gestion de la crise

En amont, pendant, après la crise (3 étapes à préparer, vivre, exploiter)

- L'équipe de gestion : qui fait quoi, comment, avec quels moyens ?
- Le REX en suivant la crise (mutualisation des expériences pour la progression de l'organisation)

Conclusion : que retenir ?

Prérequis

Avoir une connaissance du document unique et du CSE/ CHSCT serait un plus !

Initiation à la négociation (K. Geitzholz)

Objectifs

- Sensibiliser aux techniques de négociations
- Améliorer la qualité des échanges en mode projet

Contenu

- Les principes de la négociation
- Les tactiques de la négociation
- Jeux de rôle et mise en situation

Documents

- Réussissez toutes vos négociations, Lionel Bellenger
- L'art de négocier avec la méthode Harvard, Maurice A. Bercoff

Conférences

Ces cycles de conférences / tables rondes ont pour objectifs de sensibiliser les élèves à des thématiques d'ordre scientifique ou en lien avec l'éthique ou le développement durable et la responsabilité sociétale.

Le titre et la date de ces événements seront communiqués aux élèves au fur et à mesure de leur programmation.

La date de ces événements seront communiqués aux élèves au fur et à mesure de leur programmation.

Infos pratiques



Contacts

Eric Astien

✉ Eric.Astien@bordeaux-inp.fr

Julien Cruz

✉ Julien.Cruz@bordeaux-inp.fr

Betty Despagne

✉ Betty.Despagne@bordeaux-inp.fr

Karene Geitzholz

✉ Karene.Geitzholz@bordeaux-inp.fr

Jean-pierre Guichane

✉ Jean-Pierre.Guichane@bordeaux-inp.fr

Jean-Pierre Korczak

✉ Jean-Pierre.Korczak@bordeaux-inp.fr