ENSMAC

Enseignements de Sciences humaines du S9

École / Prépa
ENSMAC

Présentation

Code interne : PMU9-SCHUM

Description

Les enseignement de sciences humaines de 3ème année du S9 ont pour objectif :

- de confronter les élèves aux problématiques de l'entreprise

- de compléter leur formation au management des hommes et au management de projets

- de permettre aux élèves d'identifier leurs compétences et de les préparer à un futur recrutement au travers de l'exercice "Valoriser ses compétences.

- de sensibiliser les élèves à la notion d'éthique.

Certains modules sont proposés à la carte et les élèves doivent choisir un ou plusieurs modules de façon à suivre 20h de formation.
- L'élève qui choisit le module "Stratégie d'entreprise et marketing" ou "Management stratégique de la RSE", n'a pas besoin de choisir d'autre module.
- Celui qui choisit de suivre le module "Entrepreneuriat", est dans l'obligation de choisir deux modules parmi les modules "Gestion de crise", "Initiation à la négociation" et "Management et Leadership par le sport" ou de choisir un des modules mentionnés et de suivre une des conférences.
Enfin celui qui ne choisit ni "Stratégie d'entreprise et marketing" ni "Management stratégique de la RSE" ni "Entrepreneuriat" doit suivre Gestion de crise", "Initiation à la négociation", "Management et Leadership par le sport" et doit suivre deux des conférences.
Les conférences seront proposées tout au long de l'année et auront lieu le jeudi sur la pose de midi.

L'exercice "Valoriser ses compétences" est obligatoire pour tous les élèves.

Deux autres évènements, également obligatoires, sont proposés au semestre 9 :

- le salon Futuris'MAC, d'une journée, qui permet aux élèves d'affiner leur projet professionnel et de développer leur réseau .

- une journée consacrée à l'éthique avec des ateliers et une conférence suivie d'une table ronde

Heures d'enseignement

CI	Cours Intégrés	20h
TD	Travaux Dirigés	4h

Syllabus

Valoriser ses compétences (B. Despagne, 2h)

Savoir se présenter tout en valorisant ses connaissances, ses acquis et ses expériences au cours d'un oral blanc constitue une compétence indispensable dans les processus d'orientation professionnelle et de développement de carrière.
Valoriser ses compétences est un exercice d'entraînement à un entretien de recrutement face à un jury de recruteurs qui peuvent endosser les rôles de RH, de PDG, ou de Manager. La présentation ne s'appuie sur aucun support. Cet exercice, obligatoire, n'est pas évalué.

Objectif

Passer un oral blanc de recrutement de stage et s'exercez à répondre aux 10 questions incontournables de 3 types de recruteurs différents.

Contenu

1) Echange avec le jury

En s'appuyant sur l'annonce de stage choisie par le candidat, le jury posera les questions habituelles posées en entretien, à savoir :

1. Parlez-moi de vous ?
2. Que savez-vous sur notre entreprise ?
3. Qu'avez-vous compris de l'annonce à laquelle vous postuler ou comment envisagez-vous le travail qui vous sera demandé ?
4. Pourquoi croyez-vous être le (la) meilleur(e) candidat sur cette offre ?
5. Quelles sont vos 2 forces ?
6. Quelles sont vos 2 axes d'amélioration ?
7. Que pouvez-vous nous dire sur l'entreprise dans laquelle vous avez fait votre dernier stage ?
8. Avez-vous des questions pour nous ?
9. Avez-vous une idée de votre futur projet professionnel ?
10. Comment vous sentez-vous après cet exercice ?

Durée de l'échange : 10 min

2) Débriefing (10 minutes par candidat)

Le jury fera un retour à chaque élève sur son savoir faire, son faire savoir et son savoir-être et lui donnera des conseils pour être encore mieux préparé à ses prochains recrutements.

Durée

2h / groupe de 6 élèves

Nombre de groupes : 24

Stratégie d'entreprise et marketing (J. Cruz, 8h)

Les enseignements de ce module, correspondant à 5 séances de 4h, ont lieu sur les deux semestres.

Il est déconseillé aux élèves inscrits au module de spécialisation MAPI (redondance avec le projet conserve).

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

Etude 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.

Durée

8h / groupe au semestre 9

Nombre de groupe : 1 (21 élèves)

Management stratégique de la RSE (K. Geitzholz, 8h)

Les enseignements de ce module, correspondant à 5 séances de 4h, ont lieu sur les deux semestres.

Objectifs

- Comprendre le concept et les enjeux de la RSE.
- Disposer d'outils pour soutenir la mise en place de stratégie RSE (cadre réglementaire, législatif, autodiagnostic).

Contenu

- Introduction sur l'évolution de la situation mondiale.
- Concepts fondateurs de la RSE.
- Les référentiels institutionnels (étude sectorielle sur les 17 ODD, les engagements nets zéro).
- Les référentiels législatifs (SWOT sur les lois contraignantes).
- Autodiagnostic.

- Embarquer ses fournisseurs dans une démarche responsable.
- Restitution orale et évaluation par l'ensemble des groupes.

Evaluation

Dossier et restitution orale seront réalisées en groupe.

Durée

8h / groupe au semestre 9

Nombre de groupe : 1 (21 élèves)

Entrepreneuriat (E. Astien et J. Cruz, 12h)

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

Durée

12h / groupe de 20 élèves au semestre 9

Nombre de groupes : 1 à 2

Gestion de crise (Y. Bougouffa, 4h)

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) Eléments 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, entrainement 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 !

Durée
4h / groupe de 25 élèves aux semestres 9 ou 10

Nombre de groupes : 3 à 4

Initiation à la négociation (K. Geitzholz, 4h)

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

Durée
4h / groupe de 25 élèves aux semestres 9 ou 10

Nombre de groupes : 3 à 4

Management et Leadership par le sport (Y. Bougouffa, 4h)

Objectifs

Appréhender les techniques utilisées dans le sport et se les approprier pour les transposer au management de l'entreprise.

Contenu

- **Introduction**

Exposé de la vision : appréhender le sport comme une véritable école de leadership.

- Management & leadership sportif

Analyse comparative entre management et leadership sportif, test et discussion autour des différents styles employés par les athlètes pour atteindre l'excellence.

- Prise de poste & mindset sportif

Transposition des routines d'entraînement au monde managérial : définition d'objectifs SMART, priorisation, gestion du temps.

- Gestion d'équipe & communication

Ateliers pratiques inspirés du sport collectif : structuration de réunions "match", pratiques de feedback, gestion des conflits et renforcement de la cohésion d'équipe.

- Synthèse & plan d'actions

Conclusion de la session et échanges.

Durée

4h / groupe de 25 élèves aux semestres 9 ou 10

Nombre de groupes : 3 à 4

Futuris'MAC

Ce salon d'une journée, organisé par les élèves est proposé au cours de ce semestre. Au cours de cet évènement diverses entreprises présentent aux élèves leurs activités. Les élèves affinent ainsi leur projet professionnel, développent leur réseau et le cas échéant peuvent candidater pour des stages.

Sensibilisation à l'éthique

Une journée consacrée à l'éthique, avec divers ateliers et une conférence suivie d'une table ronde, est proposée lors de ce semestre, est proposée à l'ensemble des élèves de 3ème année.

Conférences

Des cycles de conférences ayant 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 sont également proposés.
Le titre et la date de ces évènements sont communiqués aux élèves au fur et à mesure de leur programmation.

Informations complémentaires

Infos pratiques

Contacts

Responsable module

Sandra Pinet

Sandra.Pinet@bordeaux-inp.fr

Éric Astien

Eric.Astien@bordeaux-inp.fr

Karene Geitzholz

Karene.Geitzholz@bordeaux-inp.fr

Julien Cruz

Julien.Cruz@bordeaux-inp.fr

Betty Despagne

Betty.Despagne@bordeaux-inp.fr