

<b>IDENTIFICATION</b>	
Unité de formation : MANAGEMENT STRATEGIQUE Activité d'enseignement : Cours : Laboratoire de planification stratégique de l'entreprise	Section : CPT C  Nombre de crédits ECTS :
Nombre de périodes : 60	N°UF : 851-1
Dossier pédagogique : 718204U32D1	Unité déterminante : N

<b>DESCRIPTION</b>
<p><b>Capacités préalables requises</b> : attestation de réussite de l'unité de formation « ORGANISATION DES ENTREPRISES ET ELEMENTS DE MANAGEMENT » code N° 71 82 11 U 32 D1 de l'enseignement supérieur de type court.</p>
<p><b>Contenu du cours : les savoirs et savoir-faire permettront d'atteindre les objectifs de l'activité d'enseignement, à savoir,</b></p> <p>=&gt; à partir d'étude de cas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• comprendre les fondements de toute politique d'entreprise</li> <li>• acquérir les méthodes et les outils de l'analyse stratégique, et notamment : <ul style="list-style-type: none"> <li>-le ROI (return on investment),</li> <li>-la matrice produits-marchés,</li> <li>-les sources d'avantages concurrentiels (leadership du produit, innovation,...)</li> <li>-le « knowledge management »</li> <li>-la création de valeur ajoutée</li> <li>-le positionnement stratégique de l'entreprise</li> </ul> </li> </ul> <p>=&gt; à partir d'une situation-problème simple clairement définie,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• formuler une stratégie, en termes d'options et de positionnement</li> <li>• traduire cette stratégie dans un business plan mettant en évidence : <ul style="list-style-type: none"> <li>-la description synthétique du projet envisagé</li> <li>-le profil de l'entreprise et de ses produits</li> <li>-l'identification du marché</li> <li>-l'argumentaire financier</li> </ul> </li> </ul>

**Capacités terminales : pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant devra prouver qu'il est capable à partir d'une situation-problème simple clairement définie et d'un modèle de business plan :**

- de formuler une stratégie, en termes d'options et de positionnement
- de traduire cette stratégie dans un business plan mettant en évidence :
  - la description synthétique du projet envisagé
  - le profil de l'entreprise et de ses produits
  - l'identification du marché
  - l'argumentaire financier

**Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte:**

- de la cohérence de la démarche ;
- de la pertinence des choix
- de la logique de l'argumentation ;
- de la capacité d'analyse
- du niveau de précision et d'adéquation dans l'emploi du langage technique.

**Bibliographie :**

- **Gestion d'entreprise, H. Snyers et G. Leurquin, Editions De Boeck**
- **Pratique de Gestion de Petites Entreprises, O. Kahn et F. Parissier, Le Solutionnaire asbl**
- **Mon Plan d'Affaires, le story-board de mon entreprise, UCM**
- **Articles tirés de la presse et revues spécialisées**
- **Connaissances de Gestion de base, syllabus de préparation au jury central, SPF Economie**
- **Sites internet des organismes d'aide à l'entrepreneuriat**

#### **PERSONNEL ENSEIGNANT**

BRAECKMANS Rudy

#### **METHODOLOGIE**

Syllabus (sous forme de présentation powerpoint)

Visite d'un guichet d'entreprises agréé

Exercices et travaux individuels ou de groupe exploitant l'actualité (TP)

Rédaction d'un « Business Plan » de création d'entreprise selon les préconisations de l'UCM

#### **MODES D'EVALUATION**

Evaluation finale, écrite, sur les capacités terminales et à travers différentes mises en situation.