

IDENTIFICATION
Section : Comptabilité
Intitulé de l'UE : Eléments de management stratégique
Code de référence : 718207U32D1
Nombre de périodes : 100
Nombre de crédits ECTS : 9

DESCRIPTION
Prérequis ou documents de référence pour une préparation préalable au cours : <i>Face à des situations issues de la vie professionnelle courante, pour une entreprise donnée ou</i> <i>un ensemble d'entreprises présentant les mêmes caractéristiques,</i> ✓ analyser les structures, le mode d'organisation et les aspects de la gestion en appliquant les principes fondamentaux de management ; ✓ présenter un rapport argumenté et critique mettant en évidence : • le type d'entreprise, • les structures de pouvoir et de décision, • les méthodes de gestion.
Finalités particulières : L'unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant : ✓ d'acquérir les bases de la démarche méthodologique de l'analyse stratégique, essentielle à la définition d'une politique d'entreprise ; ✓ à partir de l'analyse, de formuler les bases d'une stratégie et d'en traduire les éléments sous forme d'un business plan ; ✓ de percevoir globalement les enjeux commerciaux rencontrés par les entreprises et la philosophie de base du marketing-management ;

- ✓ d'intégrer les aspects commerciaux au niveau de la prise de décision ;
- ✓ d'appliquer des techniques de gestion opérationnelle de la chaîne logistique.

Contenu du cours :

Eléments de marketing

- Plan marketing (objectifs stratégiques et opérationnels)
- Le marketing crée-t-il un besoin ?
- Les types de besoins
- Le public cible
- Le marketing mix (produit, prix, place, promotion)
- Les différentes stratégies marketing (focalisation, différenciation, écrémage, pénétration)
- L'arrivée du digital
- Exemples de stratégies marketing
- Le système marketing (facteurs internes, externes et environnementaux)

Laboratoire de planification

- L'intention stratégique (valeurs, mission, vision et objectifs, exemples)
- Dans quels cas pratique-t-on un diagnostic stratégique ?
- La stratégie (enjeux de l'entreprise, diagnostic, orientations et objectifs marketing, segments cibles, choix du positionnement, marketing mix, compte d'exploitation prévisionnel, suivi et contrôle)
- Etudes de cas
- Quelques questions clés pour le futur d'une organisation

Supply chain

- Introduction : les niveaux (stratégiques, tactiques et de gestion)
- Composantes de la gestion des opérations (fiche article, nomenclature, poste de travail, gamme opératoire, valorisation des marchandises et des prestations), calcul du prix de revient
- L'ordre de fabrication (pour la production, la planification, le contrôle de gestion), planification des besoins matériels
- Coût réel (prix de revient et valorisation MTS et MTO)
- Problèmes potentiels
- La planification (plan commercial, méthode MRP)

- L'approvisionnement (gestion des stocks, stock de sécurité, quantités à commander, taux de rotation, stock mort, problèmes potentiels)
- Le Lean Manufacturing (origine, objectif, les 7 gaspillages, classification des outils, flux poussé, flux tiré, just in time, le Kanban, la théorie des contraintes)
- La maintenance (objectifs, différents types, cycle de vie d'un ordre de maintenance, les indicateurs, analyse de la criticité)
- Le système de management de la qualité (positions dans la gestion des opérations, politique qualité, l'assurance qualité, les non-conformités, amélioration continue)
- Elaboration d'un système de gestion

Bibliographie :

Gestion de production : Alain Courtois, Maurice Pillet, Pascal Bonnefous et Chantal Martin-Bonnefous – Eyrolles 2010

Opération management : S. Anil Kunar et N. Suresh – New Age international Publishers 2009

Organisation et gestion de production : Georges Javel – Dunod 2010

APICS dictionary – 12th edition

ISA 95 – American National Standard & ISA The instrumentation, systems, and Automation Society :

- ANSI/ISA-95.00.01-2010 Enterprise-Control System integration part 1 : Models and Terminology
- ANSI/ISA-95.00.03-2010 Enterprise-Control System integration part 3 : Activity Models of Manufacturing Operations Management

Gestion des opérations : Cours – Service d'enseignement de la gestion des opérations et de la logistique, HEC Montreal 2012

SAP Functions details

Normes ISO 9000

Johnson, Whittington, Scholes, Angwin, Regner et Fréry, *Stratégique*, 11^{ème} Edition, Pearson Education France

Lambin J., de Moerloose C., *Marketing stratégique et opérationnel - La démarche marketing dans une perspective responsable*

Van Laethem N., Body L., *Le plan marketing – 2^{ème} édition : Plan stratégique – Plan opérationnel*

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/strategies-marketing/video/notoriete-de-marque-total-touche-116m-de-contacts-uniques/>

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/fr-fr/strategies-marketing/video/total-booste-de-103-son-souvenir-publicitaire/>

<https://www.youtube.com/watch?v=qBRQ1-fosYs>

<https://www.youtube.com/watch?v=KUA31yNYheM>

<https://www.journalduluxe.fr/fr/business/4p-experience-client-point-vente-chronique-nicolas-rebet>

<https://www.lenouveleconomiste.fr/lesdossiers/marketing-mix-et-e-commerce-le-5e-p-23367/>

https://storyjungle.io/entretien/spotify-quelles-priorites-en-2021-_a-210-6328.html

<https://youtu.be/lCsGtqBHGKA?si=z4GLls-Aromt98lQ>

<https://www.danone.com/about-danone/we-are-danone.html#MISSION>

<https://youtu.be/d9tYEigct0M?si=E9rwWx6eYQMS8gqt>

<https://www.manager-go.com/strategie-entreprise/swot.htm>

<https://systemproject.fr/swot-ffom/>

<https://www.etudes-et-analyses.com/blog/decryptage-economique/matrice-mckinsey-kraft-25-05-2021.html>

<https://blog-gestion-de-projet.com/chaine-de-valeur/>

<https://www.leblogdudirigeant.com/la-matrice-ansoff/>

<https://youtu.be/lnqnj21LBLA?si=NBcwylJA-s4K14Cy>

[Cloud Computing pour les entreprises – AWS \(amazon.com\)](#)

<https://youtu.be/FlcdIQ4RkNE?si=aFCR33TunhJu16eN>

PERSONNEL(S) ENSEIGNANT(S)

Pochet Catherine

METHODOLOGIE

Les étudiants disposent d'un syllabus, parfois lacunaire, à compléter durant les cours (exemples + théorie).

La matière est généralement découverte sur base d'exercices ou de mises en situation avec, occasionnellement, une part d'exposé théorique de la matière prévue. Certains exercices sont résolus par les étudiants en classe, avec l'aide du professeur.

D'autres exercices ou mises en situation seront distribués durant le module ou déposés sur la plate-forme Moodle dans le but de s'entraîner, de s'auto-évaluer et de se préparer à l'évaluation certificative. Des vidéos, des articles provenant de la presse ou de revues spécialisées seront également proposés afin de compléter l'information et de faire la jonction entre le cours et la réalité professionnelle.

SUPPORTS

Cours Moodle (notes, articles, exercices...)

MODES D'ÉVALUATION ET ACQUIS D'APPRENTISSAGE

Acquis d'apprentissage

à partir d'un projet de création d'entreprise ou d'un produit approuvé par le chargé de cours, les consignes étant clairement définies,

- ✓ d'établir une stratégie, en termes d'options et de positionnement ;
- ✓ d'intégrer 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'organisation de la supply chain,
- ✓ d'explicitier et d'argumenter ses choix, en tenant compte de la faisabilité économique.

Mode(s) d'évaluation

L'évaluation finale consiste en rapport écrit (suivant les consignes) à présenter oralement avec un support Power Point. L'écrit est à déposer sur Moodle et en version papier au dernier cours lors de la présentation orale.

UTILISATION DE L'IA

Pour la réalisation du dossier, si l'étudiant utilise l'IA en soutien, il doit toutefois veiller à ce que le dossier corresponde aux attentes. Le texte doit être continu et la validité des informations fournies doit être vérifiée.

L'utilisation de l'IA peut aider à répondre à différents questionnements ou à mieux comprendre certains concepts mais le dossier ne peut en aucun cas se limiter à une production de l'IA.