

<b>Section Bac</b>	<b>Comptabilité</b>		
<b>Nom de l'UE</b>	<b>Eléments de management stratégique</b> - <b>Cours : Eléments de marketing et de stratégies commerciales et la Supply chain</b>		
<b>Nom du professeur</b>	P. Foret		
<b>Niveau</b>	4	<b>Unité déterminante</b>	OUI
<b>Nombre de périodes</b>	50	<b>Pré requis pour</b>	/
<b>Langue de cours</b>	Français	<b>Crédits ECTS</b>	9

## Eléments de marketing et de stratégies commerciales et la Supply chain

### Objectifs du cours

#### Eléments de marketing et de stratégies commerciales :

*À partir de situations issues de la vie professionnelle*

- ◆ D'appréhender les principes de base du marketing ;
- ◆ D'identifier le mix produit et les caractères principaux de la marque ;
- ◆ D'acquérir les concepts fondamentaux de la planification stratégique en marketing ;
- ◆ D'utiliser les principes et les méthodes de la stratégie de marketing :
  - ◆ Gestion du produit ; portefeuille de produits,
  - ◆ Fixation des prix,
  - ◆ Communication,
  - ◆ Stratégie globale ;
- ◆ D'établir les procédures de suivi et de contrôle de la stratégie marketing.

#### Supply chain

*À partir de situations issues de la vie professionnelle*

- ◆ D'appréhender le concept global de supply chain ;
- ◆ De caractériser les problèmes stratégiques, tactiques et opérationnels de la gestion de la chaîne logistique ;
- ◆ D'analyser les principes d'organisation générale de la logistique, les difficultés liées à sa gestion, et leur impact sur l'ensemble des activités de l'entreprise, notamment en termes de coûts ;
- ◆ D'analyser succinctement des questions relatives à la gestion opérationnelle de la

supply chain telles que la planification des opérations, la production, la gestion des stocks, le just-in-time, les flux tendus ;

- ◆ D'appliquer dans des cas simples des techniques de gestion opérationnelle de la chaîne logistique

### Contenu du cours :

#### Eléments de marketing et de stratégies commerciales :

- Les principes de base du marketing ;
- Le mix produit et les caractères principaux de la marque ;
- Les concepts fondamentaux de la planification stratégique en marketing ;
- Gestion du produit ;
- Le portefeuille de produits ;
- La fixation des prix ;
- La communication ;
- La stratégie globale ;
- Les procédures de suivi et de contrôle de la stratégie marketing.

#### Supply chain :

- Le concept global ;
- Les problèmes stratégiques, tactiques et opérationnels ;
- Les principes d'organisation générale de la logistique ;
- Les difficultés et leurs impacts ;
- La gestion opérationnelle ;
- Les techniques de gestion opérationnelle de la chaîne logistique.

### Méthodologie :

- Explications théoriques
- Cas pratiques
- Réalisation de la partie écrite d'un business plan.

### Supports :

- Power point
- Etudes de cas

### Acquis d'apprentissage

*A 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.
  - Remarque : le business plan est effectué conjointement avec la partie « **Laboratoire de planification stratégique de l'entreprise,** » de l'UE « Eléments de management stratégique »
  - Indicateur 1 : répondre aux exigences de l'aspect commercial, à savoir : la détermination du chiffre d'affaires et sa justification, le choix des canaux de distribution, le choix des canaux de communication, les descriptifs produits, l'environnement.
  - Indicateur 2 : décrire la chaîne logistique complète et identifier ses contraintes.
  - Indicateur 3 : formulation d'une conclusion quant à la faisabilité économique

### Evaluation

Examen oral (sur base d'un envoi préalable à l'enseignant du fichier de travail en word)

### Pondération

Examen de 1 <sup>ère</sup> session	Examen 2 <sup>ème</sup> session
100 %	100 %

Section Bac	Comptabilité		
Nom de l'UE	Eléments de management stratégique - Cours : Laboratoire planification stratégique (50 P)		
Nom du professeur	G. Peiffer		
Niveau	4	Unité déterminante	OUI
Nombre de périodes	100	Pré requis pour	/
Langue de cours	Français	Crédits ECTS	9

### Laboratoire planification stratégique

#### Objectifs du cours

- Etablissement d'un business plan
- Description du projet d'entreprise et des moyens à mettre en œuvre
- Evaluer la faisabilité économique et financière du projet
- Etablissement du plan financier sur 3 ans : compte de résultat, tableau des flux de

trésorerie (méthode directe et indirecte), bilan prévisionnel sur 36 mois

### Contenu du cours

- Business plan: introduction
- Points juridiques et légaux
- Structure du business plan
- Plan financier
- Exemple chiffré
- Exercice simplifié (en excel)
- Annexes :  
Cycle de vie d'une entreprise ;  
Planification et processus budgétaire ;  
ROI ;  
Matrice produit / marché ;  
Avantages concurrentiels ;  
Positionnement stratégique de l'entreprise.

### Méthodologie

- Explications théoriques
- Le chiffre d'affaires prévisionnel détaillé sur 36 mois du projet d'entreprise est élaboré dans le cadre du cours « Eléments de marketing et de stratégies commerciales », faisant partie de la même UE
- A partir de ce chiffre d'affaires, élaboration du plan financier
- Travail individuel effectué durant les cours ; l'enseignant assure suivi / supervision / conseil et support individualisés par étudiant

### Supports

- Power point
- Exemple chiffré (excel)

### Acquis d'apprentissage

*A 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.
- remarque : le business plan est effectué conjointement avec la partie « Eléments de marketing et de stratégies commerciales » de l'UE « Eléments de management stratégique »
- indicateur 1 : répondre aux exigences de l'aspect financier, à savoir : un fichier excel; découpe sur 3 années (mensualisé sur 36 mois); cohérence parfaite entre le compte de résultat, le bilan et le tableau des flux de trésorerie ; bilan équilibré ; valeurs disponibles du bilan en ligne avec le tableau des flux de trésorerie
- indicateur 2 : formulation d'une conclusion quant à la faisabilité économique

### Evaluation

Examen oral (sur base d'un envoi préalable à l'enseignant du fichier de travail en excel)

### Pondération

Examen de 1 <sup>ère</sup> session	Examen 2 <sup>ème</sup> session
100 %	100 %