

Management & e-business 1

Domaine	Economie et Services
Filière	Economie d'entreprise
Orientation	Economie d'entreprise (EE)
Mode de formation	Plein temps

Informations générales

Nom:	:	Management & e-business 1
Identifiant:	:	HEG-OPMEB1
Année académique	:	2020-2021
Responsable:	:	Yves Borgeaud
Charge de travail:	:	270 heures d'études
Périodes encadrées:	:	120 (= 90 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6
Cours								120	

Connaissances préalables recommandées

Connaissances acquises dans le tronc commun du cursus en économie d'entreprise.

Objectifs

Développer l'employabilité et les compétences des étudiants dans le domaine du management et du développement d'affaires dans un contexte de digitalisation des activités économiques. Il s'agit en particulier de les sensibiliser aux outils de développement et de pilotage de projets d' "augmentation numérique" des activités économiques tout en tenant compte des dimensions sociales et environnementales des entreprises dans lesquelles ils exerceront leurs métiers futurs. A cette fin, cette option propose un cadre fondamentalement interdisciplinaire et les prépare à travailler dans un environnement qui requiert la connaissance et le partage de compétences et d'approches multi-disciplinaires.

Le contenu du premier semestre est organisé comme suit:

Introduction au management des projets de digitalisation

1. Qu'est-ce que le management?
 - Optimisation de l'organisation et du fonctionnement d'une entreprise et de ses ressources pour atteindre ses objectifs de développement: de quoi parle-t-on?
 - Enjeux stratégiques
 - Vision et Valeurs
 - Leadership
 - Organisation et Processus
 - Management Science
2. La place et le rôle du manager dans les projets de digitalisation
 - Le management des projets de digitalisation
 - La digitalisation du management

Management interculturel et communication

1. Management interculturel, gestion de la diversité et formes émergentes de coopération
2. Appréhender l'interculturalité au sein d'une organisation
3. Savoir travailler et collaborer au sein d'équipes à compétences multiples et en présence de cultures différentes
4. Analyser la communication interculturelle
5. Organiser des équipes multiculturelles
6. Développer une identité partagée

Stratégies d'achat et techniques de négociation

Cette partie du module a pour objectif de former à la négociation commerciale. Il s'agira de:

1. Comprendre les enjeux d'un service achats et d'un service de vente
2. Préparer une négociation d'affaire et comprendre l'importance d'une "MESORE"
3. Connaître les techniques et apprendre à conduire une négociation.
4. Des séances optionnelles de coaching et de préparation seront proposées

Business concept et Business Model Canvas

Le Business Model Canvas est un outil pour dresser un état des lieux du modèle économique d'une entreprise ou d'un nouveau produit/service prêt à être mis sur le marché. La démarche privilégiée sera celle proposée par A. Osterwalder et Y. Pigneur. Elle permet d'analyser et synthétiser les points suivants:

1. Proposition de valeur
2. Segmentation clients
3. Canaux de distribution
4. Relations client
5. Sources de revenus
6. Ressources clé
7. Partenaires clés
8. Activités principales
9. Structure des coûts

Organisation et pilotage de projets de digitalisation

Cette partie du module a pour objectifs de développer les compétences nécessaires à l'organisation et au pilotage d'un projet

1. Organisation
 - Périmètre/lotissement
 - L'équipe projet
 - Hiérarchie
 - MOA et MOE
 - Tâches, jalons et livrables
 - Planification
 - Définition
 - Découpage
 - WBS
 - Ordonnancement

- Planning
- Techniques de planification
 - Gantt
 - PERT
 - CPM, Réseaux des antécédents
 - Matrice RACI
- Budgétisation
- 2. Pilotage
 - Suivi des ressources humaines et matérielles
 - Indicateurs de pilotage
 - Démarche qualité et cycle PDCA (Plan, Do, Check and Act)
- 3. Gestion de la communication du projet
 - Plan de communication
 - Technologies et supports de communication
 - Informations pertinentes

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 120 périodes

- Management et e-business

120

Bibliographie

Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick, Maria Mercanti-Guérin, Henri Isaac, Pierre Volle, *Marketing Digital*, chez Pearson; 6ème édition (Août 2017). ISBN: 978-2326001527, ou la 7ème édition si sa traduction est publiée à temps.

Alexander Osterwlder & Yves Pigneur, 2011, *Business Model Nouvelle Génération : Un guide pour visionnaires, révolutionnaires et challengers*, chez Pearson

Stalder P. & Tonti A. (dir.) (2014). *La médiation interculturelle : représentations, mises en œuvre et développement des compétences*. Paris: Editions des archives contemporaines

Contrôle de connaissances

Cours:

Le premier semestre s'articule autour de cours, exercices, projets en groupes. L'acquisition des matières de cet enseignement sera contrôlée au fur et à mesure par des tests, des travaux personnels et collectifs.

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1

Fiche validée le 10.09.2020 par Vinckenbosch Laura