

Plan de cours 2014-2015**Création d'entreprise
Business Plan
Patrick Joset
Semestre de printemps****Objectifs du cours (en conformité avec le descriptif de module)**

Le cours vise à donner aux étudiants les bases de connaissance liées à l'entrepreneuriat et au Business Plan. Ce dernier doit également faire l'objet d'une défense orale. Le projet est réalisé par groupes de 3 à 5 étudiants.

Ce projet doit permettre aux étudiants d'appliquer les différents concepts étudiés précédemment dans d'autres cours (stratégie, management, comptabilité, droit, fiscalité, etc.).

Au plan des connaissances, les étudiants-es se familiariseront avec :

- Les notions d'entrepreneuriat et de création d'entreprise
- L'environnement de la création d'entreprise
- Le Business Plan, son contenu, sa forme, sa structure et son utilité

Compétences spécifiques :

- Comprendre la démarche de création d'entreprise et identifier les différentes étapes et leurs contraintes
- Synthétiser les différentes matières étudiées lors du cursus normal, dans un document (BP) concret, efficace et dans une forme professionnelle
- Analyser une situation concrète et complexe de création d'entreprise;
- Identifier et mesurer les facteurs d'influence endogènes et exogènes
- Justifier les choix effectués (stratégie, business model, outils d'analyse...)
- Choisir une présentation et une rédaction en adéquation avec les finalités du BP
- Analyser les risques et choisir les plans d'actions adéquats
- Réaliser une planification financière sur 3 ans (bilan, P/P, plan de trésorerie)
- Réaliser une analyse de marché complète
- Présenter et défendre le projet devant un auditoire

Compétences méthodologiques :

- Rechercher des informations sur l'environnement (marché, concurrence, crédit, assurance, ...)
- Appliquer des outils adaptés (analyse concurrentielle, analyse du marché, audit organisationnel, budgets, ...)

Compétences sociales

- Créer un réseau avec des professionnels afin d'obtenir les informations nécessaires (bailleurs de fonds, assureurs, concurrents, administrations, fournisseurs, ...)
- Utiliser un vocabulaire professionnel adapté au contexte et aux besoins

Compétences personnelles

- Intégrer un groupe de travail et participer à son succès

Plan de cours (Contenu détaillé du cours)

Le contenu doit faire apparaître tous les chapitres, les sous-chapitres ainsi que le titre des études de cas.

De l'idée au projet – chapitre 1 :

- Avoir une idée 1-a
- Evaluer l'opportunité 1-b
- Le Business Plan ou Plan d'affaires 1-c
- Les prévisions financières 1-d

Définir son positionnement - chapitre 2 :

- Définir son marché 2-a
- La segmentation 2-b
- Hierarchiser les segments 2-c
- Le plan marketing et commercial 2-d

Structure et mode de fonctionnement – chapitre 3

- Structure et organisation 3-a
- Business Model 3-b
- Aspects juridiques et financiers 3-c

De l'analyse à un démarrage réussi – chapitre 4

- L'identification et la gestion des risques 4-a
- Le marché de la création d'entreprises 4-b
- Réussir sa présentation orale 4-c

Méthodes pédagogiques

Le cours est organisé autour d'un projet de type « learning by doing », soit la création d'une entreprise avec la réalisation d'un Business Plan. Au cours du semestre, les étudiants ont l'occasion de participer à 3 sessions de coaching par groupe, afin de mesurer : leur avancement, leur capacité d'organiser leur travail dans le temps et d'échanger sur les étapes clé du projet : Définition de l'offre et de son marché, Business Model, Prévisions financières.

Mode d'évaluation (en conformité avec le descriptif de module)

L'évaluation du module se fera en principe de la manière suivante :

Contrôle continu : pas de note.

Examen : dossier (restitution anticipée la semaine qui précède la soutenance) + soutenance orale par groupes de 3/5 étudiants, durée 30 minutes (durant la semaine du 8 juin 2015).

Bibliographie

- La boîte à outils de l'innovation, éd. Dunod
- L'art de se lancer, les éd. Diateno
- Business Model Generation, Osterwalder & Pigneur
- Lean Startup, Eric Ries, coll. Village Mondial, Pearson
- La boîte à outils de la Création d'entreprise, éd. Dunod
- L'étude des marchés qui n'existent pas encore... Paul Millier, éd. D'Organisation