



**ECONOMIE
GESTION
GES401**

Estelle MARTINS

PRESENTATION DU COURS

OBJECTIFS

- MIAGE
- Acquérir ou consolider des connaissances sur **l'entreprise**
- Mettre en perspective l'entreprise dans son environnement économique
- Pratiquer le travail en équipe

MODALITES EVALUATION UE

CCF			
CC1	ORAL + écrit	S4	30%
CC2	ECRIT 2h	Semaine 11 (mars)	30%

EPREUVE TERMINALE			
ET1	ECRIT 2h	Semaine 20/21 (mai)	40%
ET2 rattrapage	ECRIT 2h	Semaine 25	40%

LA MATRICE DU MODÈLE D'AFFAIRES RESPONSABLE

Pepin, Tremblay & Audebrand (2021)

Nom de l'entreprise :

Date :

Version :

Partenaires-clés et parties prenantes

Quels partenaires contribuent le plus significativement au succès de votre modèle d'affaires (p.ex. fournisseurs, distributeurs, réseaux d'affaires, investisseurs)?

- > Comment aident-ils à réaliser les activités-clés?
- > Quelles ressources fournissent-ils?
- > Que leur offrez-vous en contrepartie?

Quelles parties prenantes, autres que les partenaires-clés, influencent l'entreprise (p.ex. gouvernements, groupes de pression, regroupements de citoyens)?

- > Quelles sont leurs motivations?
- > Comment leur point de vue est-il pris en compte et géré dans les activités de l'entreprise?

Activités-clés

Quelles sont les tâches principales (p.ex. R&D, production, gestion de plateforme) nécessaires pour réaliser votre modèle d'affaires? Dans quel ordre de priorité doivent-elles être réalisées?

Comment le cycle de vie des produits/ services (extraction, fabrication, distribution, utilisation, fin de vie) est-il pris en compte dans vos activités?

Ressources-clés

Quelles sont les ressources (p.ex. naturelles, intellectuelles, humaines, matérielles, économiques) nécessaires à l'exécution des activités-clés?

Des formes de financement (p.ex. prêts, subventions, financement participatif) sont-elles nécessaires à vos activités?

Gouvernance

Comment le pouvoir est-il distribué au sein de l'entreprise? (p.ex. vertical vs horizontal, inclusion/d'exclusion, etc.)

Comment les surproduits de l'entreprise sont-ils utilisés et partagés?

Proposition de valeur

En quoi consistent vos produits ou services?

Quelles sont les caractéristiques de vos produits/services qui génèrent de la valeur?

- > En quoi répondent-elles aux besoins/ attentes de votre clientèle (gain creators)?
- > En quoi allègent-elles les frustrations/ souffrances de votre clientèle (pain relievers)?
- > En quoi vos produits/services se distinguent-ils de ce qui est offert sur le marché actuellement?

Mission, vision et valeurs

Quelles sont les croyances, la vision (aspirations) et les valeurs (principes) qui guident l'entreprise?

Relations clientèle

Quelles sont les stratégies pour rejoindre (Get), fidéliser (Keep) et accroître (Grow) votre clientèle?

Canaux

Par quels canaux vos produits ou services sont-ils distribués?

Par quels canaux de communication la clientèle est-elle rejointe?

Segments de clientèle

Quels sont les segments de clientèle ciblés?

Quels sont les segments de clientèle les plus importants?

- > Quel est leur profil?
- > Quels sont leurs besoins/attentes?
- > Quels sont leurs problèmes/frustrations?

Utilisateurs et bénéficiaires

Au-delà de la clientèle, y a-t-il d'autres utilisateurs de vos produits/services (p.ex. le parent achète un jouet, mais l'enfant l'utilise). En quoi cela impacte-t-il votre modèle d'affaires?

Au-delà des utilisateurs, y a-t-il des bénéficiaires des activités de l'entreprise? (p.ex. insertion socioprofessionnelle, intégration de personnes handicapées).

Structure de coûts

Quels sont les postes budgétaires (dépenses) les plus importants de votre modèle d'affaires?

Quelles sont les charges annuelles approximatives de l'entreprise?

Retombées négatives

Quelles sont les retombées négatives connues ou potentielles des activités de l'entreprise:

- > sur le plan économique (p.ex. déclin d'une industrie, augmentation des prix, baisse de l'accessibilité)?
- > sur le plan social (p.ex. emplois délocalisés, conditions de travail dégradantes, contrecoups sur une communauté)?
- > sur le plan écologique (p.ex. exploitation de ressources non renouvelables, rejets atmosphériques, déchets générés)?

Retombées positives

Quelles sont les retombées positives connues ou potentielles de l'entreprise:

- > sur le plan économique (p.ex. création d'emplois de qualité, partage équitable des profits, relations « gagnant-gagnant » avec les partenaires-clés)?
- > sur le plan social (p.ex. inclusivité, diversité, bénéfices pour la communauté locale)?
- > sur le plan écologique (p.ex. recours aux énergies renouvelables, diminution des rejets atmosphériques, réduction de la pollution, régénération de la biodiversité)?

Structure de revenus

Comment les revenus de l'entreprise sont-ils générés?

Quels sont vos revenus annuels approximatifs?

À quelles sources de financement récurrentes (p.ex. subventions salariales des gouvernements) avez-vous accès?

COMMENT GAGNER DE L'ARGENT ?

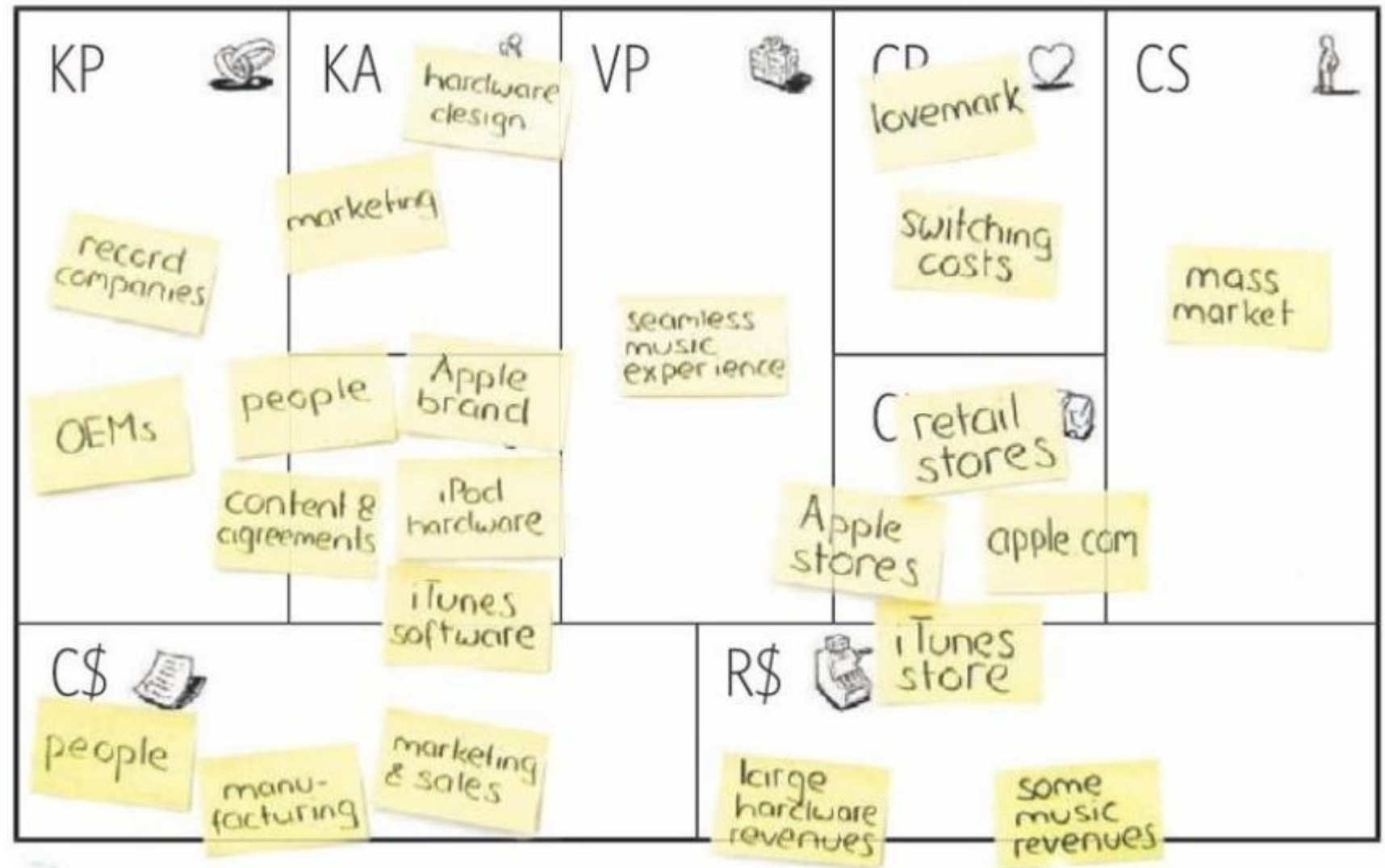


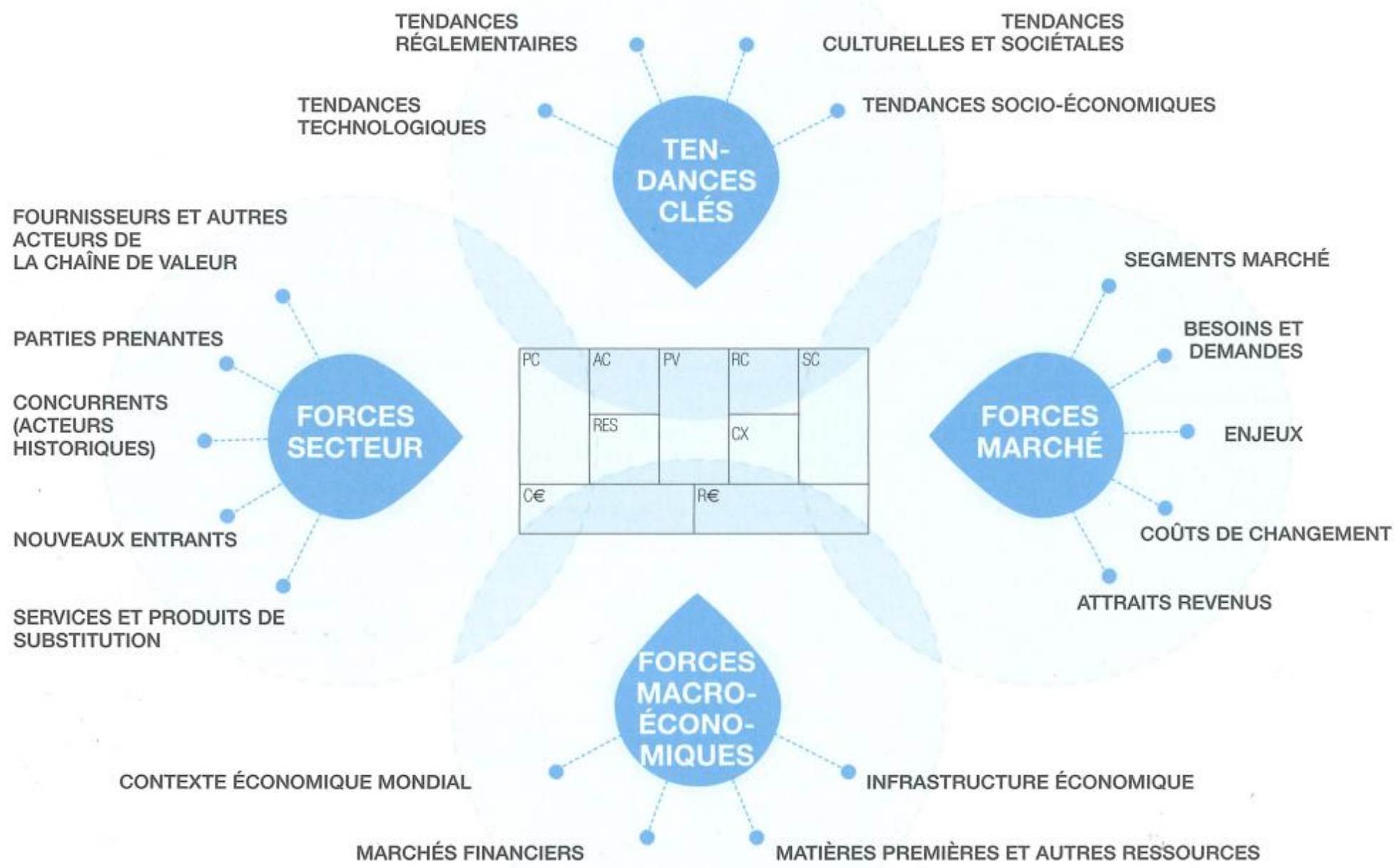
Chaire de leadership en enseignement sur l'engagement social

Chaire de leadership en enseignement sur le développement de l'esprit d'entreprendre et de l'entrepreneuriat



EXAMPLE : iPod/iTunes Apple





UTILISATIONS POSSIBLES

1.CONSTRUIRE

2.ANALYSER

3.FAIRE EVOLUER

UN MODELE ECONOMIQUE

METHODE DE TRAVAIL

- COURS : diapo et prise de notes**
- TD : Intelligence collective**
Méthodes agiles

EVALUATION PAR GROUPE

**A partir d'une entreprise de votre choix
(pappers + site internet)**

1.Ecrit

2.Oral

CRITERES EVALUATION

FOND

- Pertinence des informations choisies (qualité des arguments)
- Niveau d'analyse
- Qualité synthèse
- Exactitude des propos

FORME

- Fil conducteur
- structure
- Vivant/attrayant
- Original
- Orthographe/syntaxe/transition
- Expression orale

	NOM	PRENOM	NOM	PRENOM
Etudiant 1 Responsable Groupe				
Mail Responsable Groupe				
Etudiant 2				
Etudiant 3				
Etudiant 4				
Etudiant 5				
ENTREPRISE	SCHNEIDER		FREE	

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1CN3c_7GSqB2BFNZ_FgA-k2rSsAGx3yjLQ6IIIfBjEQZY/edit?usp=sharing

ROLE DU RESPONSABLE DE GROUPE

M'envoyer le travail terminal par mail, en précisant :

- Nom (majuscules) Prénom (minuscules) de tous les membres du groupe
- PJ en PDF
- Mail conforme (Bonjour, message, Cordialement et PJ)
- Envoie avant l'oral (date et heure)

Estelle.martins@univ-grenoble-alpes.fr

DIAPORAMA : avec numéro de diapo, noms et prénoms sur page de garde

CONSEIL PITCH

- Le pitch, c'est **l'art de convaincre**.
- C'est une présentation **courte et synthétique** de votre produit, de votre projet...
- La difficulté d'un tel exercice réside dans ses contraintes :
 - le temps est **limité**
 - les propos doivent être **percutants**
 - Les orateurs doivent sembler **à l'aise** pour renvoyer une image gagnante du projet

= RACONTER UNE HISTOIRE



QUESTION A SE POSER

- Tout d'abord, posez-vous la question : à qui vais-je m'adresser ?
 - Est-ce à un auditoire grand public, à un vice-président, un examinateur, des collègues, des partenaires...
- Il convient de moduler votre pitch en fonction de votre cible :
 - Leurs attentes
 - Quels enjeux pour vous, (animateur(trice), pour eux ?



LES ETAPES CLEFS



ETAPE 1

Présentez-vous, votre équipe : prénom, nom, le nom de votre structure, équipe...



ETAPE 2

Exposez le problème... en captivant votre auditoire !

N'entrez pas immédiatement dans le vif du sujet

Exemple :

- Racontez d'abord une **anecdote** de manière succincte, qui vous est arrivée ou abordez un sujet en lien avec **l'actualité** par exemple
- **Faites ensuite le lien** avec votre projet, le problème que vous avez remarqué, ou l'animation que vous proposez



ETAPE 3

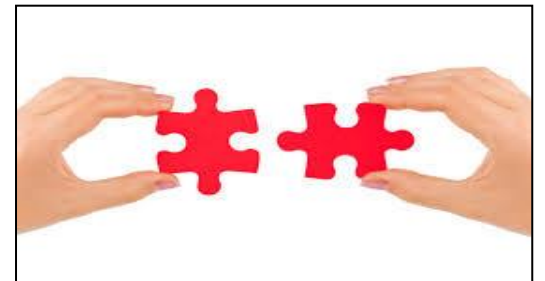
Présentez la solution à ce problème : votre projet, votre service, votre produit, votre innovation...

- **Expliquez brièvement** comment votre proposition répond au besoin soulevé.
- Gardez à l'esprit qu'« il faut, avant tout, une **solution appropriée aux besoins de ses interlocuteurs** »,
- Montrez le plein **potentiel** de votre projet :
« La solution, l'animation proposée doit apparaître spontanément **Pertinente** ».

ETAPE 4

Établissez un lien de **confiance** avec vos interlocuteurs :

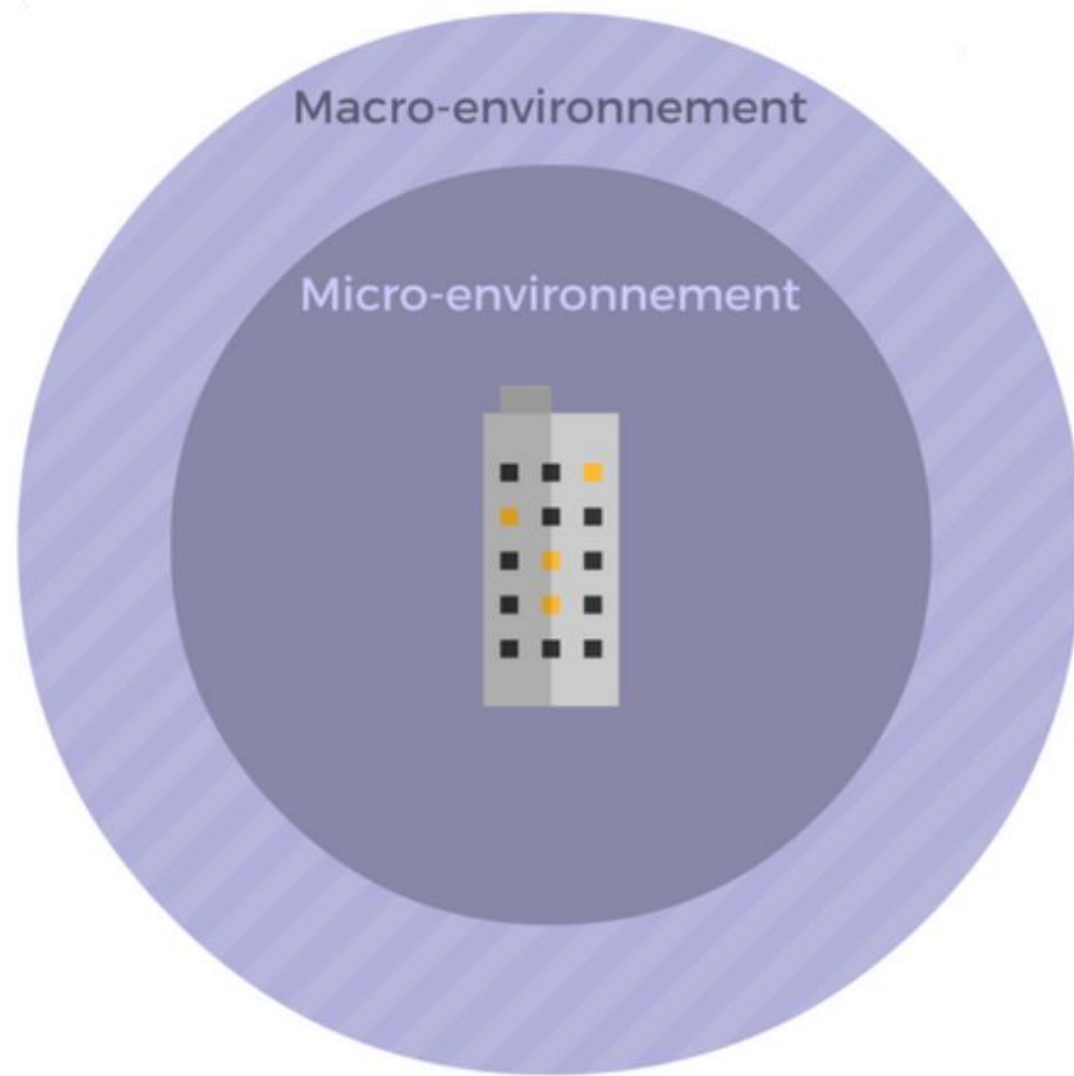
- Expliquez en quoi votre approche votre analyse est **réaliste, réalisable pragmatique**.
- Rassurez sur votre **motivation** : de manière générale et, en particulier, en ce qui concerne votre sujet
- Parlez de votre vision commune, **de l'équipe** qui vous entoure, etc.
- Terminez le pitch en rappelant votre solution

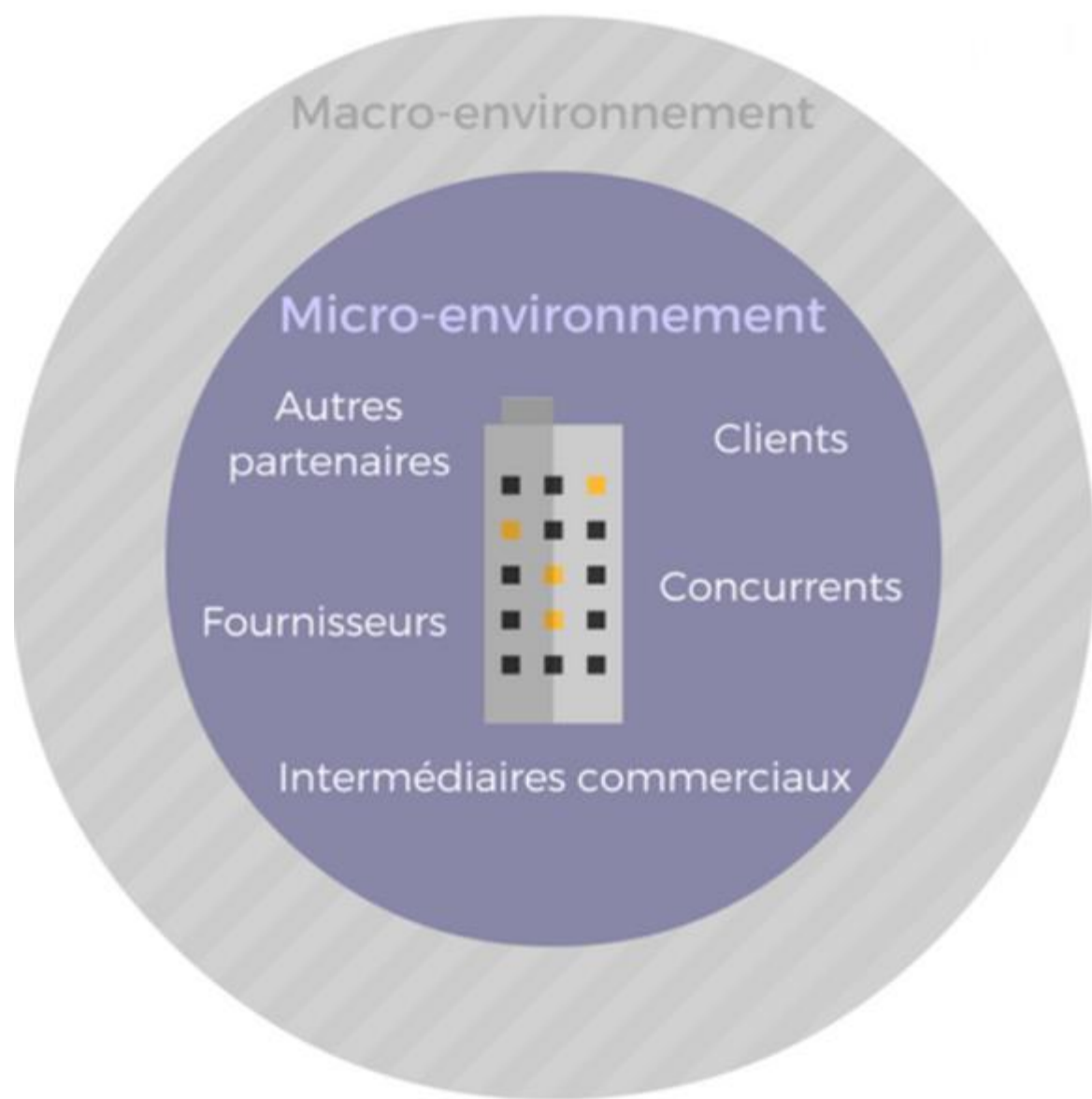


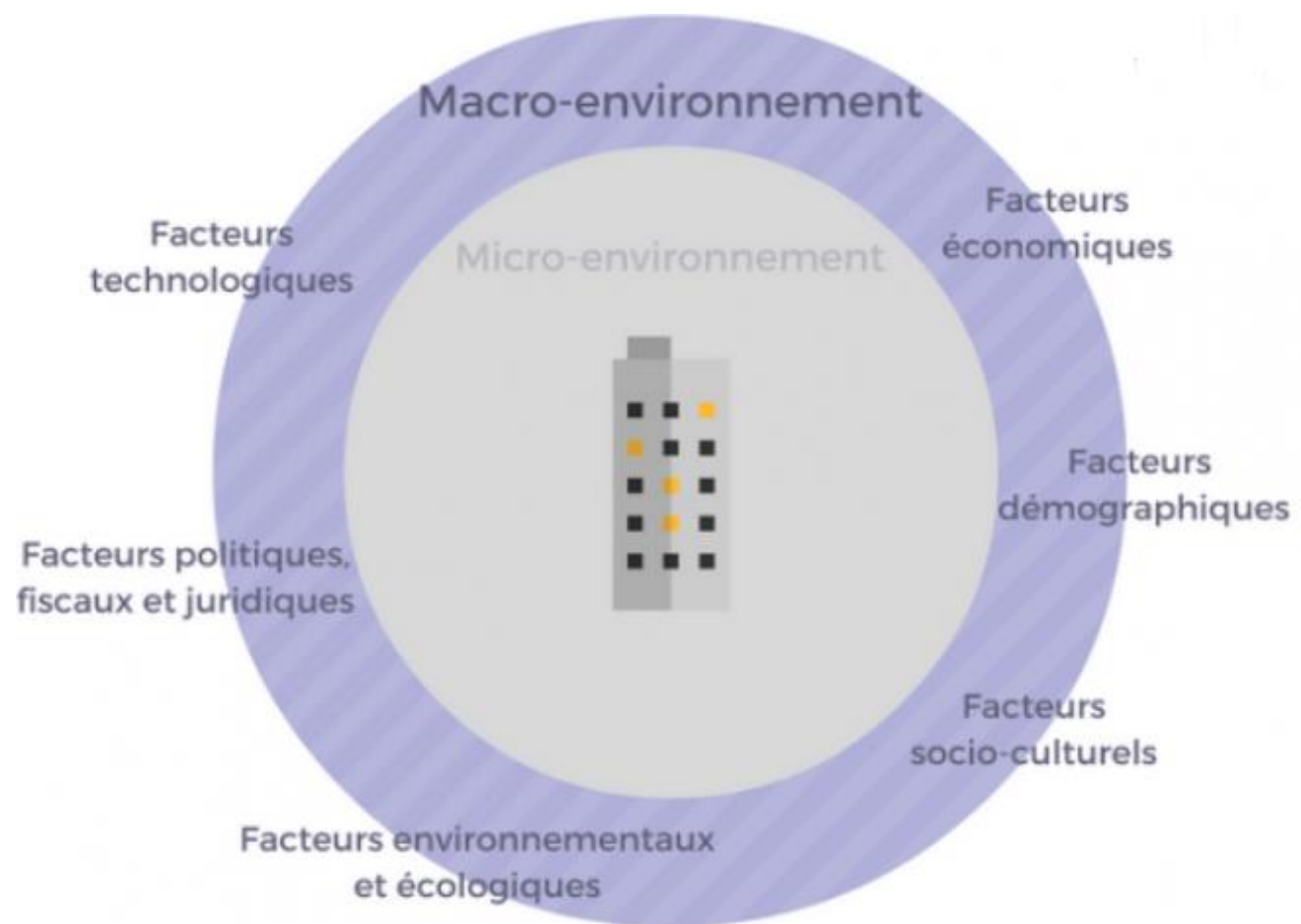
EXAMPLE PITCH

- <https://www.youtube.com/watch?v=pFPJw4AhpJc&t=2s>

COURS INTRODUCTION







CONSEIL

ECOUTER LES INFOS

RADIO NATIONALES :
RMC ; europe 1 ; RTL ; France Inter ; BFM ...

TV : TF1 ; France TV...
JOURNAUX : Le Monde...



CONSEIL

REGARDER DES VIDEOS/TUTOS

https://www.toileses.org/outils/videos_enligne.html

DESSINE MOI ECO
ECODICO
CLE DE ECONOMIE
LES BONS PROFS





TRAVAILLER EN GROUPE

Estelle MARTINS
Estelle.martins@univ-grenoble-alpes.fr

les règles de l'INTELLIGENCE COLLECTIVE



ÉCOUTER avec **ATTENTION**



PARLER avec **INTENTION**



ÊTRE **BIENVEILLANT**



SE FAIRE **CONFIANCE**



RESPECTER le **CADRE**

LES 3 FONCTIONS ESSENTIELLES DANS UN GROUPE

L'animateur

S'assure que l'équipe suit les étapes prévues

Anime les rencontres et la discussion :

- distribue la parole,
- suscite/sollicite la participation ou modère les interventions,
- amène l'équipe à clarifier les idées développées,
- réalise des synthèses

Crée un climat où tous sont invités à participer

- S'assure que tout le monde a la chance de s'exprimer
- Motive les silencieux à faire valoir leurs idées et opinions.

Le Gardien du temps

S'assure du respect du timing pour chaque étape et du timing général

Informe l'équipe régulièrement (ex : il nous reste 30 minutes)

S'assure que le travail progresse et que l'équipe n'accumule pas de retard

Le Scribe

Note l'essentiel des échanges (mémoire de la discussion)

Résume et fait la synthèse des informations pour aider l'animateur

Organise le tableau en fonction des étapes

L'ORATEUR

ANIMATION

QUESTION :
QUELLES LIMITES DONNER A L'UTILISATION DES ECRANS EN
COURS ?



ETAPES ET TIMING

Le rôle du service commerciale dans l'entreprise ?

1. Seul, note sur papier
2. En binômes, chacun expose sa réflexion à son tour (2x2min)
3. Rédigez votre synthèse(note sur papier)
4. Par groupe de 4, chaque groupe partage les idées de chaque paire. (2x2min)
5. Rédigez votre synthèse avec des mots clefs (note sur papier) (4 min)
6. Un représentant par groupe de 4 présente les propositions choisies (1min)

QUESTION :
QUELLES DIFFERENCES FAITES VOUS ENTRE GESTION
COMMERCIALE ET MARKETING ?

ETAPES ET TIMING

Le rôle du service commerciale dans l'entreprise ?

1. Seul, note sur papier
2. En binômes, chacun expose sa réflexion à son tour (2x2min)
3. Rédigez votre synthèse(note sur papier)
4. Par groupe de 4, chaque groupe partage les idées de chaque paire. (2x2min)
5. Rédigez votre synthèse avec des mots clefs (note sur papier) (4 min)
6. Un représentant par groupe de 4 présente les propositions choisies (1min)

DEFINITION INSEE

L'entreprise est une « unité économique, juridiquement autonome dont la fonction principale est de produire des biens ou des services pour le marché ».

Entreprise commerciale (négoce), industrielles, de services.