

## **Eléments de management stratégique**

### **Prérequis**

Attestation de réussite de l'unité d'enseignement « *organisation des entreprises et éléments de management* ».

Etre inscrit dans l'unité d'enseignement « *gestion financière et budgétaire et business plan* ».

### **Finalités du module :**

#### **Finalités générales**

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté Française du 16 avril 1991, cette unité doit :

- concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale et culturelle ;
- répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et, d'une manière générale, des milieux socio-économiques et culturels.

#### **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.

### **Programme :**

*L'étudiant sera capable :*

#### **Eléments de marketing et de stratégies commerciales (30h + 8h d'autonomie),**

✓ *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 (20h + 4h d'autonomie)**

✓ *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 terme de coûts ;

- d'analyser succinctement des questions relatives à la gestion opérationnelle de la supply chain telles que la planification des opérations, l'ordonnancement de 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

### **Laboratoire de planification stratégique de l'entreprise (30h + 8h d'autonomie),**

✓ à partir d'études de cas,

- d'identifier les fondements de toute politique d'entreprise : objectifs à atteindre, actions à entreprendre, ...
- d'utiliser les méthodes et les outils de l'analyse stratégique, et notamment :
  - ◆ le ROI (return on investment),
  - ◆ la matrice produits-marchés,
  - ◆ les sources d'avantages concurrentiels (leadership du produit, innovation,...),
  - ◆ le « knowledge management » en la matière,
  - ◆ la création de valeur ajoutée,
  - ◆ le positionnement stratégique de l'entreprise ;

✓ à partir d'une situation simple relative à la création d'une entreprise ou d'un produit/service, en utilisant des méthodes et outils d'analyse,

- de formuler 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.

### **Capacités terminales :**

**Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :**

✓ 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.

**Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :**

- niveau de précision : la clarté, la concision, la rigueur au niveau de la terminologie, des concepts et des techniques/principes/modèles,
- niveau de cohérence : la capacité à établir avec pertinence une majorité de liens logiques pour former un ensemble organisé,
- niveau d'intégration : la capacité à s'approprier des notions, concepts, techniques et démarches en les intégrant dans son analyse, son argumentation, sa pratique ou la recherche de solutions,
- niveau d'autonomie : la capacité de faire preuve d'initiatives démontrant une réflexion personnelle basée sur une exploitation des ressources et des idées en interdépendance avec son environnement.