

<b>Section Bac</b>	Marketing		
<b>Nom de l'UE</b>	Business Model - Business Model - Laboratoire : Business Model		
<b>Nom du professeur</b>	Danielle CARON		
<b>Niveau</b>	4	<b>Unité déterminante</b>	Non
<b>Nombre de périodes</b>	40	<b>Pré requis pour</b>	Laboratoire : plan stratégique et opérationnel
<b>Langue de cours</b>	français	<b>Crédits ECTS</b>	4

BUSINESS MODEL

### OBJECTIFS DU COURS :

#### Business model

Face à un projet marketing existant ou à développer,

1. de déterminer les segments de clientèle ciblés par le business model ;
2. d'établir les propositions de valeur pour les segments déterminés ;
3. d'identifier les canaux de communication et de distribution ;
4. d'établir la relation-client par type de segments sélectionnés ;
5. de déduire les flux de revenus de l'entreprise ;
6. d'identifier les ressources, les activités et les partenariats clés afin que le modèle économique soit opérationnel ;
7. d'établir la structure des coûts ;
8. de réaliser la matrice du modèle économique en intégrant les phases d'un business model tel que le « Business Model Canvas ».

#### Laboratoire : business model

À partir d'une feuille de route fournie par la chargée de cours,

1. d'exploiter des techniques de créativité afin d'élaborer un business model tel que celui du « Business Model Canvas » ;
2. d'établir un plan de financement de son projet ;

3. d'établir différents prototypes du projet sous forme de business model.

### CONTENU DU COURS :

Pour caractériser les techniques générales, il est essentiel :

- de rédiger un cahier des charges englobant les différents éléments nécessaires au développement d'un Business Model ;
- d'élaborer un Business Model et un Business plan d'un projet ;
- d'intégrer des techniques utiles au développement de son projet de fin d'études.

## MÉTHODOLOGIE :

1. Cours magistral destiné à expliquer les principes de base ;
2. Illustration par des exemples concrets ;
3. Participation à un séminaire/conférence et/ou à une visite d'un centre d'entreprise de start-ups.
4. Interactivité nécessaire pour les exercices et applications ;
5. Exercices visant à ancrer la compréhension de la matière ;
6. Encouragement de la participation active des étudiants lors des cours.

## SUPPORTS :

Syllabus donné dès le premier cours et résumé Powerpoint sous forme de fiches à chaque cours, reprenant les principaux sujets d'actualité et les notions à connaître pour le cours.

## ACQUIS D'APPRENTISSAGE :

Face à un cas concret d'une entreprise, c'est-à-dire à partir d'un projet de développement d'une entreprise nouvelle ou de transformation du modèle économique d'une entreprise existante, avalisé par le chargé de cours, un cahier des charges ayant été préparé par l'étudiant :

- d'identifier les étapes et les démarches du projet à entreprendre ;
- d'élaborer des prototypes de son projet sous forme de business model en justifiant ses choix et en intégrant les possibilités de financement.

Il sera tenu compte du niveau d'intégration des méthodes d'analyse du business model, de la qualité de l'argumentation et du degré d'autonomie.

## ÉVALUATION :

Participation active en groupe basé sur différentes matières et cas concrets vus au cours

Rapport écrit à remettre sur l'étude d'un cas concret d'entreprise viable et approuvé par la chargée de cours.

Évaluation écrite relative aux notions théoriques vues cours.

L'évaluation orale comportera également des questions individuelles sur le rapport remis en fin d'unité sur les différentes techniques utilisées et retenues.

ÉVALUATION DE 1 <sup>ERE</sup> SESSION	ÉVALUATION DE 2 <sup>E</sup> SESSION
100%	100%