

Section-Bac	Comptabilité		
Nom de l'UE	Management stratégique Gestion des ressources humaines		
Nom du professeur	G. Peiffer P. Forêt A. Vandeputte		
Niveau	4	Unité déterminante	Oui
Nombre de périodes	140	Pré requis pour	Néant
Langue de cours	français	Crédits ECTS	12

Objectifs du cours

- Appréhender les besoins d'une entreprise (ou organisation) en termes de ressources humaines ;
- Collaborer à la mise en œuvre de la stratégie en matière de gestion des ressources humaines (recrutement, sélection, formation, promotion, motivation) ;
- Utiliser les techniques GRH en vue de prévenir ou de résoudre des conflits sociaux ;
- Adapter ses outils de référence à l'évolution du cadre économique, social et juridique en GRH

Contenu du cours

- Appréhender les enjeux économiques et sociaux de la GRH dans l'entreprise :
 - o évolution des qualifications ;
 - o évolution des effectifs ;
 - o la stratégie sociale, composante des enjeux économiques ;
 - o la flexibilité ;
 - o les mutations sociales.
- Décrire les rôles et la contribution des bacheliers en Comptabilité dans l'exercice des missions du responsable GRH,
- Mettre en œuvre les méthodes de la GRH :
 - o analyse des besoins ;
 - o recrutement et sélection du personnel ;
 - o accueil et intégration ;
 - o systèmes de rémunération ;
 - o formation ; promotion ; motivation ;
- Analyser des types de comportements et de négociations en vue d'appliquer à des cas concrets simples les techniques de la gestion des conflits au travail

Méthodologie

- La démarche inductive est privilégiée, la présence des étudiants est exigée pour résoudre des exercices pratiques tant individuels qu'en groupe liés à une évaluation formative permanente ;
- Développement de la matière théorique durant l'exposé oral via PPT ;
- Exercices pratiques d'analyse des enjeux économique, d'analyse de fonction et de résolution de conflit ;

Supports

- Syllabus complets et accès E-campus EPHEC avec mise à disposition de documentation
- Exercices à partir d'extraits d'articles de presse, de revues spécialisées ou de dvd.

Acquis d'apprentissage

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

- de mettre en oeuvre au moins une des capacités suivantes, au choix du chargé de cours :
 - présenter et expliciter les notions de stratégie commerciale, ses outils, ses approches, sa place dans la stratégie globale de l'entreprise ;
 - présenter et expliciter un ou plusieurs outils du marketing-mix ;
 - appliquer une ou plusieurs méthodes et techniques de stratégie commerciale dans un cas simple ;
- de mettre en oeuvre au moins une des capacités suivantes, au choix du chargé de cours :
 - présenter et analyser de manière critique, et à partir d'exemples concrets, les enjeux économiques de la GRH ;
 - présenter et analyser de manière critique des techniques usuelles utilisées dans les différents domaines de la GRH, et les appliquer à un cas simple (recrutement et sélection, intégration, formation,...) ;
 - à partir d'une situation-problème conflictuelle tirée de l'actualité, la documentation étant mise à sa disposition, d'identifier les sources d'un conflit et en dégager les conséquences ;

Evaluation

- o Un travail écrit, préparé durant les séances d'enseignement :
 - 20% travail sur les enjeux économiques et sociaux d'un secteur d'activité ;
 - 10 % évaluation exercices faits aux cours

- Un examen écrit
30% examen choix multiples (QCM) sur les développements théoriques (chapitres évaluation, formation, motivation)

40% résolution d'un cas pratique de recrutement conflictuel en entreprise.

Pondération

Travaux de 1ère session	Evaluation de 1ère session	Travaux de 2de session	Evaluation de 2de session
/	100%	30 %	70%

Objectifs du cours

- acquérir les bases de la démarche méthodologique de l'analyse stratégique, essentielle à la définition d'une politique d'entreprise ;
- percevoir globalement les enjeux commerciaux rencontrés par les entreprises et la philosophie de base du marketing-management ;
- mettre en œuvre les méthodes et les outils de base du marketing;
- intégrer les aspects commerciaux au niveau de la prise de décision ;
- traduire les éléments de la stratégie sous la forme d'un business plan sur trois ans;
- maîtriser l'établissement d'un questionnaire appliqué à un échantillon d'interviews, base pour les chiffres d'affaires prévisionnels sur trois du business plan ;
- pouvoir élaborer un business plan financier cohérent – compte de résultat analytique, bilan, trésorerie et financement ;
- conclure en analysant la faisabilité du projet concerné par le business plan

Méthodologie

- Notions théoriques des outils de base de marketing et d'analyse de marché

- Rappel des grands principes financiers indispensables à l'élaboration du business plan, partie financière
- Travail par groupe de 2 étudiants, nombreux débats et discussions interactifs

Supports

- Présentations power-points
- Documents Word
- Recherches personnelles de documents, internet, articles...

Acquis d'apprentissage

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

à partir d'une situation-problème simple clairement définie et d'un modèle de business plan,

- de formuler une stratégie, en termes d'options et de positionnement ;
- de traduire 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'argumentaire financier ;

Evaluation

Cotation unique pour les deux modules sur base du business plan, présenté en février

Pondération

Travaux de 1ere session	Evaluation de 1ere session	Travaux de 2de session	Evaluation de 2de session
Business Plan	Présentation	100%	100%