



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Projet: European School of entrepreneurship



Projet N° 2017-1-FR01-KA202-037256 – *Action clef 2: Coopération pour l'innovation et l'échange de bonnes pratiques*

### Production intellectuelle O2: création d'un référentiel commun de formation (Syllabus)

Partenaires du projet



## Table des matières

Table des matières .....	2
1. Introduction .....	4
2. Groupe cible .....	5
3. Description du référentiel commun de formation .....	7
4. Methodologie .....	13
5. Premier cycle.....	15
6. Description détaillée du syllabus: .....	16
7. Cours 1: Entrepreneuriat .....	16
8. Cours 2: Les premières étapes pour créer une startup.....	20
Action 1: Validation de l'idée .....	20
Action 2: Présenter votre entreprise efficacement .....	25
Action 3: Business Model Canvas .....	29
9. Cours 3 : Les opportunités de financements européens pour les entreprises .....	37
Action 1: - Comment l'UE fonctionne? .....	37
Action 2: Les opportunités pour les entreprises dans le cadre européen.....	39
10. Cours 4 : Les écosystèmes entrepreneuriaux .....	45
Action 1: Comprendre le concept d'écosystème entrepreneurial.....	46
Action 2: Le Marché – Marketing.....	47
Action 3: La culture d'entreprise .....	49
Action 4: Education et formation .....	50
Action 5: Mécanismes d'accompagnement.....	51
Action 6: Cadre réglementaire .....	52

Action 7: Capital humain / Disponibilité de la force de travail .....	53
Action 8: Financements et finances.....	54
11. Cours 5 : La Responsabilité Sociale des Entreprises .....	58
Objectif.....	58
Grille de présentation du Syllabus .....	58
Action 1: Comprendre la RSE : enjeux, définition, cadre réglementaire.....	59
Action 2 – Bases de la RSE.....	62
Action 3 – Mettre en œuvre une démarche RSE : cas pratiques .....	65
12. Cours 6 : Les opportunités en entrepreneuriat social pour les entreprises .....	70
Action 1: Le concept d’entrepreneuriat social et le modèle économique d’entrepreneuriat social	71
Action 2: Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées .....	73
13. Les résultats.....	77
14. Références utilisées .....	77

# 1. Introduction

*Qu'est ce que l'entrepreneuriat ?*

*L'entrepreneuriat est un processus de conception, de lancement et de gestion d'une nouvelle entreprise, qui est souvent initialement une petite entreprise. Les personnes qui créent leurs entreprises sont appelées entrepreneurs.*

*L'entrepreneuriat a été décrit comme la « capacité et la volonté de développer, d'organiser et de manager une entreprise commerciale avec ses risques dans le but de générer un profit.*

*Alors que les définitions de l'entrepreneuriat se concentrent généralement sur le lancement et la gestion des entreprises, en raison des risques élevés associés au lancement d'une start-up, une proportion importante d'entreprises en démarrage doivent fermer en raison du « manque de financement, de mauvaises décisions commerciales, crise économique, manque de demande du marché - ou une combinaison de toutes ces causes.*

*Une définition plus large du terme est parfois utilisée, notamment dans le domaine de l'économie. Selon cette définition, un Entrepreneur est une entité, qui a la capacité de traduire les inventions et nouvelles technologies en nouveaux produits :  
L'entrepreneur est capable de reconnaître le potentiel commercial d'une invention, d'organiser le capital, le talent et d'autres ressources de manière à transformer une invention en innovation commercialement viable. En ce sens, le terme « entrepreneurial » englobe également des activités innovantes de la part des entreprises établies, en plus d'activités similaires de la part des nouvelles entreprises.*

*Source : Wikipedia*

## **Le projet ESE**

Dans le but de permettre au lecteur de mieux comprendre le curriculum, nous souhaitons présenter les bases de notre projet. L'European School of Entrepreneurship (ESE) est un projet cofinancé par la Commission Européenne via le programme Erasmus +.

Le projet ESE vise à promouvoir et encourager l'entrepreneuriat des jeunes, des femmes et des personnes éloignées de l'emploi en leur permettant d'acquérir des compétences et des savoirs essentiels à la création d'une entreprise.

Selon le Plan d'Action 2020 de la Commission Européenne, 40% des jeunes européens souhaitent devenir leur propre patron. Notre mission est de donner les compétences nécessaires pour créer leurs propres entreprises et nous avons défini des compétences absentes des cursus traditionnels.

Cela se traduit par notre mission qui est de former les futurs entrepreneurs avec les compétences dont ils auront besoin pour démarrer, développer et gérer leur entreprise. Nous mettons l'accent sur la création d'entreprises durables et socialement responsables.

L'*European School of Entrepreneurship* est développée pour les personnes qui veulent créer une entreprise mais qui ont besoin d'aide pour savoir comment faire. Avec des cours en ligne et en présentiel, l'école ESE pourra les aider. Nous offrons aux entrepreneurs potentiels un programme éducatif comprenant des formations en présentiel et en ligne sur des sujets tels que : Introduction à l'entrepreneuriat, les premières étapes pour démarrer une entreprise, financement européen pour les entreprises, Validation de votre marché, Écosystèmes entrepreneuriaux, Responsabilité Sociale des Entreprises, Entreprises sociales, etc. .

Pour ce faire, nous offrons un programme de formation annuel comprenant des cours en présentiel et du mentorat, des cours en ligne, un guide des meilleures pratiques et la possibilité de voyager à l'étranger et de rencontrer d'autres entrepreneurs. La durée et les spécificités du programme varient en fonction du lieu, mais ils suivent tous le même programme de formation en ligne. Le programme se termine par un stage axé sur l'apprentissage pour obtenir une pratique utile. Certains étudiants auront l'occasion de se rendre dans l'une de nos villes partenaires et de rencontrer d'autres entreprises qui font des choses semblables.

Les cours de l'école ESE seront certifiés ECVET, un instrument de reconnaissance de crédit d'apprentissage reconnu par l'Union Européenne et lié à Europass, outil de certification de la mobilité européenne

L'équipe du projet comprend 5 partenaires de 5 pays différents, avec différents champs d'expertises qui contribuent au programme. L'expertise des partenaires s'étend de la croissance des startups, à la formation universitaire, à la formation professionnelle et aux certifications. Leurs expériences cumulées représentent plus de 80 années d'éducation, de formation et de promotion de la création d'entreprise.

Dans un second temps, le projet vise à harmoniser l'enseignement de l'entrepreneuriat au travers de l'établissement d'un cadre européen de formation et à créer un guide de bonnes pratiques de l'entrepreneur européen. Ce guide sera disponible gratuitement sur notre site.

## **2.Groupe cible**

Le projet ESE vise plus particulièrement les jeunes et les personnes éloignées de l'emploi. Abraham Lincoln disait " le meilleur moyen de prédire votre futur est de le créer ». De nos jours, ces mots résonnent plus fort que jamais, alors que les taux de chômage massifs dans le monde appellent les jeunes à prendre leur avenir entre leurs mains et à inventer leur emploi après l'obtention de leur diplôme.

L'entrepreneuriat, généralement décrit comme l'acte de créer quelque chose à partir de rien, peut être une solution au défi mondial du chômage des jeunes, et une source importante de création d'emplois si nécessaire. Plus encore, l'entrepreneuriat des jeunes peut être

une célébration de la créativité et de l'aptitude technologique des jeunes, et un puissant outil d'autonomisation des jeunes (Gavrielidou, 2014).

Le projet a pour objet de les aider à travers la formation et un accompagnement individualisé pour stimuler la création d'entreprises dans différents territoires européens. L'ensemble des apprenants bénéficieront d'un accompagnement collectif et individualisé dans le but de leur donner les outils essentiels à la création de leur propre entreprise à la fin de la formation. Des mobilités sont également prévues pour 5 apprenants chaque année et pour chaque partenaire. Ces échanges interculturels seront l'opportunités pour les apprenants de discuter entre eux de s'enrichir mutuellement, et de participer à des réunions avec des chefs d'entreprises ou des experts qui seront amenés à leur faire part de leurs expériences.

Chaque partenaire formera un groupe de 20 apprenants provenant de 5 différents pays. Les participants au cours auront besoin d'avoir des connaissances de base et des compétences dans le domaine de l'entrepreneuriat avant l'inscription.

**Le niveau de la formation correspondra au niveau 5 du cadre européen des certifications.**

Ainsi, la conception du référentiel commun de formation doit tenir compte de E.S.E. comme un ensemble de cours, de méthodes et d'expériences suggérés qui indiqueront aux étudiants la meilleure combinaison pour acquérir des connaissances et des compétences avancées dans le domaine de l'entrepreneuriat.

Ceci est cohérent avec le projet principal ESE, de promouvoir et d'encourager l'entrepreneuriat des jeunes, des femmes et des personnes éloignées de l'emploi en leur permettant d'acquérir les compétences et les connaissances essentielles à la création d'une entreprise.

### 3. Description du référentiel commun de formation

Le référentiel de formation (curriculum) est un programme de formation d'une valeur de 12 crédits ECVET et qui peut être utilisé par les établissements d'enseignement.

Le référentiel de formation est un document académique qui communique aux formateurs des informations sur les cours, et qui précise les compétences et capacités à atteindre par les apprenants en fin de formation

Le syllabus est un « contrat entre les membres du corps professoral et leurs étudiants, conçu pour répondre aux questions des étudiants sur un cours, ainsi que pour les informer des connaissances et compétences à acquérir. »

Il y a 7 composantes essentielles dans un référentiel de formation académique : information de l'instructeur, information générale sur les cours, objectifs des cours, politiques de cours, modalités d'évaluation, ressources éducatives, et calendrier des cours (Slattery Carlson 2005).

À titre de comparaison, le programme d'enseignement est défini dans son ensemble comme la totalité des expériences des élèves qui se produisent dans le processus éducatif. Le terme fait souvent référence à une séquence d'enseignement planifiée ou à une vision de l'expérience de l'élève en fonction des objectifs pédagogiques de l'éducateur ou de l'école (Kelly 2009, Willes 2008).

Ainsi, nous utilisons dans ce document le terme Syllabus pour la description d'un sujet et Curriculum pour un ensemble de syllabus.

Concernant la formation, nous avons choisi un dispositif d'enseignement innovant : le « blended learning », c'est-à-dire un dispositif de formation mixte en présentiel et à distance via une plateforme en ligne de cours. Cette solution présente de multiples intérêts dont notamment la possibilité offerte aux apprenants d'accéder à la plateforme de cours quelques soit l'heure ou l'endroit et cela 24h sur 24 et 7 jours sur 7.

La dimension interculturelle, intergénérationnelle et le fonctionnement de l'Union européenne (du point de vue de l'entreprise spécifique) seront largement étudiés dans le programme de formation. Le concept de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), l'approche du management durable et agile seront également étudiés.

Le syllabus du projet ESE représente un cadre européen commun de formation pour les différents partenaires basés sur ECVET (approche par compétence). Il comprend une partie formation par la mise à disposition de ressources d'apprentissage en ligne via une plateforme digitale et l'organisation de sessions de formation en face-à-face dans 5 pays européens. La formation proposée sera certifiée par les établissements membres du projet

Les apprenants impliqués dans le cursus ESE pourront acquérir des savoirs et compétences avec pour objectif principal d'améliorer leurs compétences entrepreneuriales.

Le syllabus du projet ESE se compose d'un **ensemble de modules d'apprentissage, de cours, d'expérience et de méthodologies** Ces modules sont les suivants :

1. Entrepreneuriat, marque et processus de création d'une marque
2. Les premiers pas pour démarrer une startup
3. Les aides et financements européens pour l'entreprise
4. Les écosystèmes entrepreneuriaux
5. L'entrepreneuriat social
6. La responsabilité sociétale des entreprises

Tous ces modules offriront aux apprenants **une série de 6 cours**

Les heures d'apprentissage indiquées sont indicatives et correspondent à un temps moyen d'apprentissage par la majorité des apprenants Par définition, l'apprentissage à distance permet une grande flexibilité dans la formation Les cours sont en ligne 24h / 24, 7j / 7, chaque apprenant aura la possibilité de travailler les cours à son rythme tout en respectant les dates d'examen, si celles-ci sont imposées par l'établissement de formation.

**Figure 1.** Concept de conception du Syllabus

→ Consulter freemind map sur le site ESE : <http://ese-project.eu/>



## Référentiel de certification: Tableau des unités constitutantes et des compétences ciblées

	Titre	Partenaire responsable	Test	Unité capitalizable	Credit	Coeff.	Modalité d'évaluation	Temps estimé d'apprentissage
1	Entrepreneuriat	Université de Primorska	<p>Participation active aux conférences et séminaires 30% de la note finale</p> <p>Présentation du Business model 70% de la note finale</p>	<p>Entrepreneuriat et Entrepreneur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le rôle et l'importance de l'entrepreneuriat pour le développement économique</li> <li>- Créativité et idée d'entreprise</li> <li>- Plan d'affaires (business plan)</li> <li>- Sources de financement de la nouvelle entreprise</li> <li>- Gestion et croissance des nouvelles entreprises</li> </ul>	1	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participation active aux conférences et séminaires 30%</li> <li>- Présentation du Business model - 70%</li> </ul>	20h
1	Marque	University de Primorska	<b>Idem # entrepreneuriat</b>	<p>Entrepreneuriat et Entrepreneur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le rôle et l'importance de l'entrepreneuriat pour le développement économique</li> <li>- Créativité et idée d'entreprise</li> </ul>	1	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participation active aux conférences et séminaires 30%</li> <li>- Présentation du Business model - 70%</li> </ul>	20h

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan d'affaires</li> <li>- Sources de financement de la nouvelle entreprise</li> <li>- Gestion et croissance des nouvelles entreprises</li> </ul>				
2	Les premiers pas pour lancer une startup	Tetuan Valley	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Évaluation continue des connaissances avec des questions (méthode choisie par le formateur)</li> <li>- Présentation PowerPoint</li> <li>- Présentation orale</li> <li>- Devoirs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation de l'idée initiale</li> <li>- Présentations efficaces</li> <li>- Modèles de business plan</li> </ul>	2	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Examens d'évaluation des connaissances</li> <li>- Présentation PowerPoint</li> <li>- Présentation orale</li> <li>- Devoirs</li> </ul>	<b>24 h (44 h de charge de travail)</b>
3	Les opportunités de financements européens pour les entreprises	CCBI	<p>Questions ouvertes et questionnaires à choix multiples: 40% de la note globale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comment fonctionne l'UE ?</li> <li>- Opportunités pour les entreprises dans le cadre européen</li> </ul>	<p>3 Bloc de compétence A1 = 1 crédit Bloc de compétence A2 = 2 crédits</p>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</li> </ul>	<b>60 h</b>
4	Les écosystèmes entrepreneuriaux	CBE SL	<p>Présentation d'une étude de cas existante et / ou d'un projet personnel de création d'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les étudiants présenteront leur projet de création ou de reprise d'entreprise. Ce projet sera présenté oralement (en</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le concept d'un écosystème entrepreneurial</li> <li>- Le marché-Marketing</li> <li>- La culture corporate</li> <li>- Education et formation</li> <li>- Mécanismes de soutien</li> <li>- Cadre réglementaire et infrastructures</li> <li>- Les politiques</li> </ul>	1	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Mémoire écrit + présentation orale</b></li> </ul> <p><b>Epreuve écrite :</b> Le document écrit doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien délimité de l'activité d'une entreprise et dans un contexte économique européen. L'observation des pratiques de</p>	<b>32H</b>

			utilisant un support informatique) et par écrit	gouvernementales Capital humain / Disponibilité de la main-d'œuvre - Financement et Finance			l'entreprise ou de l'organisation et/ou la lecture des ouvrages théoriques en relation avec le sujet doit permettre au candidat de cerner une problématique relative à un contexte précis, et lui donner l'occasion de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit être capable de justifier	
							<b>Epreuve orale – durée 1 H</b> <b>Oral : exposé théorique (30') + questions/réponses avec le jury (30')</b> -	
5	L'entrepreneuriat social	SYNTEA	Évaluation des connaissances par des questions de cours  Appropriation par les apprenants des connaissances identifiées	- Le concept d'entrepreneuriat social et le modèle économique de l'entrepreneuriat social Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées	2	2	- Évaluation des connaissances par des questions de cours  - Appropriation par les apprenants des connaissances identifiées	<b>50 h</b>
6	Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)	CBE	Travail de l'apprenant: diligence; présentations (orales et écrites), recherche et revue de la littérature  - Situation de jeu de rôle: respect des consignes (temps, objectifs ...), clarté	- Comprendre la RSE: enjeux, définition, cadre réglementaire  - Mettre en œuvre une approche RSE: étude de cas	2	2	- Évaluation continue des connaissances avec des notes de synthèse et des questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 20% de la note globale  - Evaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 15% de la note globale  - Evaluation continue des	<b>35 h (60 h de charge de travail)</b>

			de la présentation, argumentation				connaissances par des questions de cours (méthodes dans le choix du formateur): 15% de la note globale  - Contrôle continu des connaissances (15% du score global)	
Stage								
Période de mobilité						1		
Mémoire / rapport de stage						1		
<b>TOTAL</b>						12 crédits		286 H

### **Contenu**

Le contenu pédagogique des modules et leur lien avec chaque élément d'apprentissage (examens, matériel, laboratoire de tournage et stage) ont été développés de manière cohérente par les partenaires du projet ESE dans la phase finale de la conception du curriculum. Le contenu est cohérent avec les cours choisis par le partenaire pour inclure des fonctionnalités d'apprentissage suggérées.

## 4. Methodologie

Dans le rapport de la Commission européenne sur l'entrepreneuriat dans l'enseignement et la formation professionnelle (2008), les experts ont mis en évidence les outils / méthodes d'enseignement les plus appropriés ou efficaces pour dispenser des programmes et des cours d'entrepreneuriat, en particulier aux étudiants.

Le résultat de cette enquête indique une claire préférence pour les méthodes basées sur les techniques de groupes et d'équipes pour trouver de nouvelles idées de business et sur les études de cas.

À la suite de ces deux catégories principales, d'autres outils ont été jugés particulièrement efficaces : « ateliers de planification d'entreprise », « invitation de conférenciers » (à savoir entrepreneurs) et « simulations de business ». En outre, des méthodes fondées sur la réalisation d'activités pratiques d'entreprise et des exercices de créativité conduisant au développement d'idées figuraient parmi d'autres outils dont l'efficacité a été soulignée. Il est intéressant de noter que les experts ont rarement mentionné les cours traditionnels comme des outils efficaces pour l'éducation à l'entrepreneuriat.

Une conclusion importante est que les méthodes éducatives traditionnelles ne sont pas bien corrélées avec le développement des traits et des attributs entrepreneuriaux, et que la collaboration multidisciplinaire est un élément essentiel de la construction des capacités entrepreneuriales. Il y a un besoin de plus de flexibilité dans la conception du cours. Les stages, l'alternance entre les études à temps plein et à temps partiel, l'organisation de cours intensifs et l'accréditation de l'apprentissage informel et non formel ont tous un rôle à jouer.

Les cours traditionnels, qui « nourrissent » les élèves passifs, sont largement inappropriés dans ce domaine et, plus généralement, constituent un moyen d'apprentissage inefficace. Il est nécessaire de passer à des approches d'apprentissage plus interactives, où l'enseignant devient plus un modérateur qu'un conférencier.

L'utilisation de méthodes d'enseignement basées sur l'expérience est cruciale pour développer les compétences et les capacités entrepreneuriales. Par conséquent, afin d'intégrer l'entrepreneuriat dans l'ensemble du programme, l'utilisation de pédagogies orientées vers l'action devrait être favorisée dans toutes les disciplines. Ce type de méthodologie est laborieux et coûteux et nécessite une formation spécifique.

Les professeurs auront une formation universitaire et une expérience récente dans le monde des affaires, notamment en consultation ou en lancement d'initiatives entrepreneuriales. Idéalement, ils doivent entretenir de solides liens personnels avec le secteur des entreprises.

L'approche didactique traditionnelle est tirée d'une perspective d'apprentissage centrée sur l'élève et des méthodes qui mettent l'accent sur l'apprentissage actif. L'ensemble, les cours et les modules ont une structure flexible. Les ressources pédagogiques ouvertes, supports d'apprentissage en ligne, permettent d'accéder à tous les modules, d'examiner certaines parties, d'obtenir des sources supplémentaires, des exemples, etc.

### **Définition des methodologies d'apprentissage:**

- Formelles, avec des conférences, des séminaires et des tests pour construire des connaissances conceptuelles avancées, traditionnelles
- Cognitives, en utilisant le « blended learning » combinant cours en présentiel et session d'apprentissage en ligne grâce aux ressources pédagogiques ouvertes, apprendre en pensant.
- Opérationnelles, une formation pratique, en cours d'emploi, pour effectuer des bilans d'analyse et de pilotage des PME, pour mettre en place des cours stratégiques sur la planification, l'orientation et le contrôle des processus de vente, l'apprentissage par la pratique

Ainsi, les apprenants seront guidés au travers des problèmes, l'évaluation et / ou les critiques ou les conceptions seront clarifiées par l'apprentissage par problèmes, l'apprentissage fondé sur la recherche, l'apprentissage par compétences, l'apprentissage expérientiel et l'action.

Les moyens choisis pour atteindre ces résultats sont l'enseignement traditionnel en mettant l'accent sur des études de cas et des techniques de groupes et de techniques pour créer de nouvelles idées d'affaires (conférences), des matériels d'apprentissage multimédias (REL) sur Internet, des vidéos (courts métrages).

### **EVALUATION**

Les apprenants seront évalués en considérant simultanément différentes approches éducatives :

L'apprentissage traditionnel sera évalué via des tests et examens sur le contenu des cours.

les apprentissages innovants seront évalués en tenant compte de la vérification de l'utilisation (matériel OER, Cli.Ma.) pendant les cours et des accès aux examens et à la plate-forme, du pourcentage de présence et des tests d'évaluation (films éducatifs et examens PME).

## 5. Premier cycle

### Premier cycle

À ce niveau d'application, les partenaires seront en mesure d'insérer des cours éligibles dans leur offre académique, qui seront enrichis par des sources d'apprentissage innovantes et une expérience liée au programme de stage, afin de tester, appliquer et mettre en pratique leurs nouvelles connaissances et compétences

## 6. Description détaillée du syllabus:

### 7. Cours 1: Entrepreneuriat

#### **Objectifs :**

L'objectif principal de ce cours est de donner aux futurs entrepreneurs les outils pour les aider dans leurs premiers pas de création d'entreprises (chercher une idée de business, évaluer l'idée et démarrer son entreprise)  
En outre, les étudiants travailleront sur le concept de marque et l'image de marque

Dans ce syllabus:

Durée de la formation (présentielle) : 20h  
2 ECTS pour une charge de travail de 40h.

Les cours sont découpés en 2 modules :

- A1- Entrepreneuriat
- A2- Marques

#### ***Objectif A1: Entrepreneuriat***

L'objectif principal du cours est d'acquérir des connaissances théoriques et pratiques sur l'entrepreneuriat et le processus entrepreneurial à partir de l'idée initiale, la validation de celle-ci, et dans la continuité développer les compétences entrepreneuriales et la pensée créative.

#### ***Objectif A2: Marque***

1. L'un des objectifs du cours est d'acquérir des connaissances théoriques et pratiques sur l'importance des marques et de l'image de marque de l'entreprise surtout à notre époque d'hyper communication



## Résultats d'apprentissage

Tâches Groupe de résultat d'apprentissage (L.O)	Compétence	Capacités	Savoirs
<p><b>T1: Application:</b>  <b>Dans ce cours, un étudiant acquiert un savoir-faire qui sera utilisé pour identifier les compétences entrepreneuriales indispensables à la création de son entreprise</b></p> <p><b>Réflexion</b></p> <p>- l'étudiant sera en mesure d'analyser et d'évaluer de manière critique les idées, les plans d'affaires et les pratiques commerciales des entreprises existantes,</p> <p>- L'étudiant sera en mesure de trouver des ressources pour le développement des affaires en Slovaquie et réaliser une analyse comparative de l'environnement économique</p>	<p>C1: Compétences générales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer une pensée analytique et créative.</li> <li>- Développer l'estime de soi, la prise d'initiatives, la persévérance pour parvenir au succès.</li> <li>- Apprendre à mettre l'accent sur les résultats</li> <li>- Développer des aptitudes pour trouver les informations et les savoirs.</li> <li>- Développer un sens des relations interpersonnelles et du travail d'équipe</li> <li>- Développer l'autonomie, la flexibilité et l'adaptabilité dans la prise de décision.</li> </ul> <p>Sujet-compétences spécifiques:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer des compétences entrepreneuriales</li> <li>- Développer des capacités à anticiper et concevoir</li> <li>- Évaluation et utilisation des ressources économiques</li> <li>- Développer un focus sur la réussite des entreprises</li> </ul>	<p>C1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendre le concept d'entrepreneuriat, d'entrepreneur et le rôle et l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique.</li> <li>- Comprendre le processus entrepreneurial de l'idée à la création de l'entreprise, les techniques de pensées créatives et les composantes d'un business plan.</li> </ul>	<p>S1: Savoirs et compréhensions:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaissance et compréhension du concept d'entrepreneuriat, d'entrepreneur et de son rôle et importance dans le développement économique</li> <li>- Connaissance et compréhension du processus entrepreneurial, de l'idée à la création d'entreprise.</li> <li>- Connaissance de l'importance de la pensée créative et de ses techniques.</li> <li>- Connaissance de l'importance et des composantes du business plan ;</li> <li>- Connaissance des sources de financement de capital-risque,</li> </ul> <p>Connaissance de la gestion de base des nouvelles entreprises, des stratégies de développement et de croissance des nouvelles entreprises et de leur résilience</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaissance d'un environnement favorable à l'entrepreneuriat et en particulier d'un environnement favorable au développement des entreprises</li> </ul>
<p><b>T2:</b>  <b>Application:</b>          L'apprenant doit être capable de :          - Démarrer la conception et le développement de leur propre marque</p>	<p>C2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La capacité à acquérir de nouvelles connaissances dans le domaine de l'image de marque et du marketing.</li> </ul> <p>-La compétence de coopérer et de fournir</p>	<p>C2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Acquérir des connaissances en marketing et technique de vente. Le fondement théorique comprend la connaissance des principes de base du marketing et des</li> </ul>	<p>S2:</p> <p>Knowledge and understanding:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Basic steps in the creation and development of brand.</li> <li>- Connaissance et compréhension de l'a</li> </ul>

<p>- Concevoir un plan marketing, concevoir mettre en œuvre des campagnes de promotion.</p> <p>Réflexion : Ils sont en mesure d'évaluer les problèmes liés aux différents aspects du processus d'image de marque et de marketing, et d'améliorer adéquatement leurs connaissances / compétences.</p>	<p>une orientation pour le travail d'équipe ;</p> <p>La capacité de comprendre les concepts de marque et de marketing, qui orientent les étudiants dans la résolution des défis et des problèmes lors de l'introduction et la promotion de leur propre marque.</p>	<p>éléments distincts des stratégies de marketing.</p> <p>- Le travail pratique permet l'application en temps réel des connaissances acquises et la préparation des propres projets des étudiants.</p> <p>- L'aperçu de différentes techniques de vente et une bonne base pour la création de stratégies de vente.</p>	<p>structuration d'une marque.</p> <p>- Connaître et comprendre le processus de création d'une marque.</p> <p>- Comprendre les stratégies marketing en étroite connexion avec ces éléments pour la mise en œuvre.</p>
--	--	--	---

## Certification

Contexte	Critères d'évaluation
<p>Entrepreneuriat et Entrepreneur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nature et développement de l'entrepreneuriat</li> <li>- Définitions de l'entrepreneuriat</li> <li>- Processus de création d'une entreprise</li> <li>- Une comparaison de la prise de décision managériale et entrepreneuriale</li> <li>- Définition de l'entrepreneur</li> <li>- Processus de décision dans les affaires.</li> <li>- Les caractéristiques de l'entrepreneur: capacités, motivation</li> <li>- Business et entrepreneurs internes</li> <li>- L'entreprise familiale</li> <li>- Le rôle et l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique:</li> </ul> <p>Creativité et idée de création d'entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Source des nouvelles idées</li> <li>- Méthode pour la genèse des idées</li> <li>- Résolution creative de problèmes</li> <li>- Processus de planification et de développement de la production</li> </ul> <p>Business Plan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le sens et l'objectif de la préparation d'un business plan</li> <li>- Le besoin d'informations</li> <li>- La préparation et le contenu d'un business plan</li> <li>- Utilisation et mise en œuvre d'un business plan</li> </ul>	<p>Type d'évaluation:</p> <p>Participation active aux conférences et séminaires: 30%</p> <p>Présentation d'un business model : 70%</p>

Sources de financements pour les nouvelles entreprises:

- Financement pour l'équité
- Financement avec capital dette
- Capital risque
- Incitations au développement de l'État pour le développement de nouvelles entreprises
- Evaluation de l'entreprise

Management et croissance d'une nouvelle entreprise

Fermeture d'une entreprise

## **Bibliographie indicative:**

### **1 A Entrepreneuriat**

1. Ash Maurya. Delaj vitko. 2014. Pasadena: Ljubljana.
2. Eric Ries "Lean Startup". <http://theleanstartup.com/>
3. Steve Portigal. "Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights"
4. Mitja Ruzzier, Boštjan Antončič, Tina Bratkovič, Robert D. Hisrich. 2008. Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave
5. Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. "Business Model Generation"
6. <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

### **1 B Marque et stratégie de marques**

1. Startup branding funnel. Find your perfect brand-market fit to hack your growth. 2015Maja K. Ruzzier, Mitja Ruzzier. Publisher: Meritum, ISBN: 978-961-92961-4-1.
2. David A. Aaker BRAND PORTFOLIO STRATEGY
3. Debbie Millman BRAND THINKING
4. OReilley LEAN BRANDING

## 8.Cours 2: Les premières étapes pour créer une startup

### *Objectifs*

L'objectif global est de donner aux entrepreneurs les outils indispensables pour créer une startup. Le but étant que les apprenants aient les bonnes bases pour développer leur idée d'entreprise

### **Dans ce syllabus:**

11 unités de *Résultats d'apprentissage* (3 sections)

Durée de la formation: 24h

2 credits d'apprentissage CEC niveau V, pour 44h de charge de travail

Bloc de compétences A1: 9h – Validation de l'idée

Bloc de compétences A2 : 6h - Présentations efficaces

Bloc de compétences A3: 9h - Business Model Canvas – le business plan

### *Action 1: Validation de l'idée*

### **Objectifs:**

Lorsque que vous avez une idée, avant d'investir trop de temps et d'argent dans celle-ci, il est important de la tester afin de voir s'il y aura des clients potentiels et si elle concorde avec le marché. Ce thème abordera comment valider une idée de création d'entreprise avant de se lancer dans la création d'entreprise afin d'éviter de futurs échecs.

- Comprendre ce que l'on entend par validation et les concepts clés qui l'entourent
- Mesurer l'importance de la validation de l'idée avant de créer un produit ou une entreprise.
- Comprendre les concepts de « problem- solution fit » et de l'adéquation produit/marché.
- Savoir comment rechercher pour valider une idée et son marché à travers des recherches secondaires, des entretiens avec des bénéficiaires et des retours expériences
- Savoir mesurer la taille réelle du marché pour un produit ou un service

### Résultats d'apprentissage

Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs
<b>T1. Qu'est ce que la validation?</b>	<p>C1. Reconnaître les concepts clés de la validation: ajustement solution-problème (problem solution fit), expérimentation, recherche</p> <p>C2. Exprimer l'importance de la validation avant de créer une entreprise</p>	<p>S1. Définir les concepts clefs de la validation</p> <p>S2. Distinguer le problème et la solution de l'adéquation du produit au marché</p> <p>S3. Décrire l'importance de la validation comme une première étape pour la création d'une entreprise.</p>	<p>K1. Validation</p> <p>K2. Adéquation problème solution</p> <p>K3. Adéquation produit /marché</p> <p>K4. Importance de la validation</p>
<b>T2. Problem-solution fit</b>	<p>C1. Comprendre quand et pourquoi les solutions aux problèmes sont menées</p> <p>C2. Connaître les bases d'une bonne entrevue de problème.</p> <p>C3. Comprendre le concept d'ajustement problème/solution (problem solution fit)</p> <p>C4. Définir les bases d'une bonne entrevue de solution</p>	<p>S1. Décrivez quelle est la solution d'un problème et a quoi sert-il.</p> <p>S2. Appliquer la technique d'entrevue de problème à leur propre entreprise et conduire des entrevues efficacement</p> <p>S3. Décrire le concept d'ajustement problème/solution</p> <p>S4. . Expliquez pourquoi les deux entrevues doivent être séparées les unes des autres.</p>	<p>K1. Interview sur le problème</p> <p>K2. Interview sur la solution</p> <p>K3. Différence entre les interviews de solution et de problèmes</p> <p>K3. Définition d'un ajustement problème/solution</p> <p>K4. Exemple d'ajustement problème/solution</p>
<b>T3. Adéquation produit/marché</b>	<p>C1. Comprendre le concept de l'ajustement du produit au marché</p> <p>C2. Résumer 4 expériences pour tester l'adéquation du marché</p> <p>C3. Comprendre le concept de taille du marché: TAM, TSM et le beachhead market</p>	<p>S1. Décrire ce qu'est l'ajustement du produit au marché</p> <p>S2. Énumérer les exigences pour prouver l'adéquation du produit avec le marché</p> <p>S2. Décrivez au moins 4 expériences pour tester l'adéquation du marché</p> <p>S3. Démontrer la capacité de mener des expériences de validation de marché</p> <p>S4. Définir et appliquer les concepts liés à la taille du marché</p>	<p>K1. Adéquation produit / marché</p> <p>K2. Expérimentations d'ajustement au marché</p> <p>K3. Taille du marché:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Total Addressable Market (TAM)</li> <li>- Served available market</li> <li>- Target market</li> <li>- Beachhead market</li> </ul>

## Référentiel de certification:

Tâches	Savoirs (S), Compétences (C), Capacités évaluées(a)	Méthodes d'évaluation	Critères d'évaluation
T1 – Qu'est ce que la validation ?	<p><u>Savoirs:</u>            S1. Validation            S2. Adéquation problème/solution            S3. Adéquation produit/marché            S4. L'importance de la validation</p> <p><u>Compétences:</u>            C1. Définir les concepts clefs de la validation            S2. Distinguer l'ajustement problème/solution de l'adéquation produit/marché.            C3. Décrire l'importance de la validation comme un premier pas indispensable à la création d'entreprise.</p> <p><u>Capacités:</u>            C1. Reconnaître les concepts clés de la validation: ajustement solution-problème, expérimentation, recherche            C2. Exprimer l'importance de la validation avant de créer son entreprise</p>	Évaluation continue des connaissances avec des questions à la fin de chaque section: 10% de la note globale	<p>Les apprenants répondent aux questions correctement</p> <p>Les apprenants communiquent la compréhension des concepts appris en classe.</p> <p>L'étudiant fait les lectures requises</p>

<p><b>T2 – Adéquation problème/solution</b></p>	<p><u>Savoirs:</u> S1. Interview sur le problème K2. Interview sur les solutions K3. Différences entre interview sur les problèmes et interview sur les solutions K3. Définition de l'ajustement problème solution K4. Exemples d'ajustement problème/solution.</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Décrire ce qu'est un ajustement problème/solution, en quoi est-il utile. C2. Appliquer des techniques d'entrevue de problème à leur propre entreprise et mener des entrevues de problèmes efficaces C3. Décrire le problème d'adéquation problème/solution C4. Expliquez pourquoi les deux entrevues doivent être séparées les unes des autres</p> <p><u>Capacités :</u> C1 Comprendre quand et pourquoi les solutions aux problèmes sont menées C2. Connaître les bases d'un bon entretien sur les problèmes. C3. Comprendre le concept d'ajustement problème/solution C4. Connaître les bases d'un bon entretien sur les solutions.</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur) : 15% de la note globale</p> <p>Devoir 1 - Conduite de 3 entretiens de problèmes et rédaction d'un résumé des principales conclusions avec proposition d'action à prendre (15% de la note globale)</p> <p>Devoir 2 - Mener 3 entretiens de solution et écrire au résumé des résultats avec proposition d'actions à entreprendre (15% de la note globale)</p>	<p>L'élève répond correctement aux questions</p> <p>Qualité de l'analyse des résultats des entrevues</p> <p>L'élève est capable de prendre des décisions en fonction des entrevues</p>
---	--	---	--

<p><b>T3 – Adéquation Produit / Marché</b></p>	<p><u>Savoirs:</u>          S1. Adéquation Produits/Marché          S2. Expérimentation d’ajustement au marché          S3: Taille du marché          Total Addressable Market          Served available market          Target market          Beachhead market</p> <p><u>Compétences:</u>          C1: Décrire ce qu’est l’adéquation produit / marché          C2. Énumérer les exigences pour prouver l’adéquation du produit au marché          C3. Décrire au moins 4 expériences pour tester l’adéquation au marché          C4. Démontrer la capacité de mener des expériences de validation de marché          C5. Définir et appliquer les concepts liés à la taille du marché</p> <p><u>Capacités :</u>          C1. Comprendre le concept d’adéquation produit/marché          C2. Résumer 4 expériences pour tester l’adéquation du marché          C3 : Comprendre le concept de taille de marché: TAM, TSM et beachhead market</p>	<p>Evaluation continue des connaissances via des questions de cours (méthode au choix du formateur): 15% de la note globale</p> <p>Test de réponses courtes en classe: 15% de la note globale</p> <p>Devoir 3 - Identifier le marché de TAM, TSM et beachhead pour leurs entreprises et donner une estimation de leurs tailles. Rédigez un court rapport sur les raisons pour lesquelles ils ont choisi ces marchés: 15% de la note globale</p>	<p>L’élève a appris les concepts et peut répondre correctement aux questions</p> <p>L’élève démontre une compréhension des concepts appris dans le test de réponse courte</p> <p>L’étudiant fait les lectures          - Qualité de l’analyse des marchés et de la taille du marché</p>
--	---	---	---

**Bibliographie indicative:**

1. “Disciplined Entrepreneurship” by Bill Aulet
2. “Lean Startup” by Eric Ries
3. “Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights” by Steve Portigal

Articles en ligne:

1. <https://fizzle.co/sparkline/real-world-idea-validation>
2. <https://www.entrepreneur.com/article/237455>
3. <https://medium.com/makesideproject/making-a-side-project-part-2-idea-validation-d682dd05c475>
4. <https://medium.com/startup-reviews/how-im-hustling-a-9-startup-idea-validation-9318bb61dad1>



## Action 2: Présenter votre entreprise efficacement

### Objectifs:

Une clef importante du succès d'une entreprise réside dans votre aptitude à la vendre aux autres, aux potentiels clients, partenaires ou investisseurs. Cette section abordera comment communiquer efficacement et préparer une bonne présentation de votre entreprise.

Dans cette section, vous apprendrez :

- Comment présenter son entreprise
- Les différents types de présentations d'une entreprise
- Comment structurer une présentation
- Les bonnes pratiques de présentation visuelles et les meilleures pratiques de présentation.

### Learning Outcomes

Tâches	Compétences	Capacités	Savoirs
<b>T1. Types de présentation</b>	C1. Expliquer ce qu'est une présentation et comment effectuer une présentation efficace  C1. Différencier les différents types de pitch par longueur.  C2. Différencier les types de présentation en fonction du public.	C1. Distinguer les pitches de différentes longueurs et ce que l'on doit prioriser.  C2 Distinguer les pitches selon les différents publics et ce sur quoi on doit se focaliser	S1. Elevator pitch  S2Présentation en 3-5 minutes  S3. Présentations longues  S4. Argumentaires de vente  S5. Discours pour les investisseurs  S6. Pitches pour partenariat et marketing
<b>T2. Structuration du pitch</b>	C1. Décrire les éléments qui rendent un discours efficace  C2. Reconnaître la structure la plus efficiente pour la présentation d'un nouveau produit ou service  C3. Décrivez les 10 éléments à inclure dans chaque pitch et discutez de leur pertinence  C4. Prioriser les éléments à présenter en	C1. Appliquer les concepts de protagoniste, conflit et contexte dans un pitch  C2. Identifier et utiliser la structure "quoi-comment- pourquoi" dans un pitch  C3. Enumérer les 10 éléments à inclure dans un pitch  C4. Préparer un pitch efficace de 3-5 minutes en utilisant les concepts appris	S1. Structure d'un pitch S2. Elements d'un pitch  S3. Efficacité d'un pitch

	fonction du public		
<b>T3. Perfectionner la présentation.</b>	<p>C1. Appliquer les meilleures pratiques pour créer un support visuel pour une présentation</p> <p>C2. Mémoriser les habitudes à éviter lors d'une présentation</p> <p>C3. Acquérir des compétences en communication pour réaliser des présentations efficaces</p>	<p>S1. Produire une présentation Powerpoint claire et efficace</p> <p>S2. Présenter une idée, un produit ou une entreprise clairement de manière convaincante</p>	<p>K1. Présentation Powerpoint efficace</p> <p>K2. Compétences en communication</p>

## Référentiel de certification

Tâches	Savoirs (S), Compétences (c), Aptitudes évaluées (a)	Méthodes d'évaluation	Critère d'évaluation
<b>T1 – Types de pitch</b>	<p><u>Savoirs :</u>            S1. Elevator pitch (argumentaire éclair)            S2. Pitch de 3-5 minutes            S3. Longues présentations            S4. Argumentaire de vente            S5. Argumentaire pour les investisseurs            S6. Pitches pour les partenariats ou discours marketing</p> <p><u>Compétences :</u>            C1. Distinguer entre les pitches de différentes longueurs ce qu'il faut prioriser.            C2. Distinguer les pitches pour les différents publics et voir sur quoi se concentrer</p> <p><u>Capacités :</u>            C1. Décrire les éléments qui rendent un pitch (présentation) efficace            C2. Reconnaître la structure la plus efficiente pour la présentation d'un nouveau produit ou service            C3. Décrire les 10 éléments à inclure dans chaque pitch et discuter de leur pertinence            C4. Prioriser les sujets en fonction du public</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthode choisie par le formateur): 15% de la note globale</p>	<p>L'élève répond correctement aux questions</p> <p>L'élève communique la compréhension des concepts abordés en classe</p>
<b>T2 – Structuration d'un pitch</b>	<p><u>Savoir :</u>            S1. Structuration d'un pitch            S2 Les éléments d'un pitch            S3 Efficacité d'un pitch</p> <p><u>Compétences :</u>            C1. Savoir mettre en application les concepts de</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur) : 10% de la note globale</p> <p>Présentation orale : 20% de la note globale</p>	<p>L'élève répond correctement aux questions</p> <p>La présentation contient des éléments appris dans la section :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La présentation a la structure correcte telle qu'apprise en classe</li> <li>- La présentation est claire et communique</li> </ul>

	<p>protagonistes, de conflits et de contexte dans le pitch. C2. Identifier et utiliser la structure “Quoi-comment-pourquoi” pour élaborer un pitch. C3. Enumérer les 10 éléments à inclure dans un pitch. C4. Préparer un pitch efficace de 3-5 minutes en utilisant les concepts appris</p> <p><u>Capacités :</u> C1 Décrire les éléments qui rendent un pitch efficace C2 Reconnaître la structure la plus efficiente pour la présentation d’un nouveau produit ou service C3 Décrire les 10 éléments à inclure dans chaque pitch et discuter de leur pertinence C4. Prioritiser les sujets à aborder en fonction du public</p>		<p>efficacement le message</p>
<p><b>T3 – Perfectionner sa présentation</b></p>	<p><u>Savoirs :</u> S1. Présentation Powerpoint efficace S2. Compétences en communication.</p> <p><u>Compétences :</u> C1. Réaliser une présentation Powerpoint claire et efficace. C2. Présenter une idée, un produit, une entreprise de manière claire et convaincante.</p> <p><u>Capacités:</u> C1 Appliquer les bonnes pratiques pour réaliser un support visuel de présentation. C2. Mémoriser les habitudes à éviter lors d’une présentation. C3. Acquérir des compétences</p>	<p>Evaluation continue des connaissances par questions bien sûr (méthodes dans le choix du formateur): 15% de la note globale</p> <p>Présentation PowerPoint : 20% de la note globale</p> <p>Présentation orale : 20% de la note global</p>	<p>L’apprenant a appris les concepts et peut répondre aux questions correctement.</p> <p>La présentation Powerpoint respecte les lignes directrices données en classe.</p> <p>La présentation Powerpoint est claire</p> <p>La présentation orale est claire et inclue les éléments discutés en classe.</p> <p>La capacité de présentation s’est améliorée depuis la première présentation orale</p>

en communication pour une  
présentation claire et efficace.

### ***Bibliographie indicative:***

1. “Pitch anything” by Oren Klaff
2. “The Art of the Pitch” by Peter Coughter

### Ressources en ligne:

1. <https://www.inc.com/jeff-haden/how-to-pitch-18-steps-to-create-and-deliver-a-winn.html>
2. [https://www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action](https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action)

## ***Action 3: Business Model Canvas***

### ***Objectifs:***

Le but d’un Business Model Canvas (BMC) est d’aider les entreprises à élaborer des stratégies et à intégrer tous les aspects pertinents d’un plan d’affaires dans une feuille de travail. En construisant un BMC, ils seront forcés de penser aux différents aspects qui feront fonctionner leur entreprise. Sur ce sujet, les étudiants devront:

- Comprendre le Business Model Canvas (BMC) et l’appliquer à leur propre projet de création d’entreprise
- En savoir plus sur les différentes parties du BMC: infrastructure, offres, clients et finances
- Identifier les différentes parties du BMC pour leur propre entreprise
- Construire leur propre Business Model Canvas.

### ***Résultats d’apprentissage***

Tâches	Compétences	Capacités	Savoirs
<b>T1. Aperçu du BMC</b>	C1. Comprendre ce qu’est un Business Model Canvas (BMC)  C1. Comprendre en quoi un BMC est utile	C1. Reconnaître une BMC et ses sous parties  C2. Expliquer ce que fait un BMC et comment il peut aider une entreprise	S1. Business Model Canvas

<p><b>T2. Infrastructure</b></p>	<p>C1. Apprendre le rôle des partenaires clés</p> <p>C2. Apprendre quelles sont les activités clés pour une entreprise</p> <p>C3. Apprendre ce que l'on entend par « ressources clés »</p>	<p>V1. Définir le rôle des partenaires clés et nommer 2 ou 3 partenaires clés liés à votre propre entreprise</p> <p>C2. Décrire comment les activités clés se rapportent au BMC et nommer 2 ou 3 activités clés liées à votre activité</p> <p>C3. Définir les ressources clés et nommer 2 ou 3 ressources clés liées à votre activité</p>	<p>S1. Partenaires clés</p> <p>S2. Activités clés</p> <p>S3. Ressources clés</p>
<p><b>T3. Offre</b></p>	<p>C1. Comprendre ce qu'est une proposition de valeur</p> <p>C2. Appliquer le concept de proposition de valeur dans sa propre entreprise</p> <p>C3. Identifier les “problèmes” résolus et les “gains” créés par une entreprise ou un produit.</p>	<p>C1. Définir le terme “ proposition de valeur”</p> <p>C2. Faire la distinction entre proposition de valeurs quantitatives et proposition de valeurs qualitative.</p> <p>C3. Définir et élaborer une proposition de valeur pour votre propre entreprise</p>	<p>S1. Proposition de valeurs</p> <p>S2. “Pains and gains”</p>
<p><b>T4. Clients</b></p>	<p>C1. Comprendre le rôle de la relation client dans le BMC.</p> <p>C2. Découvrir comment les clients sont segmentés selon des critères démographiques, sociaux et comportementaux.</p> <p>C3. Apprendre les différents canaux pour distribuer la proposition de valeur de manière rapide, efficace et rentable.</p>	<p>C1. Décrire la relation client et identifier 2 ou 3 relations clients clés pour votre entreprise</p> <p>C2. Identifier les segments de clientèle pour votre propre entreprise</p> <p>C3. Distinguer les différentes façons dont les clients sont segmentés</p> <p>C4. Lister 3 canaux à travers lesquels une proposition de valeur peut être distribuée</p> <p>C5. Identifier 2 canaux par lesquels votre entreprise distribuera votre proposition de valeur</p>	<p>S1. Relation client:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Assistance personnelle</li> <li>- Assistance personnelle dédiée</li> <li>- Libre service</li> <li>- Services automatisés</li> <li>- Communautés</li> <li>- Co-creation</li> </ul> <p>S2. Segment de clientèle</p> <p>S3. Canaux</p>
<p><b>T5. Finances</b></p>	<p>C1. Comprendre comment les coûts d'une structure affectent le choix d'un business model d'une entreprise</p> <p>C2. Discuter des différentes structures de coûts d'une entreprise</p> <p>C3. Énoncer et comprendre les caractéristiques des structures de coûts et leurs implications</p>	<p>C1. Définir une structure de coûts et établir une structure de coûts pour votre propre entreprise</p> <p>C2. Distinguer les structures d'entreprise axées sur la valeur et les coûts. Définissez la structure de coûts de votre entreprise.</p> <p>C3. Définir les différentes caractéristiques des structures de coûts: coûts fixes, coûts variables,</p>	<p>S1. Structure de coûts</p> <p>S2. Types de structures d'entreprise</p> <p>S3. Caractéristiques d'une structure de coûts :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coûts fixes</li> <li>- Coûts variables</li> <li>- Economies d'échelle</li> <li>- Economies de gamme</li> </ul>

	<p>C4. Exprimer comment une entreprise tire un revenu de chaque segment de clientèle.</p>	<p>économies d'échelle, économies de gamme. Appliquer ces concepts à votre propre structure de coûts.</p> <p>C4. Lister 5 sources de revenus pour une entreprise.</p> <p>C5. Identifier les principaux flux de revenus pour chaque segment de clientèle de leur entreprise</p>	<p>S4. Sources de revenus</p>
--	---	--	-------------------------------

## Référentiel de certification

Tâches	Savoirs (S), Compétences (C) Aptitudes évaluées (A)	Méthodes d'évaluation	Critère d'évaluation
<b>T1 – Aperçu d'un BMC</b>	<p><u>Savoir :</u> S1. Business Model Canvas</p> <p><u>Compétences :</u> C1. Reconnaître un BMC et ses sous parties C2. Expliquer à quoi sert un BMC et comment il peut aider une entreprise</p> <p><u>Capacités:</u> C1. Comprendre ce qu'est un Business Model Canvas (BMC) C2. Comprendre en quoi le BMC est utile</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthode choisie par le formateur): 5% de la note globale</p>	<p>Les apprenants répondent aux questions correctement</p> <p>L'apprenant communique la compréhension des concepts abordés en classe</p>
<b>T2 – Infrastructu re</b>	<p><u>Savoirs :</u> S1. Partenaires clés S2. Activités clés S3. Ressources clés</p> <p><u>Compétences :</u> C1. Définir le rôle des partenaires clés et nommer 2 ou 3 partenaires clés liés à votre entreprise.  C2. Décrire comment les activités clés se rapportent au BMC et nommer 2 ou 3 activités clés liées à votre activité C3. Définir les ressources clés et nommer 2 ou 3 ressources clés liées à votre activité</p> <p><u>Capacités :</u> C1. Apprendre le rôle d'un partenaire clé C2. Apprendre ce que sont les activités clés pour une entreprise C3. Apprendre ce que l'on entend par ressources clés</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 5% de la note globale</p> <p>Devoir 1 - développer et présenter la section 'Infrastructure' du BMC pour votre entreprise: 20% de la note globale</p>	<p>L'apprenant répond correctement aux questions et prouve qu'il comprend les concepts de la section</p> <p>La section Infrastructure de BMC est complète et démontre l'apprentissage de la classe</p> <p>L'apprenant identifie les partenaires clés, les ressources clés et les activités clés dans leur BMC</p>



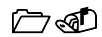
<p><b>T3 - Offres</b></p>	<p><u>Savoirs :</u> S1. Proposition de valeurs S2. Efforts et gains</p> <p><u>Compétences :</u> C1. Définir le terme “proposition de valeur” C2. Distinguer les propositions de valeur qualitatives et quantitatives. C3 Définir et élaborer une proposition de valeur pour votre propre entreprise</p> <p><u>Capacités :</u> C1. Comprendre ce qu’est une proposition de valeur C2. Appliquer le concept de « proposition de valeurs » à votre propre entreprise. C3. Identifier les “difficultés” résolues et les ‘gains’ créés par une entreprise ou un produit.</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions bien sûr (méthodes dans le choix du formateur): 5% de la note globale</p> <p>Devoir 2 - définir la proposition de valeur de votre produit ou service: 15% de la note globale</p>	<p>L’élève a appris les concepts et peut répondre correctement aux questions</p> <p>La proposition de valeur est complète et démontre l’apprentissage de la classe.</p> <p>La proposition de valeur identifie au moins un effort soulagé ou un gain créé</p>
<p><b>T4 - Clients</b></p>	<p><u>Savoirs :</u> S1. Relation client S2. Les segments de clientèle S3. Les canaux</p> <p><u>Compétences :</u> C1. Décrire ce qu’est la relation client et identifier deux ou trois relations clients importantes pour votre entreprise C2. Identifier les segments de clientèle pour votre entreprise C3. Distinguer les différentes façons dont les clients sont segmentés C4 Lister 3 canaux à travers lesquels une proposition de valeur peut être distribuée C5. Identifier 2 canaux par lesquels votre entreprise distribuera sa proposition de valeur</p> <p><u>Capacités :</u> C1. Comprendre le rôle de la relation client dans le BMC  C2. Apprendre comment la clientèle est segmentée selon des critères démographiques, sociaux et comportementaux  C3. Découvrir différents canaux pour distribuer la</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 5% de la note globale</p> <p>Devoir 3 - développer et présenter la section 'Clients' du BMC pour leur propre affaire: 20% de la note globale</p>	<p>L’apprenant a appris les concepts et peut répondre correctement aux questions</p> <p>La section 'Clients' du BMC est complète et démontre l’apprentissage de la classe</p> <p>L’étudiant identifie les relations clients, les segments de clientèle et les canaux dans le BMC</p>

	proposition de valeur de manière rapide, efficace et rentable.		
<b>T5 - Finances</b>	<p><u>Savoirs :</u> S1. Structures de coûts S2. Types de structures d'entreprises S3. Caractéristiques des structures de coûts S4. Sources de revenus</p> <p><u>Compétences :</u> C1. Définir une structure de coûts et établir une structure de coûts pour votre propre entreprise</p> <p>C2. Distinguer les structures d'entreprise axées sur la valeur et les coûts. Définir la structure de coûts de votre entreprise.</p> <p>C3. Définir les différentes caractéristiques des structures de coûts : coût fixes, coûts variables, économies d'échelles, économie de gammes. Appliquer ces concepts à votre propre structure de coûts.</p> <p>C4. Lister 5 sources de revenus pour votre entreprise.</p> <p>C5. Identifier les principaux flux de revenus pour chaque segment de clientèle de votre entreprise</p> <p><u>Capacités :</u></p> <p>C1. Comprendre que les structures de coûts affectent le choix du business model d'une entreprise</p> <p>C2. Discuter les différentes structures de coûts d'une entreprise.</p> <p>C3. Énoncer et comprendre les caractéristiques des structures de coûts et leurs implications</p> <p>C4. Exprimer comment une entreprise tire des revenus de chaque segment de clientèle.</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 5% de la note globale</p> <p>Devoir 4 - développer et présenter la section «Finance» du BMC pour sa propre activité: 20% de la note globale</p>	<p>Les apprenants ont appris les concepts et répondent aux questions correctement.</p> <p>La section 'Clients' du BMC est complète et démontre l'apprentissage de la classe</p> <p>L'étudiant identifie les structures de coûts et les sources de revenus dans son BMC</p>

***Lecture suggérée:***

1. “Business Model Generation” by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur

***Informations en ligne:***



<https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Contexte	Critères d'évaluation
<p>Contexte pédagogique:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 24h de formation</li> <li>- 24h de travail à la maison</li> <li>- Ressources matérielles : salle de classe, video projecteur et équipement audio</li> <li>- Matériel d'enseignement : plan et résumé des leçons, présentations PowerPoint, modèles de devoir</li> </ul> <p>Contexte informationnel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cours en ligne</li> <li>- Textes obligatoires</li> <li>- Textes supplémentaires</li> </ul> <p>Contexte technique:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès à internet</li> <li>- Accès à la plateforme e-learning et aux outils de communication</li> </ul> <p>Contexte managerial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alternance de cours académiques</li> </ul> <p>Contexte relationnel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relation avec les clients, mener des entretiens avec des clients</li> <li>- Relations avec des entreprises expérimentées dans la validation du marché, le fait de faire des présentation et l'élaboration d'un BMC.</li> </ul>	<p>Critère d'évaluation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaissance et compréhension des concepts abordés, mesurés par des tests et des questions en classe</li> <li>- La capacité de l'étudiant à appliquer les concepts appris à une entreprise de la vie réelle, mesurée avec des devoirs et des projets</li> <li>-</li> </ul> <p>Critères de performance:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacité à effectuer les tâches assignées</li> <li>- Participation en classe</li> <li>- Capacité à travailler en équipe</li> <li>- Capacité d'abstraction</li> <li>- Compétences en communication</li> <li>- Capacité d'analyse critique</li> </ul> <p>Attendus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Attitude positive face à l'apprentissage</li> <li>- Proactivité</li> <li>- Curiosité</li> </ul> <p>Résultats attendus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtention de 6 crédits</li> <li>- Adoption de nouveaux outils et compétences pour sa propre entreprise. Indicateur: élaboration d'un BMC, d'un pitch et d'entretiens clients</li> <li>- Satisfaction des élèves à l'égard des apprentissages obtenus (mesurée avec l'évaluation finale du cours)</li> </ul>

## 9.Cours 3 : Les opportunités de financements européens pour les entreprises

### *Objectif*

L'objectif global de cette série de sujets est de donner aux entrepreneurs une connaissance complète du système des institutions européennes et des processus de décision.

Le but étant d'apporter aux apprenants les outils principaux concernant les cadres institutionnels et financiers européens, ainsi que les financements européens. Plus particulièrement, les apprenants vont acquérir des compétences pour écrire et manager un projet européen, répondre à un appel à projet, élaborer la structure du projet, construire un partenariat et créer un plan budgétaire.

### *Grille du Syllabus*

9 unités d'apprentissages (2 unités pour 2 blocs de compétences)

Durée de la formation: 60h

3 crédits d'apprentissages – EQF niveau V

Bloc de compétences A1 – 1 crédits/20h – Comprendre le fonctionnement de l'UE

Bloc de compétences A2 – 2 crédits/40h – Les opportunités pour les entreprises dans le cadre européen.

### *Action 1: - Comment l'UE fonctionne?*

#### *Objectifs:*

- Donner une connaissance de base concernant l'histoire de l'UE et les grands Traités
- Apprendre ce qu'est l'Union Européenne et connaître le fonctionnement de ses principales institutions.
- Apprendre ce qu'est le marché intérieur et ses avantages
- Comprendre le budget de l'UE et ses principaux programmes.

### Résultats d'apprentissage

Tâches	Compétences	Capacités	Savoirs
<b>Bases</b>	<p>C1- Connaître les étapes principales du processus d'intégration européenne dans le contexte historique international.</p> <p>C2 -Connaître les traités européens depuis la CECA en 1954 jusqu'au Traité de Lisbonne en 2009.</p>	<p>C1. Décrire le processus historique d'intégration de l'Union.</p> <p>C2. Distinguer les principales caractéristiques des traités de l'UE</p>	<p>S1. Processus d'intégration historique de l'UE</p> <p>S2. Les principaux traités de l'UE</p>
<b>T2. EU Institutions</b>	<p>C1. Savoir distinguer les principales institutions européennes et connaître leur processus décisionnel.</p> <p>C2. Connaître les relations entre les différentes institutions européennes.</p>	<p>C1. Définir les institutions européennes</p> <p>C2. Décrire le processus de prise de décision</p> <p>C3. Définir les relations entre les différentes institutions.</p>	<p>K1. Les institutions européennes, leurs différences</p> <p>K2. Relations entre les institutions européennes</p> <p>S3. Processus de prise de décision</p>
<b>T3. EU Internal market and EU Budget</b>	<p>C1. Comprendre le processus historique qui mène au marché commun</p> <p>C2. Reconnaître les limites et les bénéfices du marché commun</p> <p>C3. Comprendre le système budgétaire européen</p> <p>C4 Expliquer les principaux programmes de financement européens</p>	<p>C1. Définir les étapes clés de la création du marché commun</p> <p>C2. Expliquer comment le marché commun fonctionne et connaître les acteurs clés impliqués.</p> <p>C3. Décrire le budget de l'UE et sa composition</p> <p>C4. Tracer les différences des programmes de financements européens</p>	<p>K1. Marché commun</p> <p>K2. Budget de l'UE</p> <p>K3. Programmes de financements européens</p>

Resources Context	Evaluation
<p>Contexte pédagogique :            20h d’enseignement ;            “Apprendre en faisant” méthodologie ;            Matériel d’enseignement: présentations PowerPoint, sommaire des leçons;</p> <p>Contexte managérial :            Cours académique, exercice en travaux de groupe et en individuel</p> <p>Contexte informationnel :            Course en ligne ;            Bibliographie réalisée par le CCIB et publication de l’UE</p> <p>Environnement technologique :            Accès à internet ;            Pack office;            Communication : logiciel de messagerie, navigateur.</p>	<p>Critère d’évaluation:            - Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</p> <p>Critère de performance            - Capacité de synthèse</p> <p>Résultats attendus            - Obtention d’ 1 crédit            - Satisfaction des apprenants (questionnaire d’évaluation)</p> <p>Indicateur: degré de satisfaction des apprenants (très satisfait – Modérément satisfait– non satisfait)</p>

## ***Action 2: Les opportunités pour les entreprises dans le cadre européen***

### ***Objectifs:***

- Comprendre la différence entre fonds directs et fonds indirects
- Comprendre ce qu’est un appel d’offre européen et ses avantages
- Exprimer la différence entre appels d’offre et projets
- Savoir comment candidater à un appel d’offre européen
- Comprendre qui est un manager de projet européen et son rôle
- Apprendre le management de cycle de projet
- Développer la structure d’une idée de projet
- Savoir comment construire un partenariat
- Rédiger un projet.

### Résultats d'apprentissages

Tâches	Compétences	Capacités	Savoirs
<b>T1. Les opportunités des financements européens : appels d'offre et projet</b>	C1. Expliquer ce qu'est un appel d'offres européen et décrire ses caractéristiques et avantages  C2. Expliquer ce qu'est un projet européen et décrire ses caractéristiques et avantages	C1. Identifier un appel d'offres et comprendre les caractéristiques des appels d'offres européens  C2. Identifier une proposition et comprendre les avantages et les opportunités d'un projet  C3. Reconnaître la différence entre un appel d'offres et un projet	S1 Les appels d'offres européens et leurs caractéristiques et avantages  S2. Proposition et caractéristiques européennes  S3 Principales différences entre appels d'offre et projets
<b>T2. Le management du cycle de projet</b>	C1. Définir qui est un manager de projets européens  C2. Expliquer le concept de gestion du cycle de projet et ses caractéristiques  C3. Analyser les documents	C1. Décrire le rôle d'un manager de projet  C2. Délimiter les principales caractéristiques de la gestion du cycle de projet  C3. Identifier les principaux documents	S1. Manager de projet  S2. Cycle de projet  S3. Importance des documents
<b>T3 - The logical framework</b>	C1. Expliquer la structure de l'idée de projet  C2. Comprendre comment construire un réseau  C3. Apprendre à créer un partenariat  C4. Acquérir les compétences de rédaction et d'édition du projet	C1. Décrire la structure de l'idée de projet  C2. Définir les étapes pour construire un réseau  C3. Démontrer des aptitudes à développer un partenariat  C4. Développer une idée de projet	S1. Structure de l'idée de projet  S2. Concept de réseau  S3. Concept de partenariat  S4. Rédiger une idée de projet
<b>T4 - Internationalisation d'une entreprise</b>	C1 Comprendre comment internationaliser une entreprise	C1. Identifier les acteurs et les outils pour internationaliser une entreprise	S1. Internationalisation



Resources context	Evaluation
<p>Contexte pédagogique 40h d’enseignements ; Méthodologie “Apprendre en faisant” ; Matériel d’enseignement : présentation PowerPoint, sommaire des cours ;</p> <p>Environnement managérial Cours académiques suivis d’exercice en groupe et en individuel</p> <p>Environnement informationnel : Cours en ligne ; Textes ; Bibliographie réalisée par la CCBI et publications de l’UE</p> <p>Environnement technique : Accès à internet Pack office ; Communication : logiciel de messagerie, navigateur.</p> <p>Environnement relationnel Rencontre avec des experts ; Exercices pratiques.</p>	<p>Critères d’évaluations: - Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</p> <p>Critères de performance: - Capacité de synthèse  - Capacité de communication écrite  - Capacité d’analyse critique</p> <p>Attendus: - Motivation  - Proactivité  - Esprit d’équipe</p> <p>Résultats attendus: - Obtention de 2 credits  - Avoir la capacité de prendre part à un projet européen  - Satisfaction de l’apprenant évalué par un questionnaire.  - Indicateurs : (très satisfait – modérément satisfait – non satisfait)</p>

## Certification

### Activité 1 – Le fonctionnement de l’UE

Tâches	Savoirs (S), Compétences (C), Capacités évaluées (A)	Méthodes d’évaluation	Critères d’évaluation
T1. EU history and Treaties	<p><u>Savoirs</u> :</p> <p>S1. Le processus historique d’intégration de l’UE S2. Les principaux traités européens</p> <p><u>Compétences</u> :</p> <p>C1. Reconnaître les principales étapes historiques du processus d’intégration de l’UE dans le contexte international</p>	<p>Pour T1+T2+T3 : questions ouvertes et QCM</p> <p>40% de la note globale</p>	<p>Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés; clarté de la présentation, argumentation</p> <p>Assiduité dans le travail, aptitude à synthétiser, recherche et analyse documentaire;</p>

	<p>C2. Connaître les traités européens de la CECA en 1951 au Traité de Lisbonne en 2009</p> <p><u>Capacités :</u>          C1. Décrire le processus historique d'intégration de l'UE          C2. Distinguer les principales caractéristiques des traités de l'UE</p>		
<p>T2. Institutions européennes</p>	<p><u>Savoirs :</u>          S1. Les institutions de l'UE et leurs différences          S2. Les relations entre les différentes institutions          S3 Le processus décisionnel de l'UE</p> <p><u>Compétences :</u>          C1. Distinguer les différentes institutions européennes et connaître leurs processus de décision          C2. Connaître les relations entre les différentes institutions européennes</p> <p><u>Capacités</u>          C1. Définir les Institutions de l'UE          C2. Décrire le processus décisionnel          C3. Définir les relations entre les différentes institutions européennes</p>		
<p>T3. Le marché intérieur de l'UE et le budget européen</p>	<p><u>Savoirs :</u>          S1. Le marché intérieur          S2. Le budget de l'UE          S3. Les programmes de financements de l'UE</p> <p><u>Compétences :</u>          C1. Comprendre l'histoire de l'UE de sa création au Marché intérieur          C2. Reconnaître les bénéfices et les limites du marché intérieur          C3. Expliquer les principaux programmes de financements européens</p> <p><u>Capacités :</u>          C1. Définir les étapes clés de l'histoire de l'UE de sa création au marché intérieur.          C2. Expliquer le fonctionnement du marché intérieur et les principaux acteurs impliqués.</p>		

	C3. Décrire les différences entre les principaux programmes de financements européen.		
--	---	--	--

### Activité 2 - Les opportunités pour les entreprises dans le cadre européen

Tâches	Savoirs (S) Compétences (C), Capacités évaluées (C)	Méthode d'évaluation	Critère d'évaluation
<b>T1. Les financements européens appels d'offre et projet</b>	<p><u>Savoirs :</u>            S1 Les appels d'offres européens et leurs caractéristiques et avantages            S2. Propositions européennes et caractéristiques            S3. Principales différences entre appel d'offre et projets</p> <p><u>Compétences :</u>            C1. Expliquer ce qu'est un appel d'offres européen, décrire ses caractéristiques et ses avantages.            C2. Expliquer ce qu'est un projet européen, décrire ses caractéristiques et avantages</p> <p><u>Capacités :</u>            C1. Identifier un appel d'offre et comprendre les caractéristiques des appels d'offres européens.            C2. Identifier une proposition et comprendre les bénéfices et les opportunités d'un projet            C3. Reconnaître la différence entre un appel d'offres et un projet</p>	<p>QCM et questions ouvertes :            15% de la note globale</p> <p>- Réalisation d'un fichier pour analyser les documents clés ; recherche de base de données.</p>	<p>Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</p> <p>- Travail de l'apprenant : diligence; capacité de synthétiser, de recherche et d'analyse documentaire;</p> <p>- Maîtriser l'aspect technique du projet et gérer le temps ;</p> <p>- Aptitude à présenter un projet en présentant clairement le sujet, en respectant un plan organisé et explicite.</p>
<b>T2. Management du cycle de projet</b>	<p><u>Savoirs :</u>            K1. Le chef de projet            K2. Le cycle de projet            K3. L'importance des documents</p>	<p>Questions ouvertes et QCM</p> <p>20% de la note globale ;</p> <p>Réalisation d'un fichier pour analyser</p>	

	<p><u>Compétences :</u>          C1. Définir ce qu'est un manager de projet européen          C2. Expliquer le concept de gestion du cycle et ses caractéristiques          C3. Analyser les documents</p> <p><u>Capacités :</u>          C1. Décrire le rôle du manager de projet          C2. Reconnaître les principales caractéristiques de la gestion du cycle de projet          C3. Identifier les principaux documents</p>	<p>les documents clés; recherche de base de données;          Rédaction de projets</p>	
<p><b>T3. Le cadre logique</b></p>	<p><u>Savoirs :</u>          S1. Structure d'idée de projet          S2. Concept de réseau          S3. Concept de partenariat          C4. Rédiger une idée de projet</p> <p><u>Compétences :</u>          C1. Expliquer la structure de l'idée de projet          C2. Comprendre comment construire un réseau          C3. Apprendre à créer un partenariat          C4. Acquérir les compétences de rédaction et d'édition du projet</p> <p><u>Capacités :</u>          C1. Décrire la structure de l'idée de projet          C2. Définir les étapes pour créer un réseau          C3. Démontrer des aptitudes pour créer un partenariat          C4. Préparer l'idée de projet</p>	<p>Questions ouvertes et QCM/          Réalisation d'un fichier pour analyser les documents clés; recherche de base de données;          ;          Rédiger une idée de projet ;          Enumérer les possibles partenaires pour un projet          20% de la note globale.</p>	

<b>T4. Internationalisation de l'entreprise</b>	<u>Savoir :</u> S1: internationalisation  <u>Compétences :</u> C1. Comprendre comment internationaliser une entreprise  <u>Capacités:</u> C1. Identifier les acteurs et outils pour internationaliser une entreprise	Dresser la liste des acteurs et des outils appropriés et adaptés pour internationaliser l'entreprise ;  Réalisation d'un fichier pour analyser les documents clés, recherche de base de données.  5% de la note globale	
---	---	---	--

## 10. Cours 4 : Les écosystèmes entrepreneuriaux

### *Présentation*

Les écosystèmes entrepreneuriaux peuvent être définis comme un ensemble d'acteurs interdépendants et de facteurs coordonnés de manière à rendre possible un entrepreneuriat productif sur un territoire donné.

### *Objectifs de la formation:*

- Sensibiliser au rôle socio-économique de l'entrepreneuriat sur le territoire, car c'est la clé du dynamisme d'une région
- Comprendre le système d'interactions entre les différents acteurs au sein d'un écosystème.
- Identifier les liens qu'une entreprise ou un entrepreneur développe avec différentes parties prenantes
- Comment favoriser l'émergence d'un écosystème entrepreneurial et son utilisation par l'entreprise
- Comprendre les relations entre les écosystèmes et les concepts connexes tels que les districts industriels, les clusters d'entreprise et les systèmes favorisant d'innovation.

## Bloc 1 : Créer et développer son entreprise dans un contexte d'écosystème entrepreneurial.

### Action 1: Comprendre le concept d'écosystème entrepreneurial

Activité	Tâches	Compétence - Compétences	Capacités	savoirs	Description
<p><b>Activité 1:</b> Comprendre le concept d'écosystème entrepreneurial</p> <p>Comprendre les analogies avec les systèmes biologiques</p>	<p>T1 – Définition d'un écosystème entrepreneurial</p>	<p>C1 – Histoire du concept d'écosystème entrepreneurial</p> <p>C2 – Savoir que les idées fondamentales des écosystèmes entrepreneuriaux ont été développés dans les années 1980 et 1990 Vers une perspective plus large intégrant le rôle des forces sociales, culturelles et économiques dans l'entrepreneuriat.</p> <p>C3 – Etre capable d'identifier tous les acteurs d'un écosystème: écoles, université, investisseurs, banque, centre de recherche, autorité locale, fondation privée etc.</p> <p>C4 – Connaître les principales conditions qui définissent un écosystème entrepreneurial</p> <p>C5 Promouvoir une activité entrepreneuriale, un processus par lequel les individus créent des opportunités ou des structures qui favorisent l'innovation: start-ups, dépôt de brevets, etc..</p> <p>C6 Penser différemment l'entrepreneuriat, dans un contexte global et en ayant une vision économique différente du rôle des personnes, des</p>	<p>C1 Mesurer l'intérêt d'un chef d'entreprise à s'intégrer dans un réseau pour bénéficier d'économies d'échelle, alliées à la flexibilité et au dynamisme entrepreneurial</p> <p>C2 - Savoir choisir un écosystème entrepreneurial en fonction de son activité (réaliser un benchmark des écosystèmes):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Écosystème de démarrage d'activité</li> <li>• Écosystème d'entrepreneuriat universitaire</li> <li>• Cluster d'affaires</li> <li>• Économies d'agglomération</li> <li>• Réseau d'innovation collaboratif</li> <li>• Coworking</li> <li>• Système d'innovation</li> <li>• Capital risque</li> </ul> <p>C3 Mesurer l'importance du contexte social dans un écosystème entrepreneurial</p> <p>C4 – Analyse de faisabilité du projet Compétences spécifiques pour un (futur) entrepreneur:</p> <p>C5 Capacité à prendre en compte les priorités, la complexité des situations, les risques quotidiens et à faire face aux imprévus</p>	<p>S1: Définition d'un écosystème entrepreneurial</p> <p>S2 – Les principaux penseurs et théoriciens de l'écosystème entrepreneurial : Harvard Business Review, Daniel Isenberg, Spigel, Stam, Wong, Freeman &amp; Audia etc.</p> <p>S3- Facteurs de succès pour un écosystème entrepreneurial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Est adapté à son propre environnement</li> <li>- fonctionne dans un environnement où les obstacles bureaucratiques sont réduits et où les politiques gouvernementales répondent aux besoins uniques des entrepreneurs et tolèrent les entreprises qui ont échoué</li> <li>- Encourager les organismes financeurs à la prise de risque (bien que l'accès au financement représente un obstacle pour les entrepreneurs)</li> <li>- est relativement libre de, ou est capable de changer les préjugés culturels contre l'échec ou l'exploitation d'une entreprise</li> </ul>	<p>Interprétation biologique: l'interprétation biologique de ce concept dans lequel l'interaction des organismes vivants avec leur environnement physique est au centre n'est évidemment pas à prendre au pied de la lettre. Au contraire, l'approche de l'écosystème entrepreneurial souligne que l'entrepreneuriat a lieu dans une communauté d'acteurs interdépendants</p> <p>Un écosystème entrepreneurial est composé de plusieurs éléments, acteurs ou domaines en interaction, chacun comprenant des sous-éléments qui, au sein d'une région ou d'un territoire, ont une influence sur la formation et le développement des entrepreneurs et des entreprises innovantes.</p> <p>Un écosystème de démarrage est un type particulier d'écosystème entrepreneurial (une start-up est une organisation temporaire dont la mission est de chercher un business model pour exploiter une opportunité dans un contexte incertain)</p>

		réseaux et des institutions.	<p>C6 Agir favorablement sur le climat relationnel en cherchant à réduire les tensions, à prévenir et à participer au dépassement des conflits, accompagner le changement</p> <p>C7 - Proposer des méthodes de travail adaptées au contexte, en tenant compte de l'organisation dans son ensemble, gérer les dossiers nécessitant de la polyvalence</p>	<p>- favorise les succès, qui à leur tour attirent de nouvelles entreprises</p> <p>- soutenu par le dialogue entre les différents acteurs de l'entrepreneuriat</p> <p>S4 – les différents écosystèmes entrepreneuriaux, par exemple les écosystèmes spécifiques à une branche d'industrie. (exemple BioRegio en Allemagne dans le domaine des sciences de la vie)</p> <p>S5 – Success stories: Silicon Valley, MIT's Entrepreneurship Ecosystem, London, New York, Toronto, Taiwan, Israel, Ireland...</p>	
--	--	------------------------------	---	--	--

## Action 2: Le Marché – Marketing

Activités	Tâches	Compétence - Compétences	Capacités	Savoirs	Description
<p>Conditions générales</p> <p>Activité 2 Prendre en compte l'environnement local et les évolutions du marché, mettre en place des actions commerciales et des opérations marketing pour booster les ventes tout en respectant l'image de la marque ou de la marque</p>	<p>T2 l'importance du marché intérieur</p> <p>T3 – L'importance du marché étranger</p>	<p>C1 Savoir que l'approche d'un écosystème entrepreneurial intègre un changement de la pensée économique traditionnelle sur les entreprises, et en particulier sur les marchés et les défaillances du marché, Vers une nouvelle vision économique des personnes, des réseaux</p>	<p>C1 – Les écosystèmes entrepreneuriaux sont dynamiques. Les notions de marché et d'échec structurel sont essentiellement statiques: elles existent ou non. Les écosystèmes entrepreneuriaux sont co-créés dans des interactions dynamiques entre ses parties prenantes</p> <p>C2 - Entrer ou créer un marché est une question de stratégie, que</p>	<p>S1 – Accessibilité du marché et réactivité</p> <p>S2 – L'accès aux clients aux marchés nationaux et internationaux</p> <p>S3 - Importance de la propriété intellectuelle et de la protection par brevet</p> <p>S4 Analyse de la tendance du marché</p>	

		<p>et des institutions.</p> <p>C2 Capacité d'analyser de manière pertinente le contexte et la situation de l'entreprise sur son marché</p> <p>C3 – Capacité à analyser le marché avec des propositions argumentées et pertinentes de développement commercial</p> <p>C4 –Etre capable de proposer une stratégie de développement d'entreprise.</p> <p>C5 Mettre en place une démarche qualité au sein de l'entreprise</p> <p>C6 – Capacité à assurer une veille sur le marché de l'entreprise tant pour les pratiques, les produits, la réglementation et pour les activités commerciales</p>	<p>l'entrepreneur le reconnaisse ou non.</p> <p>C3 – Mesurer le potentiel des clients qui peuvent donner leur avis sur des produits ou services innovants</p>	<p>S5 - Veille commerciale et concurrentielle</p> <p>S6 – suivi de l'évolution du marché</p> <p>S7 – La stratégie commerciale et sa mise en œuvre</p> <p>S8 – Techniques de fidélisation</p> <p>S9 – Identification des sources d'informations pertinentes</p>	
--	--	---	---	--	--



### Action 3: La culture d'entreprise

Activité	Tâches	Compétence - Compétences	Capacités	Savoirs	Description
<b>FRAMEWORK CONDITIONS</b>  Activité : Etre capable de définir et de créer une culture d'entreprise spécifique en lien avec la stratégie et les objectifs de l'entreprise.	T1 -Tolérance de risque et d'échec  T2 Préférence pour le travail indépendant  T3 -Success stories et modèles de réussite  T4 - Programmes de recherche, d'éducation et de soutien  T5 – Image positive de l'entrepreneuriat  T6 – Célébration de l'innovation	C1 –Connaître les fondamentaux de la culture d'entreprise  C2 Identifier les valeurs et les comportements qui facilitent le bon fonctionnement de l'entreprise  C3 – Être capable d'écrire un projet d'entreprise en précisant les objectifs généraux, les valeurs, la philosophie de l'entreprise tout en affirmant son identité	C1 – favoriser une culture qui tolère l'erreur, l'échec, la prise de risque et la contradiction, qui considère l'entrepreneuriat comme un choix de vie positif  C2 – Favoriser le partage d'expériences: les personnes qui réussissent réinvestissent leur temps, leur argent et leur expertise pour encourager et soutenir de nouvelles activités entrepreneuriales  C3 – Encourager la diversité en offrant une grande variété de programmes et de projets qui attireront une diversité d'entrepreneurs, de genres et de niveaux différents	S1 – Le développement d'un réseau dense de relations entre les différents acteurs  S2 – Une culture d'entreprise spécifique qui unifie toutes les parties prenantes  S3 – Formation à l'entrepreneuriat  S4- tolérance du risque et des erreurs, statut social positif de l'entrepreneur	Un écosystème ouvert accepte facilement les nouveaux membres, permet l'échange d'informations entre les membres et soutient la diversité en leur sein.  l'accès à des lieux de vie et de travail abordables est essentiel à l'épanouissement d'un écosystème entrepreneurial.  Une forte densité d'entrepreneurs est pertinente, car elle permet de créer une dynamique pour les entrepreneurs établis, d'offrir des points d'accès aux nouveaux membres de l'écosystème et de favoriser l'échange d'information.

### Action 4: Education et formation

Activité	Tâches	Compétence - Compétences	Capacités	Savoirs	Description
<b>Conditions systémiques</b>  <b>Activité 4: Reconnaître l'importance de l'éducation et de la formation</b>	<b>T1 – Formation pré universitaire</b>  <b>T2 – formation universitaire</b>  <b>T3 – Formation spécifique à l'entrepreneuriat</b>	C1 – Connaître les processus de recrutement  C2 – Cadrer le besoin et définir la position et le profil du candidat  C3 – Savoir mettre en place une stratégie de recherche de candidats C4 – Identifier et planifier les besoins en compétences	C1 Repérer les institutions / universités de haut niveau qui stimulent l'innovation grâce à la valorisation de la recherche  C2 Repérer les centres de formation à l'entrepreneuriat et encourager la création de start-up	S1 – Proximité des centres universitaires / écoles de commerce, centres de recherche	Une entreprise en démarrage nécessite beaucoup de connaissances variées et d'apprentissage pour faire face à des contraintes sévères de ressources humaines  La connaissance en entrepreneuriat est cruciale. Les connaissances sur le processus d'entrepreneuriat sont partagées entre les entrepreneurs et les mentors à travers des réseaux sociaux informels, des organisations d'entrepreneurs et de la formation

### Action 5: Mécanismes d'accompagnement

Activité	Tâches	Compétence - Compétences	Capacités	Savoirs	Description
Conditions systémiques:  Activité 5: Connaître les principaux acteurs et dispositifs pour l'accompagnement des entreprises	<b>T1 - Mentors / conseillers</b>  <b>T2 - Services professionnels</b>  <b>T3 Incubateurs / accélérateurs / espaces de travail partagé</b>  <b>T4 - Réseau de pairs entrepreneurs</b>	C1 – Savoir auprès de qui demander de l'aide pour créer son entreprise	C1 - Repérer les leaders publics qui font la promotion de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs  C2 – Identifier les gouvernements / administrations qui font la promotion des institutions liées à l'entrepreneuriat et atténuent les obstacles législatifs  C3 – Connaître les principaux acteurs et dispositifs pour démarrer une entreprise	S1 Existence de programmes de formation, conférences, séminaires → éducation informelle  S2 – Présence de réseaux d'experts dans différents domaines de compétence  S3 Existence de programmes gouvernementaux favorisant le développement économique local  S4 – Qualité de vie sur le territoire  S5 Les différentes aides: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aide sociale</li> <li>• Aides fiscales</li> <li>• Aide financière</li> <li>• Aides en matière d'information et d'accompagnement</li> </ul> Réseaux d'accompagnement à la création	Diversité des types de soutien aux entreprises: institutions gouvernementales et non gouvernementales, incubateurs, espaces de co-working, coaching  Soutien aux entrepreneurs pour l'internationalisation des entreprises  La présence d'un cluster technologique profite significativement à l'entrepreneuriat  Les entreprises les plus innovantes ont une influence positive sur les autres innovateurs locaux, bien que souvent avec un certain retard

## Action 6: Cadre réglementaire

Activité	Tâches	Compétence - Compétences	Capacités	Savoirs	Description
<p>Activité 6: Infrastructure</p> <p>S'assurer du soutien des pouvoirs publics</p> <p>Connaître les politiques locales en matière d'aide au développement des entreprises</p> <p>Cadre réglementaire et infrastructures</p> <p>Politique gouvernementale</p>	<p>T1 – Incitations fiscales</p> <p>T2 – Accès aux transports</p> <p>T3 – Accès aux infrastructures de base (eau, électricité, télécommunications, internet)</p> <p>T4 – Législation, souplesse des réglementations</p> <p>T5 – Infrastructures physiques</p>	<p>C1 - Comprendre que les conditions cadres sont constituées par les conditions sociales (institutions informelles et formelles) et physiques permettant ou contraignant l'interaction humaine.</p> <p>C2: Comprendre que les conditions systémiques sont le cœur de l'écosystème et inclure des réseaux d'entrepreneurs, de leadership, de finances, de talents, de connaissances et de services de soutien.</p>	<p>C1 Savoir tenir compte de l'importance des infrastructures existantes: télécommunication, transport, énergie, présence à proximité des pépinières, parcs d'activités, etc.</p> <p>C2 Mesurer l'importance accordée par le secteur public à l'entrepreneuriat</p> <p>C3 – Savoir comment limiter la fuite des cerveaux</p> <p>C4 – Identifier les entreprises performantes, qui servent de modèles, dynamisent la recherche scientifique et soutiennent l'entrepreneuriat local grâce à des initiatives spécifiques</p> <p>C5 – Tenir compte des changements sociétaux futurs</p> <p>C6– Capacité à utiliser les ressources numériques du système d'information d'entreprise)</p>	<p>S1 – La politique et la réglementation constituent un facteur principal pouvant influencer le rôle d'autres éléments de l'écosystème</p>	<p>La proximité géographique aide en termes d'acquisition de connaissances et de création de liens de collaboration dans les startups. Aux premiers stades et avec des relations externes moins développées, la proximité géographique est particulièrement importante pour l'acquisition de connaissances, alors que son importance peut diminuer au fil du temps à mesure que la capacité de l'entreprise à investir dans la recherche et le développement augmente.</p> <p>L'agglomération, surtout dans les milieux urbains, facilite la légitimation de nouvelles entreprises, la découverte de débouchés commerciaux et l'accès à un marché du travail flexible. Par exemple, les entreprises multinationales créent des opportunités pour des services aux entreprises à forte intensité de connaissances.</p> <p>L'agglomération peut également faciliter le développement de produits axés sur le marché, tandis que la collaboration interrégionale est souvent plus importante pour les innovations scientifiques.</p> <p>La densité des entreprises dans un territoire / région spécifique crée des économies d'échelle grâce aux services spécialisés et aux bassins de talents nécessaires à la croissance des entreprises.</p> <p>"Donnez-nous un espace pour expérimenter, pour nous tromper au lieu de nous tuer avec toutes sortes d'interdictions, d'obligations et d'accusations".</p>

**Action 7: Capital humain / Disponibilité de la force de travail**

	Tâches	Compétence - Compétences	Capacités	Savoirs	Description
Conditions systemiques  <b>Activity 7: Savoir manager les ressources humaines/le capital humain/</b>  <b>Disponibilité de la force de travail</b>	T1 - Management des talents  T2 – Disponibilité de l’externalisation  T3- Expérience entrepreneuriale: Gouvernance - Réseautage - Mentorat	C1 - Comment conserver le capital humain? comment attirer les talents?  C2 – Savoir comment administrer en continu un flux de talents.	C1 – Favoriser la culture entrepreneuriale	S1 – le rôle de l’entrepreneur dans le capital humain <ul style="list-style-type: none"> <li>● lui-même</li> <li>● tous les acteurs qui travaillent avec le chef d’entreprise</li> <li>● la mise en commun des compétences et des différentes individualités</li> </ul> S2 – Formation existante: Team-Building, coaching individuel ou d’équipe, mentoring, relaxation / bien-être, etc.	L’innovation résulte souvent de la propriété intellectuelle qui peut être exploitée de différentes manières.  Savoir-faire: nous avons besoin d’ingénieurs, de développeurs, de concepteurs, de commerciaux, d’administrateurs, de gestionnaires ... de toutes les personnes dont nous avons besoin pour le lancement et la croissance d’entreprises innovantes.

## Action 8: Financements et finances

Activités	Tâches	Compétence	Capacités	Savoirs	Description
Conditions systémiques  <b>Activité 8 : Savoir identifier et mobiliser les différentes sources de financement de l'entreprise</b>	Rechercher des financements auprès de la famille et des amis  Recherche de capital investissement  Recherche de capital risque  Recherche de business angels  Facilité d'obtention de Prêts	C1 - Connaître les différentes sources d'investissement, les ressources financières externes et savoir mettre en œuvre une décision d'investissement	C1 - Localiser les investisseurs privés et faciliter la détection des projets et l'accès des entrepreneurs aux fonds de financement	S1 – L'implication des banques et des investisseurs dans l'économie locale  S2 Le rôle des business angels  S3 - Les différents modes de financement des entreprises à fort potentiel en fonction de leur développement: <ul style="list-style-type: none"> <li>• concours</li> <li>• aides</li> <li>• incubateurs</li> <li>• financement participatif</li> <li>• les business angels</li> </ul> -Capital risque  S4 – Méthodes de financement traditionnelles: <ul style="list-style-type: none"> <li>Autofinancement</li> <li>Augmentation de capital</li> <li>Recours à l'emprunt</li> <li>Recours au crédit-bail</li> <li>Financement du cycle d'exploitation (FDR)</li> <li>Concours bancaire</li> <li>Crédit interentreprises</li> </ul>	Capital: par définition, aucune nouvelle entreprise ne peut être lancée sans argent et infrastructure pertinente => On investi du capital dans des actifs tangibles

Contexte	Critères d'évaluation
<p><b>Ressources</b></p> <p>Webographie Bibliographie Cours en ligne Echange de bonnes pratiques / témoignages d'entrepreneurs Guide ESE de l'entrepreneur européen</p> <p><b>Données et informations disponibles</b></p> <p>Informations sur les décisions stratégiques et commerciales prises au sein de la PME, sur les objectifs fixés Documents commerciaux: bons de commande, bons de livraison, factures, contrats types, appels d'offres, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• réglementation associée aux marchés publics, contrats commerciaux</li> <li>• informations sur les produits et les prix, remises, conditions générales de vente, garanties</li> <li>- présentation des différents processus et procédures utilisés dans l'entreprise</li> <li>• documents fiscaux comptables, juridiques et professionnels</li> <li>- Informations sur les produits et services nécessaires à l'activité (normes)</li> <li>- des informations sur la politique d'approvisionnement de l'entreprise (critères de référencement, spécifications, quantités, allures, contraintes)</li> <li>- organisation comptable de l'entreprise, système d'information comptable</li> <li>- les documents comptables de l'entreprise</li> </ul> <p><b>Équipement et logiciels disponibles pour les apprenants</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• micro-ordinateurs multimédias connectés à des réseaux internes et externes, imprimante</li> <li>• matériel de communication (téléphones fixes et mobiles)</li> <li>• logiciels de bureautique: traitement de texte, tableur, outils de présentation, communication (messagerie par exemple)</li> </ul>	<p>Une analyse de la situation commerciale de l'entreprise prenant en compte les priorités, les contingences et les caractéristiques du marché</p> <p>Le choix des axes de développement en cohérence avec le modèle économique d'un écosystème entrepreneurial</p> <p>La capacité à réaliser une analyse stratégique pour déterminer les ressources disponibles pour l'entreprise et les facteurs de succès clés de l'environnement dans lequel elle opère afin de proposer, en fonction des caractéristiques du concours, des orientations stratégiques</p>

## Référentiel de certification

### Bloc de compétence 1

#### CREER SON ENTREPRISE DANS UN CONTEXTE D ECOSYSTEME ENTREPRENEURIAL

Savoirs, compétences et capacités évaluées	Méthodes d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>Capacité à présenter un projet de création d'entreprise</p> <p>Choisir un écosystème entrepreneurial: contexte, type, localisation géographique, ressources financières, capital humain, etc.</p> <p>Capacité à développer une pensée construite sur des problèmes techniques liées au monde de l'entreprise.</p> <p>Aptitude à démontrer les compétences professionnelles et le savoir-faire attendus d'un étudiant spécialisé dans son domaine et conforme à son niveau.</p> <p>Aptitude à porter un jugement objectif sur le contenu et les résultats de l'étude ou du projet tutoré</p> <p>Pour la rédaction du mémoire / rapport de stage Le candidat doit être capable de s'exprimer par écrit en respectant les règles</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Style et orthographe</li> <li><input type="checkbox"/> Avoir une pensée claire;</li> <li><input type="checkbox"/> Organiser sa réflexion selon un plan organisé et explicite;</li> </ul> <p>Respecter les exigences de présentation et de contenu définies dans le référentiel de test</p>	<p>Présentation d'une étude de cas existante et / ou d'un projet personnel de création d'entreprise</p> <p>Les étudiants présenteront leur projet de création ou de reprise d'entreprise. Ce projet sera présenté oralement (à l'aide d'un support informatique) et par écrit.</p> <p>Maîtriser les aspects techniques couverts dans la dissertation et montrer une réelle autonomie dans les domaines concernés.</p> <p>Démontrer son savoir-faire professionnel dans un contexte technique lié à sa spécialité et conforme au niveau de formation visé : Bac+2</p>	<p>Dissertation écrite + présentation orale</p> <p>Test écrit: Le document écrit doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien défini de l'activité d'une entreprise et dans un contexte économique européen.</p> <p>Observer les pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et / ou lire</p> <p>Les travaux théoriques en relation avec le sujet doivent permettre au candidat de poser un problème spécifique au contexte et lui donner l'opportunité de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit pouvoir justifier</p> <p>Test oral - durée 1 heure Oral: présentation théorique (30 ') + questions / réponses avec le jury (30')</p> <p>Le candidat doit être capable de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Avoir un bon aperçu</li> <li><input type="checkbox"/> s'exprimer correctement oralement et clairement;</li> <li><input type="checkbox"/> organiser ses idées;</li> <li><input type="checkbox"/> maîtriser le déroulement de l'épreuve;</li> <li><input type="checkbox"/> gérer son temps</li> <li><input type="checkbox"/> choisissez ses arguments pour convaincre;</li> <li><input type="checkbox"/> faire preuve d'écoute active</li> </ul> <p>Maîtriser parfaitement les documents qu'il apporte;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Être à l'aise dans la présentation et l'utilisation de ces documents comme support de la communication orale.</li> <li><input type="checkbox"/> Prendre du recul et mesurer l'intérêt et les avantages personnels et professionnels qu'il a tirés de ses recherches, enquêtes et contacts avec les entreprises.</li> </ul>



## Bibliographie indicative spécifique

Building Entrepreneurial Ecosystems Conducive to Student Entrepreneurship: New Challenges for Universities - Mireille Matt  
Entrepreneurial Ecosystems: Place-Based Transformations and Transitions - [Allan O'Connor](#)  
Entrepreneurial Ecosystem: Perspectives from Emerging Economies- [Mathew J Manimala](#)

## Webographie

[L'écosystème entrepreneurial à Bordeaux Métropole](#)  
[Entrepreneurship ecosystem - Wikipedia](#)  
[Entrepreneurial Ecosystems](#)  
[Entrepreneurial Ecosystems - OECD.org](#)  
[Entrepreneurial Ecosystems: Research, Policy and Practice ...](#)

## **11. Cours 5 : La Responsabilité Sociale des Entreprises**

### ***Objectif***

L'objectif de la formation est de former des professionnels capables de mettre en œuvre une approche de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) allant de l'identification des problèmes à l'élaboration d'un plan d'action, en passant par la rédaction d'un rapport RSE

### ***Grille de présentation du Syllabus***

Six unités d'acquis d'apprentissage (3 unités pour 2 blocs de compétence)

Durée de la formation : 35h - 60h de charge de travail

2 crédits d'apprentissage EQF niveau V

Bloc de compétences A : 1 crédits/ 17h – Comprendre la RSE

Bloc de compétences B : 1 crédits/ 18h – Mettre en œuvre une stratégie RSE

## Acquis d'apprentissage

### Action 1: Comprendre la RSE : enjeux, définition, cadre réglementaire

Action	Tâches – Unités d'acquis d'apprentissage	Compétence – Compétences requises	Skills - capacités	Knowledge - Savoir	Limites de connaissance
A1 – Bases de la RSE	T1 – Développement durable et RSE	<p>C1 - Connaître les fondements théoriques du développement durable et de la RSE</p> <p>C2 – Analyser les actions et pratiques RSE des entreprises</p>	<p>C1 Identifier les problèmes de durabilité et de responsabilité sociale</p> <p>C2 Comprendre la transversalité de la RSE pour la mettre en œuvre dans une entreprise</p> <p>C3 Analyser les pratiques de RSE à travers des informations professionnelles et académiques</p> <p>C4 - Comprendre les nouveaux modèles économiques (économie de fonctionnalité, économie circulaire, économie sociale et solidaire)</p>	<p>S1 – Les enjeux du développement durable et de la RSE</p> <p>S2 Cadre théorique de la RSE</p> <p>S3 – Actions et pratiques RSE des entreprises</p>	<p>Genèse du développement durable</p> <p>Approche conceptuelle du développement durable (forte/faible durabilité)</p> <p>Management stratégique et développement durable</p> <p>Évaluation des performances économiques, environnementales, sociales</p>
	T2 – Institutionnalisation de la RSE et norme ISO 26000	C1- Mobiliser les instruments juridiques et normatifs	<p>C1 - Identifier les principes directeurs de la RSE</p> <p>C2 - Organiser une veille juridique contextualisée pour la RSE</p> <p>C3 - Réglementations européennes et nationales appropriées</p> <p>C4 - Identifier les normes, les certifications, les labels pour une approche RSE</p> <p>C5 - Décrire les principes et</p>	<p>S1 – International Conventions and Recommendations, Global Compact</p> <p>S2 – European and national legal framework</p> <p>S3 – CST standards Certifications and labels</p>	<p>Appropriation des textes de lois</p> <p>Mise en œuvre des normes dans l'entreprise</p>

			les lignes directrices des normes ISO 26000		
	T3 – Reporting RSE et notation extra-financière	C1 Maîtriser les outils de reporting extra-financier  C2 – Comprendre les enjeux de la notation extra-financière	C1 S'approprier le référentiel Global Reporting Initiative (GRI)  C2 - Analyser les tableaux de bord, statistiques et documents de suivi des résultats  C3 - Identifier les enjeux de la notation extra-financière	S1 – Référentiels de reporting extra financier  S2 – Indicateurs RSE  S3 – Notation extra-financière	Méthodes de notation financière  Détermination d'indicateurs RSE

Conditions de réalisation / « on donne » / Ressources pour produire les résultats Contexte	Critères d'évaluation / Critères de performance/ « on attend » / Résultats attendus/
<p><b>Contexte pédagogique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 17 h d'enseignement</li> <li>- Mise à disposition de ressources matérielles (salle de cours, salle de sociabilité, mobilier de bureau, vidéo projecteur)</li> <li>- Supports pédagogiques : plan et résumé des enseignements, power point en appui de cours</li> <li>- Alternance de travaux de groupes et de travaux individuels</li> </ul> <p><b>Contexte informationnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cours en ligne</li> <li>- Textes réglementaires</li> <li>- Bibliographie des articles scientifiques, revues professionnelles et sites de référence</li> </ul> <p><b>Contexte technologique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès au réseau internet</li> <li>- Logiciels de bureautique</li> <li>- Outils de communication : logiciel de messagerie, navigateur</li> </ul> <p><b>Contexte managérial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alternance de cours académiques, travaux collectifs</li> </ul> <p><b>Contexte relationnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relations avec des entreprises</li> <li>- - Conférence/débat avec un responsable RSE d'entreprises ou extraits de vidéos de responsables d'entreprises</li> </ul>	<p><b>Critères d'évaluation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</li> <li>- Travail de l'apprenant : assiduité ; réalisation d'exposés (oraux et écrits) ; recherche et analyse documentaire</li> <li>- <i>Indicateurs : Note aux contrôles continus des connaissances</i></li> </ul> <p><b>Critères de performance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacité de travail</li> <li>- Capacité de synthèse</li> <li>- Capacité d'analyse critique</li> </ul> <p><b>« On attend »</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivation</li> <li>- Esprit d'équipe</li> <li>- Méthode et rigueur</li> </ul> <p><b>Résultats attendus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtention des 2 crédits</li> <li>- Satisfaction des apprenants (utilisation d'un questionnaire évaluatif) - <i>Indicateur : degré de satisfaction des apprenants (Très satisfait- Moyennement satisfait – Non satisfait)</i></li> <li>- Intégration dans le monde économique. <i>Indicateur : suivi des apprenants à 3 mois, 6 mois, 1 an après la formation</i></li> <li>-</li> </ul>

## Référentiel de certification

### Action 2 – Bases de la RSE

Tâches	Savoirs (S), Compétences (C), Capacités évaluées (C)	Méthode d'évaluation	Critère d'évaluation
<b>T1 – Développement durable et RSE</b>	<p>Savoirs: S1 – Le développement durable et les enjeux de la RSE S2 - Cadre théorique de la RSE S3 – Actions et pratiques RSE des entreprises</p> <p><u>Compétences</u> :</p> <p>C1 - Connaître les fondements théoriques du développement durable et de la RSE C2 – Analyser les actions et pratiques RSE des entreprises</p> <p><u>Capacités</u> :</p> <p>C1- Identifier les enjeux de durabilité et de responsabilité sociétale C2 - Comprendre la transversalité de la RSE pour l'appliquer dans une entreprise C3 - Analyser des pratiques RSE au travers de l'information professionnelle et académique C4 - Appréhender les nouveaux modèles économiques</p>	<p>Contrôle continu de connaissances par des notes de synthèse et des questions de cours (méthodes au choix du formateur) : 20% de la note globale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</li> <li>- Travail de l'apprenant : assiduité ; recherche et analyse documentaire ; réalisation de notes de synthèse ;</li> <li>- Capacité d'analyse et de synthèse de documents audio, vidéo, revues de presse spécialisées, articles scientifiques</li> </ul>

<p><b>T2 – Institutionnalisation de la RSE et norme ISO 26000</b></p>	<p><u>Connaissances :</u> S1 – Conventions et recommandations internationales, Global compact S2 – Cadre juridique européen et national S3 – Normes, certifications et labels RSE</p> <p><u>Compétences :</u> C1- Mobiliser les instruments juridiques et normatifs</p> <p><u>Capacités :</u> C1 - Identifier les principes directeurs de la RSE C2 - Organiser une veille juridique contextualisée à la RSE C3 - S'appropriier les réglementations européennes et nationales C4 - Identifier les normes, certifications, labels pour une démarche RSE C5 - Décrire les principes et lignes directrices de la norme ISO26000</p>	<p>Contrôle continu de connaissances par des questions de cours (méthodes au choix du formateur) : 15% de la note globale</p>	<p>- Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés - Travail de l'apprenant : assiduité ; recherche et analyse documentaire</p>
<p><b>T3 CSR reporting and extra-financial rating</b></p>	<p><u>Connaissances :</u> S1 – Référentiels de reporting extra-financier S2 – Indicateurs RSE S3 – Notation extra-financière</p> <p><u>Compétences :</u> C1 - Maitriser les outils de reporting extra-financier C2 – Appréhender les enjeux de la notation extra-financière</p>	<p>Contrôle continu de connaissances par des questions de cours (méthodes au choix du formateur) : 15% de la note globale</p>	<p>- Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés - Travail de l'apprenant : assiduité ; recherche et analyse documentaire</p>

	<p><u>Capacités :</u> C1 - S'approprier le référentiel Global Reporting Initiative (GRI) C2 - Analyser les tableaux de bord, statistiques et documents de suivi des résultats C3 - Identifier les enjeux de la notation extra-financière</p>		
--	--	--	--



### Action 3 – Mettre en œuvre une démarche RSE : cas pratiques

Action	Tâches – Clusters of Learning Outcomes (L.O.)	Compétence - Compétences	Skills – Capacités	Knowledge - Savoir	Limites de connaissances
<b>A1 – Mise en œuvre d'une démarche RSE</b> <i>- Difficulté : niveau III</i> <i>- 2 crédits d'apprentissage</i>	T1 – Stratégie RSE	C1 – Définir une stratégie RSE  C2 – Maîtriser les techniques de gestion de projet, les opportunités et les risques liés au projet RSE	C1 - Présenter et expliquer la portée, les objectifs, les enjeux et les risques d'une stratégie RSE  C2 Analyser un diagnostic RSE  C3 - Définir des orientations stratégiques en accord avec les conventions et recommandations internationales et en tenant compte des besoins / contraintes (juridiques, économiques ou sociales) de l'entreprise	S1 – Management stratégique  S2 – Technique de réalisation d'un projet RSE (diagnostic, enjeux, stratégie, plan d'action, évaluation)	Cas fictifs / non-immersion dans l'entreprise  Contrôle partiel d'une approche de projet RSE
	T2 – Plan d'actions RSE	C1 – Développer un programme d'actions à mettre en oeuvre  C2 – Fédérer les parties prenantes autour d'une stratégie RSE  C3 – Faciliter une approche RSE	C1 - Déclinaison de la stratégie en plan d'action dans les trois dimensions de la RSE (environnement, économique, social)  C2 Rédiger des fiches actions (objectifs, initiatives, indicateurs de réalisation / résultats)  C3 - Identifier la sphère d'influence de l'entreprise et de ses parties prenantes  C4 -Communiquer et collaborer avec les parties prenantes (attentes, propositions)  C5 Mobiliser en interne	S1 – Comment construire un plan d'action RSE	Cas fictifs / non-immersion dans l'entreprise  Contrôle partiel de l'élaboration d'un programme d'actions

			(appropriation des problématiques RSE) C6 Construire des médias et des outils de communication Adapté		
	T3 – Pilotage de la démarche	C1 – Appliquer les méthodes de reporting RSE  C2 – Mettre en œuvre un outil de pilotage pour assurer une surveillance et une amélioration continue des performances RSE	C1 - Rédiger et argumenter un rapport au regard des référentiels RSE  C2 – Construire un tableau de bord d'indicateurs RSE contextualisé	S1 – Référentiels de Reporting RSE (global compact, GRI)  S2- Indicateurs RSE	Cas fictifs/ non immersion dans l'entreprise  Maîtrise partielle des outils de pilotage

Contexte	Critère d'évaluation
<p><b>Contexte pédagogique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 18 h d'enseignement</li> <li>- Mise à disposition de ressources matérielles (salle de cours, salle de sociabilité, mobilier de bureau, vidéo projecteur)</li> <li>- Supports pédagogiques : plan et résumé des enseignements, power point en appui de cours</li> <li>- Alternance de travaux de groupes et de travaux individuels</li> </ul> <p><b>Contexte informationnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cours en ligne</li> <li>- Textes réglementaire</li> <li>- Bibliographie des articles scientifiques, revues professionnelles et sites de référence</li> </ul> <p><b>Contexte technologique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accès au réseau internet</li> <li>- Logiciels de bureautique</li> <li>- Outils de communication : logiciel de messagerie, navigateur</li> </ul> <p><b>Contexte managérial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alternance de cours académiques, travaux collectifs</li> </ul> <p><b>Contexte relationnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relations avec des entreprises</li> <li>- Conférence/débat avec un responsable RSE d'entreprises ou extraits de vidéos de responsables d'entreprises</li> </ul>	<p><b>Critères d'évaluation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Appropriation du contenu des savoirs identifiés</li> <li>- Travail de l'apprenant : assiduité ; mise en situation pour l'élaboration d'une stratégie RSE ; réalisation d'un dossier sur la mise en œuvre d'une démarche RSE dans une entreprise</li> <li>- <i>Indicateurs : mise en situation (clarté dans la présentation, argumentation, respect des consignes) ; Note de rapport de dossier</i></li> </ul> <p><b>Critères de performance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacité de travail</li> <li>- Capacité de synthèse</li> <li>- Capacité d'analyse critique</li> <li>- Capacité de communication écrite et orale</li> <li>- Force de proposition</li> </ul> <p><b>« On attend »</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Implication</li> <li>- Esprit d'équipe</li> <li>- Méthode et rigueur</li> <li>- Dynamisme</li> </ul> <p><b>Résultats attendus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtention de 2 crédits</li> <li>- Etre opérationnel dans le monde économique</li> <li>- Satisfaction des apprenants (utilisation d'un questionnaire évaluatif). <i>Indicateur : degré de satisfaction des apprenants (Très satisfait- Moyennement satisfait – Non satisfait)</i></li> <li>- Intégration dans le monde économique. <i>Indicateur : suivi des apprenants à 3 mois, 6 mois, 1 an après la formation</i></li> </ul>

## Référentiel de certification

### Action 2 – Mise en place d'une approche RSE

Tasks	Savoirs (S) Compétences (C), Capacités évaluées(C)	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
<b>T1 – Stratégie RSE</b>	<p><u>Connaissances :</u>            S1 – Management stratégique            S2– Technique de conduite d'un projet RSE (diagnostic, enjeux, stratégie, plan d'actions, évaluation)</p> <p><u>Compétences :</u>            C1 – Définir une stratégie RSE            C2 – Maîtriser les techniques de conduite de projet, les opportunités et les risques liés au projet RSE</p> <p><u>Capacités :</u>            C1 - Présenter et expliquer le périmètre, les objectifs, les enjeux, les risques d'une stratégie RSE            C2 - Analyser un diagnostic RSE            C3 - Enoncer des orientations stratégiques en respectant les conventions et recommandations internationales et en tenant compte des besoins/ contraintes de l'entreprise</p>	<p>Contrôle continue des connaissances (15% de la note globale):</p> <p>Situation de jeu de rôle pour l'élaboration d'une stratégie RSE</p>	<p>- Mise en situation : respect des consignes (temps, objectifs...), clarté dans la présentation, argumentation</p> <p>- Capacité de l'apprenant à utiliser ses acquis académiques pour élaborer une stratégie</p> <p>- Compétences relationnelles de l'apprenant</p>
<b>T2 – Plan d'actions RSE</b>	<p>Savoirs:            S1 – Comment construire un plan d'action RSE</p> <p>Compétences:            C1 – Développer un programme d'action à mettre en oeuvre</p> <p>C2 – Fédérer les parties prenantes autour d'une stratégie RSE</p> <p>C3 – Faciliter l'approche RSE</p> <p>Capacités :            C1 – Décliner la stratégie en plan d'actions selon les 3 dimensions de la RSE (environnement, économique, social)            C2 – Ecrire les fiches actions (objectifs, initiatives, indicateurs de réalisation / résultats)            C3 Identifier la sphère d'influence de l'entreprise et de ses parties prenantes.</p>	<p>Contrôle continu des connaissance (35% de la note globale):</p> <p>- Réalisation d'un dossier sur une entreprise : élaboration d'un programme d'actions ; rédaction d'une fiche action ; réalisation d'un tableau de bord d'indicateurs RSE</p>	<p>Qualité du plan d'actions : pertinence des actions aux regard des objectifs RSE de l'entreprise, cohérence des actions, hiérarchisation des actions/mesures</p> <p>- Qualité de la fiche action : lisibilité d'ensemble, définition et temporalité des sous actions, indicateurs de réalisation/résultats</p> <p>- Qualité du tableau de bord (pertinence des indicateurs, lisibilité, fiabilité, facilité de mise à jour)</p>

	<p>C4 – Communiquer et collaborer avec les parties prenantes (attentes, propositions)  C5 – Mobiliser en interne (appropriation des enjeux RSE)  C6 – Construire des outils de communication appropriés</p>		
<p><b>T3 – Piloter une démarche RSE</b></p>	<p>Savoirs:  S1 – Référentiel de reporting RSE (global compact, GRI)  S2 – Indicateurs RSE</p> <p>Compétences:  C1 – Appliquer les méthodes de reporting RSE  C2 – Mettre en œuvre un outil de pilotage pour assurer une surveillance et une amélioration continue des performances RSE</p> <p>Capacités  C1 - Rédiger et argumenter un rapport au regard des référentiels RSE  C2 – Construire un tableau de bord d’indicateurs RSE contextualisé</p>		

## 12. Cours 6 : Les opportunités en entrepreneuriat social pour les entreprises

### Objectif

L'objectif global de cet ensemble de sujets est de donner aux entrepreneurs une connaissance de l'entrepreneuriat social en tant que concept qui a récemment gagné en popularité grâce à ses façons novatrices de faire des affaires. Les étudiants acquerront des connaissances sur ce qu'est l'entrepreneuriat social, sur le modèle économique de l'entrepreneuriat social et sur les formes d'entreprises sociales. Les étudiants acquerront des compétences pour décrire les entreprises sociales en Europe et comparer le modèle de l'économie sociale avec les pays européens et la Chine. Les élèves apprendront le Triple Bottom Line - cadre de comptabilité spéciale.

### Grille du syllabus

4 unités d'acquis d'apprentissage (2 unités pour 2 blocs de compétences)

Durée de la formation: 50h

Activité	Charge de travail
Formation sur la plateforme	30 h
Travail individuel sur le sujet	10 h
Consultations de mentors	5 h
Développement du projet	5 h
<b>TOTAL</b>	<b>50 h</b>
<b>Credit points of learning</b>	<b>2</b>

Bloc de compétence A1 – 1 credit/ 30 h – Le concept d'entrepreneuriat social et le modèle économique de l'entrepreneuriat social

Bloc de compétence A2 – 1 credit/ 20 h – Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées

## ***Action 1: Le concept d'entrepreneuriat social et le modèle économique d'entrepreneuriat social***

### Objectifs:

- Définir les concepts d'entrepreneuriat social, d'économie sociale et du « Triple Bottom Line »
- Expliquer les différences entre entrepreneuriat social, responsabilité sociale des entreprises et philanthropie.
- Donner des exemples de différents modèles économiques d'entrepreneuriat social.
- Interpréter différents contextes d'entrepreneuriat social
- Résumer le processus de Brook en entrepreneuriat social.

### Acquis d'apprentissage:

Tâches	Compétences	Capacités	Savoir
<b>T1. Qu'est ce que l'entrepreneuriat social ?</b>	C1- Connaissance des hypothèses de base de l'économie sociale C2. Comprendre les différentes définitions de l'entrepreneuriat social en Europe C3. Connaissance des concepts de base du management des personnes dans l'organisation de l'entreprise sociale	C1. Décrivez l'essence et expliquez le mécanisme de fonctionnement des entreprises sociales  C2. Points de vue actuels sur les problèmes de l'économie sociale  C3. Expliquer la différence entre entrepreneuriat social, Responsabilité Sociétale des Entreprises et philanthropie  C4 Définir le concept de Triple Bottom Line	
<b>T2. L'importance grandissante de l'entrepreneuriat social.</b>	C1. Reconnaître les facteurs qui expliquent la croissance de l'entrepreneuriat social  C2. Comprendre le concept de Responsabilité Sociétale des Entreprises	C1. Analyser un problème social spécifique dans l'environnement local: et proposer une activation au sein de l'économie sociale  C2. Anticiper les effets sociaux multidirectionnels de l'entrepreneuriat social	S1. Indiquer l'importance du renforcement du capital humain pour le développement local  S2. Fonction et développement de l'économie sociale.
<b>T3. Les différents contextes d'entrepreneuriat social</b>	C1. Savoir quels sont les types d'entreprises sociales et quels groupes cibles peuvent être embauchés dans des entreprises sociales	C1. Expliquer la différence entre entrepreneuriat social, Responsabilité Sociétale des Entreprises et philanthropie. C2. Donner des exemples de différents modèles économiques d'entrepreneuriat social.	S1 Initiation et organisation de la vie sociale et économique dans la région

<b>T4.L'entrepreneuriat social en Europe</b>	<p>C1. Reconnaître les définitions de l'économie sociale, des entités de l'économie sociale et de l'entrepreneuriat social développées par le Réseau thématique de l'économie sociale (TESSEA) et approuvées par la Commission européenne.</p> <p>C2. Comprendre et décrire le mécanisme de développement des entreprises d'économie sociale dans leur propre pays ainsi que dans d'autres pays de l'UE et hors UE</p>	<p>C1. Comparer les activités d'économie sociale dans les pays européens et en Chine.</p> <p>C2. Définir le champs d'activité des entreprises sociales en UE.</p> <p>C3. Expliquer deux approches efficaces d'expansion de l'économie sociale.</p>	<p>.S1. Franchise sociale S2. Transférer et adapter des solutions éprouvées</p>
<b>T5. Challenges pour l'entrepreneuriat social</b>	<p>C1. Reconnaître les problèmes sociaux importants qui sont dans le champ d'intérêt de l'économie sociale.</p>	<p>C1. Peut utiliser les connaissances acquises pour interpréter les phénomènes sociaux et indiquer les moyens de résoudre les problèmes socio-économiques des personnes exclues, sans emploi et marginalisées.</p> <p>C2. Démontrer des défis pour différents modèles économiques de l'économie sociale</p>	<p>S1. capacité de rechercher indépendamment des connaissances et de s'efforcer de les élargir et de travailler en groupe</p>

<b>Ressources Contexte</b>	<b>Evaluation</b>
<p>Contexte pédagogiques: 30h d'enseignement; Méthodologie d'approche pratique; Outils d'enseignement: présentation PowerPoint, résumé des leçons;</p> <p>Contexte managerial Travail individuel sur la plate forme; , travail de groupe</p> <p>Contexte informationnel: Cours en ligne; Bibliographie développée par Syntea</p>	<p>Critères d'évaluation: - Évaluation des connaissances par des questions de cours</p> <p>Critères de performances Les apprenants répondent aux questions correctement. Les apprenants développent des projets d'entrepreneuriat social</p> <p>Résultats attendus: Obtention d'un crédit Délivrance d'un certificat de connaissance</p>



## ***Action 2: Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées***

### ***Objectifs:***

- Identifier les besoins sociaux et environnementaux;
- Expliquer comment les besoins sociaux et environnementaux peuvent être satisfaits avec l'utilisation de l'économie sociale.
- Capacité à comprendre que la création de valeurs partagées a un impact positif sur la performance de l'entreprise;

### **Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées**

<b>T1. Souligner l'importance de l'économie sociale en ce qui concerne les services d'intérêt général</b>	C1. Connaissance des relations de base entre les organisations de l'économie sociale et les autres institutions qui créent leur environnement à l'échelle nationale et internationale	S1. Expliquer de manière critique comment les besoins sociaux et environnementaux peuvent être satisfaits avec l'utilisation de l'économie sociale
<b>T2. Moyens clés pour que les entreprises puissent créer des opportunités de valeur partagée</b>	C1. Définir des moyens pour créer des valeurs partagées.	S1. Justifier que la création de valeurs partagées a un impact positif sur la performance de l'entreprise

Ressources Contexte	Evaluation
<p>Contexte pédagogique: 20h d'enseignement; Méthodologie d'approche pratique Outil d'enseignement: présentation PowerPoint, résumé des leçons</p> <p>Contexte managerial: Travail individuel sur la plate forme; mentor disponible en ligne, travail en groupe</p> <p>Contexte informationnel: Course en ligne; Bibliographie développée par Syntea</p>	<p>Critère d'évaluation: - Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</p> <p>Critère de performance - Les apprenants répondent aux questions correctement - Les apprenants développent un projet d'entrepreneuriat social</p> <p>Résultats attendus - Obtention d'un crédit - Obtention d'un certificat de connaissance</p>

### References

English and Polish sources:

1. Akhmetshin, R. and Gayazova, E. (2017). About the Features of Perception of Social Entrepreneurship in the World. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(4), 655-664.
2. Bjärsholm, D. (2017). Sport and Social Entrepreneurship: A Review of a Concept in Progress. *Journal of Sport Management*, 31(2), pp.191 -206.
3. Britton, J., Liger, Q. and Stefan, M. (2016). *Social Economy*. Brussels: European Parliament, Policy Department A: Economic and Scientific Policy. Available from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL\\_STU\(2016\)578969\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU(2016)578969_EN.pdf) [Accessed 27<sup>th</sup> February 2018].
4. Brooks, A. (2009). *Social entrepreneurship*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
5. Caisl, J. et al. (2014). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report: Czech Republic. European Commission.
6. CHORUM. (2014). La législation relatif a l'économie sociale et solidaire. Analyse comparé France-Europe. Chorum.
7. Chandra, Y. and Wong, L. (2016). *Social Entrepreneurship in the Greater China Region: Policy and Cases*. Routledge. Available from [https://books.google.co.uk/books?id=kRfeCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.uk/books?id=kRfeCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) [Accessed 19<sup>th</sup> February 2018].
8. Crescendo and Muflon. (2008). *Social Enterprises: Italian and Polish Experience*. Transnational Cooperation for Social Enterprises Development. Available from <http://www.sens.rs/en/social-entrepreneurship/publications/165-social-enterprisesitalian-and-polish-experiences> [Accessed 3<sup>rd</sup> December 2017].

9. Dave, R. and Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. Business Review. Available from [https://www.researchgate.net/profile/Christine\\_Woods/publication/242320433\\_Changing\\_the\\_World\\_on\\_a\\_Shoestring\\_The\\_Concept\\_of\\_Social\\_Entrepreneurship/links/0c96052afbd9a7929d000000/Changing-the-World-on-a-Shoestring-The-Conceptof-Social-Entrepreneurship.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Christine_Woods/publication/242320433_Changing_the_World_on_a_Shoestring_The_Concept_of_Social_Entrepreneurship/links/0c96052afbd9a7929d000000/Changing-the-World-on-a-Shoestring-The-Conceptof-Social-Entrepreneurship.pdf) [Accessed 31st January 2018].
10. Department for Business Innovation & Skills (2011). A guide to legal forms for social enterprise. Gov.uk. Available from [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf) [Accessed 5th December 2017].
11. Dicken, P. (2015). Global Shift. 7th ed. London: SAGE.
12. Educação para Sustentabilidade. (2011). The Triple Bottom Line. Educação para Sustentabilidade. Available from <http://blog.pucsp.br/educasustentabilidade/2011/08/06/the-triple-bottom-line/> [Accessed 1st February 2018].
13. Ekonomiaspoleczna.pl. (2009). The Emaus Association. Ekonomiaspoleczna.pl. Available from <http://lublin.ngo.pl/x/440114?ci=komentarze&did=983879&state=am> [Accessed 1st March 2018].
14. Euricse. (2013). Social Economy and Social Entrepreneurship. Social Europe guide / Volume 4. Available from <http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/03/social-economy-guide.pdf> [Accessed 3rd February 2018].
15. Fraisse, L. et al. (2016). Social enterprise in France: At the Crossroads of the Social Economy, Solidarity Economy and Social Entrepreneurship? International Comparative Social Enterprise Models. Available from <https://www.iapsocent.be/sites/default/files/France%20-%20Fraisse%20et%20al.pdf> [Accessed 1st March 2018].
16. Gomez, E. (2016). 10 Social Enterprise Examples and the 7 Principles That Guide Them. Conscious Connection Magazine. Available from <https://www.consciousconnectionmagazine.com/2016/02/social-enterpriseexamples-and-principles/> [Accessed 18th January 2018].
17. Gosling, P. (2011). Social co-operatives in Italy: Lessons for the UK. SEL for cooperative solutions. Available from <http://socialeconomyaz.org/wpcontent/uploads/2011/06/SocialCooperativesInItaly.pdf> [Accessed 9th February 2018].
18. Gov.uk. (2013). Case study: Bristol Together. Gov.uk. Available from <https://www.gov.uk/government/case-studies/bristol-together> [Accessed 28th February 2018].
19. Hazard, N. (2013). Can French social enterprise succeed globally? The Guardian. Available from <https://www.theguardian.com/social-enterprisenetwork/2013/feb/19/french-social-enterprise-succeed-globally> [Accessed 27th February 2018].
20. Helmsing, A. (2015). Conditions for Social Entrepreneurship. International Journal of Social Quality, 5 (1), 51-66.
21. Inside Philanthropy. (2017). Warren Buffet. Inside Philanthropy. Who's Funding What, and Why. Available from <https://www.insidephilanthropy.com/wall-streetdonors/warren-buffett.html> [Accessed 04th February 2018].
22. Ioan, A., Mair, J. and Wolf, M. (2017). Study Finds that German Social Enterprises Lead in Collaboration and Innovation. Tbd. Available from <https://www.tbd.community/en/s/uk> [Accessed 28th February 2018].

23. Kickul, J. and Lyons, T. (2016). Understanding Social Entrepreneurship. London: Taylor and Francis. Available from <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=4Ra4CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT14&dq=The+concept+of+social+entrepreneurship+is+growing+rapidly+and+attracting+increasing+attention+from+many+sectors+kickul+and+lyons&ots=MgcwrNU75m&sig=IucKwiq0dIbRVSnp2FzDav5JPQw#v=onepage&q&f=false> [Accessed 3rd December 2017].
24. Kramer, M. and Porter, M. (2011). Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review. Available from <https://myhbp.org/leadingedge/d/cla?c=24811&i=25967&cs=e3c4e5ddc7e9cb91d18872a098ee63b6> [Accessed 04th February 2018].
25. Krige, K. (2016). The future is social entrepreneurship. YouTube. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=mx9MEuxoWn0&t=163s> [Accessed 18th January 2018].
26. Kuratko, D. (2015). Entrepreneurship: Theory, Process and Practice, 10th ed. The United States of America: Cengage Learning. Available from <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=6v9UCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=In+general,+entrepreneurship+can+be+defined+as+establishing+and+managing+a+business+for+the+principal+purposes+of+profit+and+growth++&ots=f65fAm9HJc&sig=zOYBaiZBxW5UpaLS3u7iC6tadLw#v=onepage&q&f=false> [Accessed 3<sup>rd</sup> December 2017].
27. Neate, R. (2017). Bill Gates gives \$4.6bn to charity in biggest donation since 2000. The Guardian. Available from <https://www.theguardian.com/technology/2017/aug/15/bill-gatescharity-donation-microsoft-shares-foundation> [Accessed 09th February 2017].
28. Noya, A. (2006). Emerging models of social entrepreneurship: possible paths for social enterprise development in Central East and South East Europe. OECD. Available from <http://www.oecd.org/cfe/leed/37508561.pdf> [Accessed 24th January 2018].
29. OECD. (2010). Social Entrepreneurship and Social Innovation. SMEs, Entrepreneurship and Innovation. Available from [http://ec.europa.eu/internal\\_market/social\\_business/docs/conference/oecd\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/conference/oecd_en.pdf) [Accessed 1st February 2018].
30. Porter, M. (2013). The case for letting business solve social problems. TED. Available from [https://www.ted.com/talks/michael\\_porter\\_why\\_business\\_can\\_be\\_good\\_at\\_solving\\_social\\_problems](https://www.ted.com/talks/michael_porter_why_business_can_be_good_at_solving_social_problems) [Accessed 5th December 2017].
33. Praszquier, R. et al. (2014). Social Enterprise, Social Innovation and Social Entrepreneurship in Poland: A National Report. EFESIIS. Available from <http://www.fp7-efeseiis.eu/national-report-poland/> [Accessed 03rd February 2018].
34. Roberts, D. and Woods, C. (2005). Changing the world on shoestring: The concept of social entrepreneurship. University of Auckland Business Review. Available from [http://www.thebookshelf.auckland.ac.nz/docs/UABusReview/2005\\_07\\_i01-05-asd.pdf](http://www.thebookshelf.auckland.ac.nz/docs/UABusReview/2005_07_i01-05-asd.pdf) [Accessed 3rd December 2017].
36. Scaife, W. (2008). Venturing into Venture Philanthropy: Is More Sustainable Health and Medical Research Funding Possible Through Venture Philanthropy and Social Entrepreneurship?. Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, 20(2), pp.245-260.

### 13. Les résultats

L'ensemble articulé d'enseignements, d'activités, de connaissances et de compétences résulte de la conception du programme E.S.E.

### 14. Références utilisées

#### Littérature

1. Gavrielidou K. (2014). Youth Entrepreneurship: A catalyst for job creation. <https://www.oneyoungworld.com/blog/youth-entrepreneurship-catalyst-job-creation> Reached: 18.5.2018
2. Kelly, A.V. (2009). The Curriculum: theory and practice (6th ed.). ISBN 9781847872746.
3. Wiles, Jon (2008). Leading Curriculum Development. p. 2. ISBN 9781412961417.
4. Slattery, J.M.; Carlson, J.F. (2005). "Preparing an effective syllabus: current best practices". *College Teaching*. 54 (4): 159–164. doi:10.3200/CTCH.53.4.159-164.
- 1.5. Entrepreneurship in vocational education and training (2008) European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry. Brussels.