

# Business games et challenges d'entreprises

## Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

## Présentation

### DÉROULÉ

1.

- Présentation du parcours de chaque étudiant inclus projets et ambitions professionnelles.
- Travail de groupe sur l'analyse de la marque «Burberry» : Stratégies de marque ? Challenges relevés : lesquels et pourquoi ? Les enjeux à venir ? Quelles solutions.
- Chaque groupe doit réaliser une analyse en utilisant les outils à disposition ( google, connaissances, expériences personnelles ). Temps limité. Présentation power-point à réaliser avec soutenance orale à fin de la session. Le travail d'équipe, sur un temps court avec contraintes fait partie aussi de la «notation».

2.

- Débrief sur l'étude de cas «Burberry ». Ce qu'il faut en retenir.
- Mise en situation : chacun doit identifier une problématique vécue (job d'étudiants, stages...) ou autre problématique de son choix, la formaliser par écrit et structurer un plan d'actions réaliste : entreprise et environnement, problématiques, analyse...
- Rappel des fondamentaux et des méthodes d'analyse à suivre pour effectuer cet exercice. Comment s'organiser pour gérer son temps de manière optimale.

-Mise en perspective des outils d'analyse ( étude de marché, SWOT, PESTEL, BCG, Business Model, Persona, Marketing mix ... ). Objectif revoir et utiliser les fondamentaux sur un cas concret, leur montrer que tout ce qu'ils apprennent, vivent ...peut leur servir au quotidien.

3.

- Chaque étudiant présente son sujet et son plan au groupe.
- Support ppt+ oral.
- Débrief de chaque présentation avec conseils à visée générale (tout est pris en compte : forme + fond + attitude).
- Remise en perspective des sujets dans le contexte actuel : que connaissent-ils des entreprises choisies ? Y-a-t-il une actualité ? Un contexte à considérer ? Quoi / Pourquoi ? (étudiant.e concerné.e+ les autres).

4.

- Présentation des sujets – déroulé de la partie 1 (hors plan d'actions).
- Débrief de chaque sujet et focus sur les notions fondamentales / outils (Persona, SWOT....).
- Nota bene : les pptme sont envoyés à l'avance par mail.

5.

- Comment structurer sa/ses solutions au sein d'un plan d'actions réaliste et fonctionnel.
- Exemple de plan d'actions.
- Les Do & Don't du plan d'actions en entreprise.
- Session de travail sur les plans d'actions de chaque sujet.

6.

- Présentation finale ( partie 2 ) -focus sur le plan d'actions.

Nota bene :

- Les présentations sont envoyées à l'avance – au plus tard la veille du cours.
- Le fond, la forme ainsi que l'attitude sont pris en compte dans la note finale.
- La participation de l'étudiant.e pendant les cours pondère la notation.

## Objectifs

---

1. Maîtriser les fondamentaux de l'analyse stratégique (méthodes & outils ) en vue d'apporter des solutions concrètes et réalistes aux challenges quotidiens d'une entreprise / organisation.
2. appréhender les skills indispensables du manager «problem solver»
3. faire de son parcours d'expérience un «terrain de jeu » pour devenir un «game changer» force de proposition & de plans d'actions efficaces car alignés avec les réalités de l'entreprise.

## Contact(s)

### > Valerie Bazillou

Responsable pédagogique  
bazillov@parisnanterre.fr