

L2 MS S4 - Appréhender le différents domaines de gestion FMS 403BM
Champ d'enseignement (cochez le/les champ(s) d'enseignement relatif à l'enseignement)

CMP	SHS	PHY	BMC	APS	OUT	LAN	APA	ENS	MNG	ERG
									X	

Année et semestre d'étude (cochez l'année et le semestre relatifs à l'enseignement)

Licence 1 TC		Licence 2 TC	Licence 2 EM	Licence 3 EM PCL		Licence 3 EM PE		Licence 3 APAS			Licence 3 ESPM			Licence 3 MS			Licence 3 GDOSSL	
S1	S2	S3	S4	S5	S6	S5	S6	S4	S5	S6	S4	S5	S6	S4	S5	S6	S5	S6
														X				

Nature et volume du cours (renseignez le nombre d'heures ou de semaines de stage relatifs à l'enseignement)

Cours magistral (CM)	Travaux dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Pédagogie Active	Stage
10 h	h	h	15 h	semaines

Objectifs de l'enseignement (précisez en quelques lignes les notions abordées, les connaissances et/ou compétences visées par l'enseignement)

Familiariser l'étudiant avec la notion d'entreprise, la création de l'entreprise, sa gestion, son développement, les outils mis à disposition de l'entreprise pour minimiser les risques, l'étude marketing.
Mots-clés

Entreprise / Société
Marketing, étude des besoins
Marketing 4P
Stratégie d'entreprise
Marché (offre, demande, environnement)
Concurrence
Opportunités, menaces.

Compétences à aborder.

Compétences marketing notamment au niveau de l'étude des besoins
Etude de marché

Modalités d'évaluations envisagées (CC + SAE) :

SAE finale (100%) en lien avec le module « Elaborer et comprendre les états financiers »

Plan de cours :

Introduction générale

1/ les fondements de la gestion d'entreprise

2/ L'approche marketing

3/ Définir la stratégie marketing de l'entreprise sur son marché

4/ Analyse stratégique des entreprises

5/ Déployer la stratégie des entreprises

Bibliographie indicative :

Initiation à la gestion des entreprises V. Gallego, J. Moutte et J. Reysz
2020

[Presses universitaires de Grenoble](#)