

Descriptif de module 61-51

Domaine : Gestion et Communication - Stratégie
Filière : Informatique de gestion

1. Intitulé de module 2023-2024

Code :
61-51

Niveau :

- Module de base
 Module d'approfondissement
 Module avancé
 Module spécialisé
 Autres :

Type :

- Module principal
 Module lié au module principal
 Module facultatif ou complémentaire
 Autres :

Stratégie

Type de formation :

- Bachelor Master MAS DAS CAS Autres :

Caractéristique :

- Module dont l'échec peut entraîner l'exclusion définitive de la filière selon l'art.15, al.1 des directives cadres "statut des étudiants-e-s"

Organisation temporelle :

- Module sur 1 semestre
 Module sur 2 semestres
 Semestre d'automne
 Semestre de printemps
 Autres :

2. Organisation

Crédits ECTS

5

Langue principale d'enseignement :

- Français Italien
 Allemand Anglais
 Autres :

3. Prérequis

- Avoir validé le module 61-41 Gestion d'entreprise
 Avoir suivi le module 61-32 Leadership et communication de projet
 Pas de prérequis
 Autres :

4. Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage

À la fin du module l'étudiant-e devra :

- Avoir compris la notion de stratégie d'entreprise.
- Connaître des outils de pilotage stratégique.
- Avoir compris les liens et la nécessité d'alignement entre stratégie IT et stratégie d'entreprise.
- Savoir adapter la stratégie de communication à la réalité de l'entreprise.
- Être capable d'assurer la continuité du business.
- Savoir prendre en compte les enjeux liés à la qualité et à durabilité.

5. Objectifs détaillés des enseignements

- Appliquer les notions de stratégie d'entreprise dans un cas pratique.
- Analyser l'environnement d'une entreprise et poser un diagnostic.
- Formuler une démarche stratégique et collecter des données.
- Déterminer des objectifs stratégiques et préparer un plan d'action.
- Etablir l'alignement stratégique des différents domaines d'une entreprise.
- Construire un business modèle.
- Intégrer les nouvelles technologies dans une stratégie.
- Associer les aspects de qualité et de durabilité à une stratégie.

- Déléguer, motiver et accompagner une équipe.

6. Plan et chapitres des cours

Au travers du concept même de stratégie d'entreprise, ce cours permettra de mettre en pratique les principes de l'analyse et de l'intervention stratégique, d'approfondir un certain nombre de points théoriques propres à la stratégie d'entreprise et d'utiliser les outils appropriés dans un cas pratique.

Le cours suivra les chapitres suivants :

- Chapitre 1: Définition de la stratégie d'entreprise.
- Chapitre 2: L'analyse de l'environnement et le diagnostic.
- Chapitre 3: Mener une démarche stratégique et collecter des données.
- Chapitre 4: Le business modèle.
- Chapitre 5: La transformation digitale.
- Chapitre 6 : La durabilité

Durant le semestre des séances de coaching individuel peuvent être proposées.

7. Forme du cours et méthodes pédagogiques

Le cours se donne sur quinze semaines.

Le cours est composé de différentes parties interactives ainsi que d'apports théoriques et méthodologiques. Il tiendra compte d'aspects liés à la communication et à la gestion de projet.

Il traitera de questions et de problématiques liées à stratégie d'entreprise.

Les étudiant-e-s sont invité-e-s à former des groupes de travail et à gérer un projet stratégique d'entreprise du début à la fin du semestre.

8. Modalités d'évaluation et de validation

Acquis : A-E
Remédiation : Fx
Répétition : F

L'évaluation du module se fera en principe de la manière suivante :

Contrôle continu : 50% 1 contrôle continu : présentation d'un dossier écrit sur un projet stratégique d'entreprise en groupe (inclut l'évaluation du travail fourni tout au long du semestre) et présentation orale du dossier.	Examen : 50% Examen oral individuel. Pour passer l'examen final 75% des travaux pratiques du cours doivent être rendus.
---	--