





5 crédits	30.0 h	Q1
-----------	--------	----

Enseignants	Colin Karl ; Hermans Julie ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Thèmes abordés	<p>Les nouvelles technologies, notamment de l'information et des communications, occupent une place prépondérante dans les projets d'entrepreneuriat (création d'activités nouvelles). Deux dynamiques principales sont visées : les technologies au service du projet entrepreneurial ; les technologies au coeur du projet d'entrepreneuriat. Cette unité d'enseignement permet d'en étudier les enjeux et facettes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exploration des dynamiques technologiques dans lesquelles s'insèrent les projets d'entrepreneuriat ; • Exploration des modèles d'affaires centrés sur les NTIC et les nouveaux métiers de l'Internet ; • Outils pour développer une identité numérique d'entreprise et mobiliser les réseaux sociaux ; • Introduction aux techniques d'E-marketing et gestion de l'audience clients ; • Protection de la propriété intellectuelle dans un monde numérique.
Acquis d'apprentissage	<p>Contribution de l'unité d'enseignement au référentiel AA du programme</p> <p>Eu égard au référentiel de compétences du programme de master 120 ingénieur de gestion ou en sciences de gestion de la LSM, cette unité d'enseignement contribue au développement et à l'acquisition des compétences suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Activer et appliquer ses savoirs à bon escient face à un problème (2.4) • Mener un raisonnement analytique clair et structuré ; penser un problème selon une approche systémique et globale ; synthétiser avec discernement les éléments essentiels de la situation ; dégager, sur base de l'analyse et du diagnostic, des solutions implémentables en contexte et identifier des priorités d'action (3.1, 3.3, 3.4 et 3.5) • Réfléchir et faire évoluer les contenus, les processus et les finalités des pratiques professionnelles (4.4) 1 • Exprimer un message de façon claire et structurée ; interagir et dialoguer de façon efficace et respectueuse avec des interlocuteurs variés (8.1 et 8.2) <p>Les Acquis d'Apprentissage au terme de l'unité d'enseignement</p> <p>A la fin de cette unité d'enseignement, les étudiants seront capables de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situer leurs projets dans des marchés et trajectoires technologiques en mutation ; • Explorer et développer des modèles d'affaires centrés sur les NTIC et les nouveaux métiers de l'Internet ; • Développer une identité numérique d'entreprise ; • Mobiliser des techniques d'E-marketing ; • Comprendre les outils de protection de la propriété intellectuelle de l'entreprise. <p>-----</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>

Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>Remarque préliminaire</p> <p>Pour pouvoir valider le cours, les étudiants doivent avoir développé, en groupe-projet de 2 à 4 étudiants, un projet entrepreneurial transversal dont les différentes facettes seront travaillées dans chacun des trois cours de l'option en entrepreneuriat (un seul cours pour les étudiants de la Helha).</p> <p>Evaluation continue</p> <p>Une évaluation continue se fait à travers la rédaction de rapports critiques à rendre après l'intervention de chaque intervenant externe. Il s'agit d'évaluer ce qu'a retenu l'étudiant des témoignages, mais aussi de l'amener à développer une pensée critique à cet égard : « à quoi les outils et concepts présentés peuvent-ils me servir dans mon projet entrepreneurial (projet transversal de la mineure en entrepreneuriat) et ma pratique professionnelle future ».</p> <p>A réaliser individuellement Pondération : 40% de la note</p> <p>Examen en session d'examen (janvier)</p> <p>Les différents thèmes abordés permettant de nourrir la réalisation d'un projet entrepreneurial transversal, la mobilisation des acquis d'apprentissage au sein de ce projet sera évaluée lors de la présentation finale du projet.</p> <p>A réaliser en groupe-projet Pondération : 20% de la note</p> <p>Etude de cas (janvier)</p> <p>Au-delà du projet transversal, l'évaluation finale (40% de la cote du cours) consiste en un travail écrit de recherche et d'analyse d'un cas réel de situation entrepreneuriale où la technologie constitue un enjeu important. Ce travail est évalué tant sur sa forme (structure, orthographe, cohérence d'ensemble) que sur le contenu (problématisation, compréhension des concepts et outils vus au cours, mobilisation adéquate des concepts et outils vus au cours, capacités d'analyse et de recommandations, résultat d'ensemble). Le rapport est à envoyer aux titulaires du cours au plus tard le 1er jour de la session de janvier.</p> <p>A réaliser individuellement Pondération : 40% de la note</p> <p>Modalité de septembre: Soumettre un rapport de réflexion qui présente les pistes d'amélioration du projet transversal quant à ses aspects technologiques et, le cas échéant (non réussite de l'étude de cas), soumettre une nouvelle version de l'analyse du cas réel.</p> <p>A réaliser individuellement</p>
Méthodes d'enseignement	<p>Cette unité d'enseignement se donne en présentiel et alterne :</p> <ul style="list-style-type: none"> • exercices et ateliers, y compris travail en équipe sur un projet d'entrepreneuriat transversal à la mineure en entrepreneuriat (applications), • séances ex cathedra (notions théoriques), • exposés réalisés par des professionnels en tant qu'intervenants externes (découvertes). <p>L'accent est mis sur l'interaction entre les étudiants au sein de leur groupe et entre groupes, au travers du développement de leur projet transversal (groupe de 2 à 4 étudiants).</p>
Contenu	<p>Cette unité d'enseignement ambitionne d'outiller les étudiants qui se destinent à l'entrepreneuriat ou à l'intrapreneuriat pour que les nouvelles technologies, notamment de l'information et des communications puissent être au service, voire au cœur de leurs projets.</p>
Bibliographie	<p>Support de cours : Slides de cours et portfolio de lectures</p> <p>Références bibliographiques recommandées, lectures conseillées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Commission Européenne (2015), Rapport sur « La transformation digitale des entreprises et industries européennes » (voir http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8189&lang=fr) • Rissoan R. (2016) Réseaux sociaux - Comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication (5e édition) Edition ENI. • Chaffey D., Ellis-Chadwick F., Isaac H., Volle P. Mercanti-Guérin M. (2014) Marketing digital (5e édition) Edition PEARSON.
Faculté ou entité en charge:	CLSM

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en sciences de gestion	GESM2M	5		
Master [120] en ingénieur de gestion	INGE2M	5		
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5		
Master [120] en ingénieur de gestion	INGM2M	5		
Master [120] en communication	COMM2M	5		