

Reporting, Performance et ROI

Code matière : 06240761

Diplôme principal : **Diplôme principal : Master2 COMET**

Commercialisation et Marketing dans l'Entreprise en Transition

Autre.s diplôme.s : ***

Semestre **N°4**

Volume horaire :

CM : 21

TD : ***

3 Crédits ECTS

Enseignant.e responsable : **Frédéric BURDY**

Intervenant.e.s

Langue.s d'enseignement : Français

RESUME DU COURS

Ce séminaire propose aux étudiants de travailler sur une étude de cas internationale, complexe et basée sur des situations réelles. L'objectif est de synthétiser et mettre en pratique les connaissances acquises au cours des dernières années académiques.

Grâce à cette **étude de cas transversale**, les étudiants développeront une approche concrète de l'analyse stratégique, de la prise de décision, de l'évaluation multiculturelle, du suivi des données et de l'adaptation aux spécificités de chaque pays.

L'approche couvre l'ensemble du processus stratégique : **du marketing stratégique jusqu'à l'organisation des ventes sur le terrain. Le concept de ROI est présent tout du long du cours.**

Estimation du temps de travail personnel (en dehors des cours) : 15 heures

DIMENSION DE RESPONSABILITE SOCIALE (LE CAS ECHEANT)

CONNAISSANCES ET COMPETENCES CIBLES

Objectifs de connaissances

- Comprendre et appliquer les principaux concepts du management stratégique
- Analyser les environnements micro et macroéconomiques
- Élaborer des stratégies marketing adaptées aux marchés internationaux
- Évaluer et ajuster les stratégies d'entreprise en tenant compte des différentes fonctions (marketing, finance, RH, logistique...)

Compétences visées

- Réaliser un diagnostic stratégique et identifier les capacités clés d'une organisation
- Utiliser les outils d'analyse stratégique aux niveaux corporate et business unit
- Concevoir, mettre en œuvre et ajuster une stratégie globale
- Intégrer différentes fonctions de l'entreprise pour assurer un déploiement stratégique cohérent

MODALITES D'EVALUATION

Note individuelle	Autre(s) notation(s)
Mode d'évaluation : Ecrit / Oral	Interrogation écrite : Oui
Durée : ECRIT 1 HEURE ORAL 20 MINUTES	En groupe : Oui
Nature de l'épreuve : Examen écrit (40%) avec excel (20%) (individuel)	Notation pendant les enseignements : Non
Soutenance orale de 20 min en groupe (40%)	Durée : Nature des Travaux :
Pondération : 60% note 1 (indiv) et 40% note 2 (groupe)	

2 notes dont au moins 1 individuelle (les 2 peuvent être individuelles). Modalités de notation à l'appréciation de l'enseignant : travail personnel ou de groupe sur l'entreprise d'alternance, études de cas, exercices, oraux, travail à partir d'une commande réelle d'une entreprise....

MODALITES PEDAGOGIQUES

Echange ,travail en groupe ,vidéo call de suivi des travaux de groupe)

NATURE DES SUPPORTS

Power point ,excel ,videos

INNOVATIONS PEDAGOGIQUES ET UTILISATION DE TECHNOLOGIES

Non

PRE-REQUIS EN TERMES DE CONNAISSANCES ET COMPETENCES

Prérequis

- Esprit ouvert et capacité à remettre en question certains concepts précédemment appris
- Savoir distinguer les outils pratiques des matrices purement théoriques
- Capacité à travailler en groupe et à évoluer dans un environnement multiculturel

LECTURE(S) CONSEILLEE(S) :

Ouvrages de référence

- Cavusgil, S.T. et al. (2016) *International Business: The New Realities* (4e éd.)
- Johnson, G. et al. (2013) *Exploring Strategy: Text & Case* (10e éd.)
- Lynch, R.L. (2015) *Strategic Management* (7e éd.)
- Kotabe, M. & Helsen, K. (2009) *The Sage Handbook of International Marketing*
- Nayar, V. *Employees First, Customers Second*

Lectures complémentaires

- Kim, W.C. & Mauborgne, R. (2015) *Blue Ocean Strategy – Édition augmentée*
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2013) *Principes de Marketing* (16e éd. internationale)
- Giraud, L. ; Johnson, K. J. ; Autissier, D. *Les 100 schémas du management*, Éditions Eyrolles

RESSOURCE(S) A DISPOSITION :

Tous supports utilisés en cours

PLAN DE COURS

Session 1

intro du cas pulse

Analyse mc kinsey des marchés strat

Analyse pareto des zones concernées

Session 2

ROI

Invest a 4 ans en marketing en fonction des résultats mc kinsey

Projection du ca a 4 ans en fonction des invests et temps de réaction : ROI

Projection des marges A 4 ANS ROI

Session 3

Finalisation présentation

Examen écrit

Défense du cas en classe

Correction et debriefing

BIBLIOGRAPHIE DE BASE

OUVRAGES ET PUBLICATIONS DE REFERENCE :

1. Voir ci dessus