

5C011	Management stratégique et entrepreneuriat								
	Mots clés : <i>start-up, propriété intellectuelle, marketing, management des entreprises, management des ressources humaines</i>								
Responsable, Coordinateur	JABER Maguy, Pr, section 32, laboratoire d'Archéologie Moléculaire et Structurale, UFR de chimie, Université Pierre et Marie Curie								
<i>ECTS</i>	<i>Cours</i>	<i>TD</i>	<i>TP</i>	<i>Tutorat</i>	<i>Ecrit</i>	<i>CC</i>	<i>TP</i>	<i>Oral</i>	<i>Eval. répartie</i>
6	38	10		14	50		50		oui
<i>Descriptif de l'UE</i>									
<p>Cette UE vise à apporter aux étudiants des connaissances dans les domaines opérationnels de la stratégie d'entreprise, se fondant sur une vision synthétique des compétences managériales. Différents aspects sont abordés tels que le fonctionnement de l'entreprise, la gestion, l'innovation, le marketing et le management. Le dernier point se décline en trois parties : le management des ressources humaines, le management stratégique de l'entreprise ainsi que l'entrepreneuriat. La création de start-up et la propriété intellectuelle sont également abordées. L'objectif global est de permettre aux étudiants, chimistes de formation, de s'insérer dans une petite ou grande structure innovante déjà existante, ou d'agir eux-mêmes comme entrepreneurs. Ces thématiques ne sont pas spécifiques de la chimie, mais sont nécessaires, à tout scientifique voulant intégrer l'entreprise.</p>									
<i>Objectifs d'apprentissage</i>									
<p>Les objectifs de cette UE sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mener, seul ou en groupe, une étude scientifique, technique ou de management de la recherche, des informations nécessaires à la présentation des résultats. • Favoriser l'apprentissage par l'action et le développement de l'esprit entrepreneurial en mettant à la disposition des étudiants les outils permettant de mener des projets de création d'entreprises. • Développer chez l'étudiant l'autonomie, les capacités d'analyse et de synthèse, l'aptitude au débat critique, la maîtrise des techniques modernes de communication, les capacités adaptatives et les qualités humaines indispensables au travail de groupe. • Acquérir des compétences techniques fonctionnelles avancées dans les domaines de la gestion en lien avec la stratégie, le marketing, le développement et la conduite de projet. • Formaliser, par domaine d'activité stratégique, des choix de stratégie concurrentielle. Présenter les liens entre plan stratégique et plan marketing. 									
<i>Langue(1)</i>	<i>Cours, TD, TP</i>						<i>Documents</i>	<i>Bibliographie</i>	
Français	60h								