

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE D'ENSEIGNEMENT

BUSINESS MODEL

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT

DOMAINE : SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

CODE : 714005U32D1
CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704
DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 16 juillet 2015,
sur avis conforme du Conseil général**

BUSINESS MODEL

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT

1. FINALITES DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité d'enseignement doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

L'unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ de rédiger un cahier des charges englobant les différents éléments nécessaires au développement d'un Business Model ;
- ◆ d'élaborer un Business Model et un Business plan d'un projet ;
- ◆ d'intégrer des techniques utiles au développement de son projet de fin d'études.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

A partir d'une situation issue de la vie professionnelle mettant en œuvre une problématique de créativité, fournie par le chargé de cours, décrite par des consignes précises,

- ◆ identifier des techniques de créativité adaptées et en préciser les différentes phases ;
- ◆ exploiter une technique de créativité pour en faire émerger des éléments innovants.

2.2. Titre pouvant en tenir lieu

L'attestation de réussite de l'unité d'enseignement "Techniques de créativité", code 714004U32D1.

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

| 3.1. Dénomination du cours | Classement | Code U | Nombre de périodes |
|-----------------------------------|-------------------|---------------|---------------------------|
| Business Model | CT | B | 12 |
| Laboratoire : Business Model | CT | S | 20 |
| 3.2. Part d'autonomie | | P | 8 |
| Total des périodes | | | 40 |

4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable,

face à un projet marketing existant ou à développer,

4.1. Business model

- ◆ de déterminer les segments de clientèle ciblés par le business model ;
- ◆ d'établir les propositions de valeur pour les segments déterminés ;
- ◆ d'identifier les canaux de communication et de distribution ;
- ◆ d'établir la relation-client par type de segments sélectionnés ;
- ◆ de déduire les flux de revenus de l'entreprise ;
- ◆ d'identifier les ressources, les activités et les partenariats clés afin que le modèle économique soit opérationnel ;
- ◆ d'établir la structure des coûts ;
- ◆ de réaliser la matrice du modèle économique en intégrant les phases d'un business model tel que le « Business Model Canvas ».

4.2. Laboratoire : business model

A partir d'une feuille de route fournie par le chargé de cours,

- ◆ d'exploiter des techniques de créativité afin d'élaborer un business model tel que celui du « Business Model Canvas » ;
- ◆ d'établir un plan de financement de son projet ;
- ◆ d'établir différents prototypes du projet sous forme de business model.

5. ACQUIS D'APPRENTISSAGE

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :

à partir d'un projet de développement d'une entreprise nouvelle ou de transformation du modèle économique d'une entreprise existante, avalisé par le chargé de cours, un cahier des charges ayant été préparé par l'étudiant :

- ◆ d'identifier les étapes et les démarches du projet à entreprendre ;
- ◆ d'élaborer des prototypes de son projet sous forme de business model en justifiant ses choix et en intégrant les possibilités de financement.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- ◆ du niveau d'intégration des méthodes d'analyse du business model,
- ◆ de la qualité de l'argumentation,
- ◆ du degré d'autonomie.

6. CHARGE(S) DE COURS

Le chargé de cours sera un enseignant et/ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.