



Ensemble d'instruments pour les formateurs
travaillant avec des groupes d'adultes
créateurs d'entreprises

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu qui reflète uniquement les opinions des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.

Auteurs

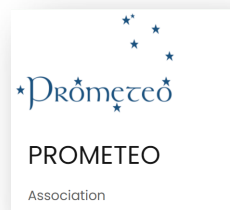
Marius Ignatonis
Rima Baciulyte
Ilona Kojelytė-Čepurnienė
Marijus Vaisėta
Ramune Vadeikytė
Ahmet Okan Yavuz
Ercan KÜÇÜKARSLAN
Céu Branco
Carlo Smaldone Villani
Francesca Pastorino Smaldone Villani
Pierre Troton
Jean-Marc Hetsch

Contenu

Auteurs	2
Contenu	3
I. Introduction	4
II. Questionnaires sur l'entrepreneuriat	7
III. Tâches pour développer les compétences entrepreneuriales	9
III.1. Idée d'entreprise : recherche, évaluation des opportunités et possibilités	9
III.2. Élaboration de plan d'affaires	18
III.3. Création d'une entreprise	26
III.4. Diriger une entreprise : gestion du marketing	33
III.5. Diriger une entreprise : gestion des ventes et des achats	45
III.6. Diriger une entreprise : gestion des ressources humaines	51
III.7. Gérer une entreprise : gestion financière et comptable	59
III.8. Examiner les résultats de l'entreprise	69
Annexes	76
Questionnaire n° 1. Compétences entrepreneuriales	76
Questionnaire n° 2. Intention d'entreprendre	82
Questionnaire n° 3. Évaluation de l'entrepreneuriat	84
Questionnaire n° 4. Attitude entrepreneuriale	87
Ressources utiles	89
conclusion	99

I. Introduction

Ce guide est issu du projet Erasmus+ mis en œuvre par le consortium partenarial suivant :



Ensemble d'instruments pour les formateurs travaillant avec des groupes d'adultes mixtes vise à initier le groupe cible - formateurs en Entreprises d'Entraînement Pédagogique (EEP), organisateurs de stages et enseignants (affaires, marketing, gestion, matières économiques) dans l'EFP ou dans les HEI, l'enseignement général, à la méthode de l'Entreprise d'Entraînement ou Pédagogique (EEP) et à la tâche de modélisation et d'enseignement au sein de leur propre EEP. Ce matériel aidera les formateurs à planifier, organiser et évaluer les compétences entrepreneuriales acquises par les apprenants. Le matériel créé décrit les tâches (Que faire), les approches (Comment faire) et les résultats (Comment acquérir des compétences entrepreneuriales).

Ensemble d'instruments pour les formateurs travaillant avec des groupes d'adultes mixtes fournit :

- Des exemples de questionnaires, qui permettent de découvrir où en est le stagiaire avant sa formation en Entreprise d'Entraînement et où il en sera à la fin de la formation (croissance personnelle).
- Un ensemble d'exemples de tâches (selon les compétences sélectionnées d'ENTRECOMP) et explications comment le faire. Toutes les tâches sont orientées vers l'objectif des apprenants d'acquérir ces compétences. Premièrement, des tâches sont formulées concernant la création d'un environnement d'apprentissage optimal, deuxièmement, motiver directement

l'apprentissage à tirer parti des opportunités d'apprentissage ; et troisièmement, accroître la sensibilisation à l'importance des compétences entrepreneuriales et créer un système de connaissances optimal pour accroître les compétences entrepreneuriales des apprenants.

Les apprenants seront encouragés à voir l'EEP sous trois angles différents :

- en tant qu'apprenants, réfléchir à l'entreprise d'entraînement en tant que lieu d'apprentissage ;
 - en tant qu'employés d'une entreprise appliquant leurs connaissances théoriques dans un environnement professionnel, et
 - en tant que futurs créateurs d'entreprise, étudier la création et la maintenance d'une telle simulation d'entreprise.
- des ressources utiles sont fournies dans le texte.

L'ensemble d'instruments pour les formateurs en EEP travaillant avec des groupes d'adultes mixtes est disponible sur les sites Web des partenaires en anglais, français, italien, lituanien, portugais et turc. Il sera facilement transféré à des organisations au-delà du consortium du projet, car il sera disponible en ligne en 6 langues ; facilement adaptable à d'autres écoles d'EEP ; dans d'autres cours de gestion (tâches, liens, etc.) ; la méthodologie peut être utilisée et développée comme un outil pratique pour le diagnostic des compétences des adultes dans d'autres domaines, tels que : économie, gestion, marketing, développement commercial, gestion des ressources humaines, comptabilité, etc.

Questionnaires sur l'entrepreneuriat



II. Questionnaires sur l'entrepreneuriat

Les compétences entrepreneuriales sont essentielles au succès d'une entreprise. Les entreprises qui possèdent des ressources humaines dotées de compétences exceptionnelles ont une vision à long terme et sont plus susceptibles d'utiliser leurs compétences pour tirer parti des opportunités émergentes. L'entrepreneuriat implique de rechercher et d'essayer de nouvelles façons de développer et d'améliorer des entreprises prospères. L'entrepreneuriat implique de se concentrer sur l'innovation, d'évaluer les risques et les avantages d'une nouvelle entreprise, de rechercher des opportunités et de rechercher de nouvelles informations.

Selon divers scientifiques, la compétence entrepreneuriale comprend les connaissances, la motivation, les capacités et les caractéristiques (qualités personnelles). Les compétences entrepreneuriales sont constituées d'attributs personnels, de connaissances et d'aptitudes ou de caractéristiques et d'aptitudes personnelles ou de compétences personnelles et de compétences fonctionnelles. Les compétences entrepreneuriales englobent les connaissances, les compétences et les attitudes sous lesquelles se cachent les caractéristiques personnelles. Chaque classification indique que les qualités personnelles font partie des compétences entrepreneuriales. La compétence entrepreneuriale personnelle est un ensemble de qualités qui aident à définir l'attitude et le comportement des entrepreneurs. En d'autres termes, les caractéristiques personnelles sont des traits qui rendent les gens plus ou moins capables d'entreprendre.

Ce manuel fournit quatre exemples de questionnaires qui pourraient être appliqués aux apprenants en EEP par leurs formateurs pour les aider à identifier les compétences entrepreneuriales qu'ils possèdent et ce qu'ils veulent réaliser à l'avenir. L'utilisateur peut choisir le questionnaire qu'il préfère et l'imprimer ou le transférer vers des formulaires Google ou d'autres outils de questionnaire en ligne.

Tous les questionnaires se trouvent dans les annexes (page 68).

III. Tâches pour développer les compétences entrepreneuriales

Le chapitre fournit des exemples de tâches pour développer les compétences entrepreneuriales. Les sujets des tâches couvrent tous les domaines de l'EEP et reflètent les domaines/services réels de l'entreprise. Il s'agit d'un ensemble d'expériences réussies utilisées par les enseignants dans les pays partenaires du projet. Les compétences à développer à l'aide de ces tâches ont été choisies dans "EntreComp - le cadre européen des compétences entrepreneuriales" pour permettre aux étudiants de devenir propriétaires d'entreprise. La durée du cours est de 200 heures au total et se compose des 8 domaines thématiques suivants :

1. Idée d'entreprise : recherche, évaluation des opportunités et possibilités propres.
2. Élaboration d'un plan d'affaires.
3. Création de l'entreprise.
4. Diriger une entreprise : gestion du marketing.
5. Diriger une entreprise : gestion des ventes et des achats.
6. Diriger une entreprise : gestion des ressources humaines.
7. Gérer une entreprise : gestion financière et comptable.
8. Passez en revue les résultats de l'entreprise.

III.1. Idée d'entreprise : recherche, évaluation des opportunités et possibilités propres

Idée d'entreprise : recherche, évaluation d'opportunités et propres opportunités

Introduction et justification

Aperçu de la tâche : Beaucoup d'entre nous sont régulièrement confrontés à des opportunités commerciales. Décider ce qui vaut la peine d'être adopté, cependant, peut être difficile. Que vous démarriez une nouvelle entreprise ou que vous essayiez de développer votre entreprise actuelle avec une nouvelle opportunité, il est essentiel de savoir comment l'évaluer de manière appropriée. En ce qui concerne l'avenir, voici quelques éléments à prendre en compte pour décider si une opportunité commerciale vaut la peine d'être saisie.

Objectif principal : Pour rechercher le marché, évaluer les opportunités de créer et de développer une idée d'entreprise.

Contenu : Les étudiants effectueront des études de marché ; évaluer le réseau actuel ; comprendre leur capacité personnelle à vérifier le marché et à gérer les flux de trésorerie ; comprendre quelles sont les compétences managériales indispensables à la création d'entreprise.

Organisation et durée du travail	20 heures au total : Recherche de contenus et témoins / témoignages (6h) Travail de l'apprenant autonome avec accompagnement du formateur (11h) Évaluation (3 h)
Équipement et ressources	Un ordinateur ou un portable, une imprimante, une connexion internet, une souris et du matériel domestique : table, chaises, papiers, salle de réunion, salle de travail, ou angle de travail.
Méthodes d'apprentissage	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifiez tous, ou autant que possible, les risques ou pertes potentiels pour l'entreprise présentée. Par exemple, la première phase du projet pourrait prendre un mois de plus que prévu, ce qui entraînerait des pénalités financières et des coûts de main-d'œuvre supplémentaires pour l'entreprise. 2. Estimez la probabilité que la perte se produise. Étiquetez sur une feuille de papier ou un tableur trois colonnes avec des pourcentages de probabilité. Nommez-les « 25 % » (faible), « 50 % » (moyen) et « 75 % » (élevé), puis placez chaque risque potentiel dans l'une des trois catégories en fonction de sa probabilité d'occurrence estimée. Par exemple, si la probabilité que la première phase du projet dépasse le délai d'un mois est faible, placez-la dans la colonne « 25 % ». (Groupe de travail avec le mentorat du formateur). 3. Décidez si l'entreprise peut supporter la perte et si le risque vaut la peine d'être pris. Soustrayez la perte potentielle des revenus générés par le projet dans son ensemble. Par exemple, le projet bénéficie à l'entreprise d'un gain de 50 000 € à la fin de l'exercice, moins une perte pour l'entreprise de 6 000 € à la fin de l'exercice si la première phase n'est pas achevée à temps. (Évaluation de l'idée) 4. Concevoir un moyen de minimiser ou d'éliminer le risque. Dans l'exemple, minimisez ou éliminez le risque de perte de 6 000 € en pénalités et d'augmentation des coûts de main-d'œuvre à cause d'un délai non respecté en ajoutant plus de main-d'œuvre dès le début pour garantir le respect du délai, ou en négociant pour déplacer le délai et donner à la phase un mois supplémentaire pour l'achèvement. (Processus de prise de décision)
Objectif(s) d'apprentissage	<p>OBJECTIF 1 : Comprendre quelle est la taille du marché et s'il vaut la peine d'y entrer ou non.</p> <p>OBJECTIF 2 : Savoir et comprendre s'il existe des relations utiles pour gérer une nouvelle entreprise.</p> <p>OBJECTIF 3 : Comprendre la capacité personnelle à contrôler le marché et à gérer les flux de trésorerie.</p> <p>OBJECTIF 4 : Comprendre quelles sont les compétences managériales indispensables à la création d'entreprise.</p>

<p>Résultats et compétences acquises.</p>	<p>Ressources: Littérature financière; En action:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apprendre par l'expérience; • Travailler avec les autres; • Planification et gestion ;
<p>Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 1</p> <p>La taille du marché</p>	<p>L'un des facteurs les plus importants lors de l'évaluation d'une opportunité commerciale est la taille du marché. Faites une petite étude de marché. Déterminez s'il existe un marché pour l'opportunité - et quelle est la taille de ce marché. Avant d'aller de l'avant, vous voulez vous assurer que la demande est là. Vous n'avez pas besoin de faire appel à un marché massif, mais cela aide si vous comprenez le marché. De plus, savoir à quel point le marché est engagé et quelle est la probabilité qu'ils paient pour ce qui est vendu peut aider. Demandez aux élèves de faire une petite étude de marché et de découvrir s'il existe une demande pour une nouvelle entreprise dans la région.</p> <p>https://www.b2binternational.com/what-we-do/markets/market-sizing-recherche/</p>
<p>Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 2</p> <p>Des relations</p>	<p>L'opportunité d'affaires s'accompagne-t-elle de relations ? Par exemple, avez-vous une personne qui peut vous aider à tirer parti de l'opportunité ? Si vous connaissez quelqu'un qui a l'esprit technique, cela peut vous aider avec certains aspects de l'opportunité. Quelles sont vos relations avec les investisseurs ou clients potentiels ? Lorsque vous avez plus de relations, l'opportunité est susceptible de se dérouler plus facilement.</p> <p>https://www.superoffice.com/blog/business-relations/</p>
<p>Guide pour les formateurs OBJECTIF 3</p> <p>Capacité à gérer la trésorerie</p>	<p>Ensuite, vous devez examiner la capacité à gérer les flux de trésorerie. Y a-t-il un financement de démarrage pour l'entreprise ? Qu'en est-il des moyens de continuer à financer l'entreprise chaque mois. Déterminez comment les flux de trésorerie seront gérés et examinez le plan d'affaires. Vous voulez vous assurer que l'entreprise est susceptible de se maintenir après un certain temps.</p> <p>https://www.inc.com/encyclopedia/cashflow.htmje</p>
<p>Guide pour les formateurs OBJECTIF 4</p> <p>Compétences en gestion</p>	<p>Quelles sont les compétences des personnes impliquées ? Si vous évaluez votre propre opportunité commerciale, vous devez être honnête sur ce que vous apportez et sur ce que vous devez compenser. Lorsque vous recherchez une opportunité commerciale dans laquelle investir ou vous développer, regardez la gestion. Quelles compétences ont-ils ? Sont-ils adaptés et diversifiés ? Faites-vous confiance à la compétence des directeurs pour faire de cette opportunité un succès ?</p> <p>https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/starting-your-business/business-compétences</p>

Évaluation de la description de la compétence

Comment évaluer votre idée d'entreprise ?

Auto-analyse

Avant même de commencer à rechercher la faisabilité de votre idée et le marché dans lequel vous envisagez d'entrer, évaluez vos propres talents, désirs et objectifs. Considérez votre volonté de prendre des risques ainsi que la quantité de temps et d'énergie dont vous aurez besoin pour faire de l'entreprise un succès. Passez en revue vos compétences en matière de finances, de personnel et de marketing et assurez-vous d'avoir les connaissances nécessaires pour réussir votre nouvelle entreprise.

Composantes financières

Après avoir pris connaissance de l'investissement requis pour acheter l'entreprise ou la franchise existante ou des coûts de démarrage dont vous aurez initialement besoin, évaluez vos propres ressources. Une partie d'une évaluation financière comprend le montant que vous avez en épargne personnelle à ajouter à l'investissement initial. Les banques exigent généralement que les entrepreneurs proposent une partie de l'investissement pour montrer leur bonne foi et leur volonté de prendre un risque avec le prêteur. Évaluez le financement disponible auprès du vendeur, des investisseurs et des prêteurs lors de l'évaluation de vos chances de réussite.

Étude de marché

Pour bien comprendre dans quoi vous vous embarquez, réalisez une vaste étude de marché afin de déterminer la faisabilité de votre entreprise. En plus de glaner des statistiques sur les tendances et les habitudes d'achat actuelles des clients, vous devez savoir qui sont vos clients, où ils se trouvent et quel type de concurrence existe dans votre région. Considérez les études de marché comme les premières étapes de l'analyse des opportunités qui vous aident à comprendre exactement comment vous allez vendre des produits ou des services à un marché spécifique.

L'évaluation des risques

Une évaluation complète d'une opportunité commerciale comprend une évaluation des risques. Une évaluation honnête des risques potentiels inhérents à votre nouvelle entreprise peut vous aider à vous préparer à d'éventuels problèmes et à décider si les risques valent l'investissement. Les détails que vous devez prendre en compte dans le processus d'évaluation des risques incluent les facteurs qui pourraient affecter négativement votre entreprise, tels que l'état général de l'économie, les événements météorologiques et la compétitivité de vos concurrents. Les considérations internes doivent inclure votre propre santé, le niveau de crédit dont vous disposez et le nombre et le type d'employés que vous devrez embaucher pour gérer efficacement l'entreprise.

Soutien

Enfin, évaluez le montant du soutien que vous vous attendez à recevoir de votre famille et de la communauté. Vous passerez très probablement beaucoup de temps dans les premières étapes de l'ouverture de votre nouvelle entreprise, ce qui pourrait affecter vos relations familiales. L'évaluation des opportunités nécessite des considérations professionnelles et personnelles. Les passe-temps et les engagements extérieurs peuvent devoir être réduits pendant un certain temps. Les attitudes et les préférences culturelles de votre communauté peuvent avoir un impact sur votre capacité à développer et à maintenir votre entreprise. Évaluez votre position sur tous ces fronts pour vous assurer que vous disposez du soutien nécessaire pour réussir.

Exemples d'outils
d'évaluation

Quelques propositions de points utiles pour l'évaluation

Flux de trésorerie actualisé

Une actualisation des flux de trésorerie (DCF) est une méthode d'évaluation des opportunités d'affaires plus adaptée aux projets d'investissement, comme un développement immobilier. La méthode utilise la valeur temporelle de l'argent, qui est souvent fixée au rendement actuel des obligations d'État, pour calculer la valeur actuelle d'un ensemble de flux de trésorerie futurs. Plus précisément, pour trouver la valeur actuelle actualisée, actualisez le flux de trésorerie de la première période, la première année, en divisant le flux de trésorerie de la première année par la valeur temporelle de l'argent plus 1. Trouvez le flux de trésorerie actualisé de la deuxième période par en divisant le flux de trésorerie de la deuxième période par la valeur temporelle de l'argent plus 1, au carré. Divisez le flux de trésorerie de la troisième période par la valeur temporelle de l'argent plus 1, au cube, etc. L'addition de tous les flux de trésorerie actualisés de chaque période donne la valeur actuelle actualisée du projet d'entreprise. Puis, comparez tous les DCF de toutes vos opportunités commerciales potentielles. L'opportunité avec le plus grand DCF représente l'investissement le plus rentable.

Exemple : projet immobilier

Considérez un projet d'investissement immobilier qui coûte 100 000 € à construire. Le rendement actuel des obligations du gouvernement américain est de 3 %. Vous ajoutez 1 pour obtenir une valeur temporelle de l'argent de 4 %. Au cours des quatre premières années, vous estimez que le développement rapportera 20 000 €, 30 000 € et 40 000 € de loyer. Convertir 4 % en nombre décimal et ajouter 1 donne 1,04. En divisant moins 100 000 € par 1,04, on obtient un DCF de moins 96 153,85 € la première année. En divisant 20 000 € par 1,04², on obtient un DCF de 18 491,12 € la deuxième année. En divisant 30 000 € par 1,04³, on obtient un DCF de 26 669,89 € la troisième année. Diviser 30 000 € par 1,04⁴ donne un DCF de 25 644,13 € et diviser 40 000 € par 1,04⁵ donne un DCF de 32 877,08 €. L'addition de tous les DCF de chaque période donne une valeur actuelle actualisée de 7 528,37 € pour les cinq premières années.

Évaluation entrepreneuriale

Si vous êtes un entrepreneur et envisagez une nouvelle entreprise qui n'implique pas de projets d'investissement, votre évaluation de l'opportunité d'affaires est un peu plus complexe et dépend entièrement de la nature de votre nouvelle entreprise. Les spécificités à prendre en compte incluent la concurrence, l'emplacement, les coûts de démarrage, les coûts de fonctionnement de l'entreprise, le marché actuel de vos produits et les sources de financement. Alors qu'un petit dépanneur familial doit s'inquiéter de l'arrivée de nouveaux concurrents dans la région, une entreprise basée sur Internet doit se soucier davantage du marketing et de la création d'une présence sur les moteurs de recherche. Bien qu'un cabinet de conseil en recrutement puisse avoir peu de frais de démarrage, il ne prospérera que si le responsable dispose d'un bon réseau de relations commerciales. Alternativement,

Exemple : Conseil en gestion

Prenons par exemple une société de conseil en gestion. Une petite entreprise n'aura besoin que d'un capital financier limité pour les fournitures et les machines, car le conseil en gestion est principalement une industrie liée au bureau. Vous aurez cependant besoin d'un certain nombre d'employés dotés de talents de haut niveau. Ces personnes auront un coût élevé sous forme de salaires. Surtout, vous devriez également déjà disposer d'un vaste réseau professionnel de propriétaires d'entreprise qui peuvent utiliser votre expertise en conseil en gestion. Votre potentiel de profit dépend de votre capacité à attirer des clients. Par conséquent, le principal obstacle pour une agence de conseil en gestion est de sécuriser les clients potentiels avant de commencer à créer l'entreprise.

Exemple : Usine d'ours en peluche

Contrairement à l'agence de conseil en gestion, une usine d'ours en peluche est à forte intensité de capital, car vous avez besoin de machines pour vous permettre une utilisation efficace du temps et des ressources. Contrairement aux réseaux d'affaires et au talent des personnes, la clé de votre succès consiste à trouver les bons types de machines à un prix compétitif et à vous positionner à un emplacement idéal sur le réseau de la chaîne d'approvisionnement. Ce dernier vous donne des avantages de coûts pour les matériaux. Une main-d'œuvre rentable réduit encore les coûts de fabrication. Un bon sens des ventes vous aide à faire entrer vos produits dans les magasins.

Questions d'orientation	<p>Votre idée répond-elle à un besoin ?</p> <p>Le produit ou le service correspond-il à vos objectifs de vie ?</p> <p>Quel impact le démarrage de cette entreprise aura-t-il sur votre vie ?</p> <p>Avez-vous les capacités nécessaires pour mettre en œuvre vos idées ?</p> <p>Dans quelle mesure votre solution d'entreprise est-elle unique ?</p> <p>Avez-vous vérifié le risque lié à l'ouverture d'une nouvelle activité pour votre entreprise potentielle ?</p> <p>Avez-vous beaucoup de concurrents en ce moment ou êtes-vous le premier ?</p> <p>Pensez-vous avoir un marché local ou international ?</p> <p>Pensez-vous que votre entreprise fonctionnera dans un magasin, un bureau ou entièrement en ligne ?</p> <p>Pensez-vous à la main-d'œuvre dont vous avez besoin pour ouvrir l'entreprise sans perdre de forces et d'argent ?</p> <p>Avez-vous pensé à la vitesse à laquelle vos concurrents peuvent copier votre idée ?</p> <p>Avez-vous besoin d'un gros capital pour entrer dans votre entreprise ?</p> <p>Êtes-vous prêt à démarrer une entreprise seul ou avez-vous besoin de partenaires pour partager le capital et le risque ?</p>
Collecte de commentaires	<ol style="list-style-type: none">1. Déterminer dans quelle mesure un problème a été correctement identifié et défini. Demandez-vous s'il a été conceptualisé d'une manière qui a soutenu l'identification d'un certain nombre de causes profondes possibles. Par exemple, la définition du problème "une diminution des ventes" permet d'identifier un certain nombre de causes profondes, notamment une augmentation du nombre de concurrents, un besoin d'augmenter la publicité et un manque de formation appropriée pour le personnel de vente.2. Déterminez si le problème racine a été correctement identifié. Considérez si cela, plutôt qu'un symptôme, a été traité par la solution. Par exemple, si le problème racine est la qualité du produit et que le symptôme est une baisse des ventes, une solution d'outils de vente supplémentaires sera inefficace pour résoudre le problème racine.3. Examiner les données du projet pour déterminer si des faits pertinents ont été pris en compte dans le processus de décision. Tenez compte de la fiabilité des sources de données et de l'exhaustivité des données recueillies.4. Évaluer les ressources employées pour identifier la solution appropriée. Découvrez si le personnel clé a été sélectionné sur la base de l'expertise plutôt que de la position du personnel. Déterminez si un sponsor de projet approprié a été identifié, si les parties prenantes appropriées ont participé, si des experts tiers ont été utilisés et/ou si le personnel interne n'avait pas l'expertise appropriée.5. Examinez la solution convenue pour évaluer sa faisabilité. Déterminer que la solution choisie était « la meilleure de sa catégorie » à la lumière des autres alternatives possibles. Considérez si un nombre suffisant de solutions ont été évaluées afin de développer une

solution de qualité.

6. Demandez-vous si les solutions potentielles ont été classées par ordre de priorité de manière appropriée. Par exemple, déterminez si la solution a été sélectionnée simplement sur la base de son délai de mise en œuvre ou de son coût.
 7. Découvrez si l'ensemble d'options a été correctement évalué. Déterminez si des experts ont été consultés dans le processus de prise de décision et si les avantages ou les inconvénients des solutions alternatives ont été complètement et équitablement pris en compte.
 8. Déterminez si le processus de prise de décision a soutenu l'identification rapide d'une solution appropriée. Évaluez les délais de décision intermédiaires et tenez compte des coûts opérationnels résultant des retards dans le processus.
 9. Considérez les responsabilités du projet. Découvrez si les personnes appropriées ont été chargées de mener à bien des éléments particuliers de la solution.
 10. Évaluer les mesures de succès établies pour la solution. Découvrez si la solution a été mise en œuvre avec succès dans un délai imparti et conformément au plan, et si elle a résolu le problème sans effets secondaires imprévus.
-

Élaboration d'un plan d'affaires



III.2. Élaboration de plan d'affaires

Élaboration d'un plan d'affaires	
Introduction et justification	<p>Aperçu de la tâche : Un plan d'affaires est un document dans lequel vous déterminez vos objectifs ainsi que les étapes et le calendrier que vous devez suivre pour atteindre ces objectifs. La préparation d'un plan d'affaires, qui est l'une des étapes les plus importantes du démarrage d'une entreprise, joue un rôle essentiel pour obtenir les meilleurs résultats en utilisant des ressources limitées de la manière la plus efficace.</p> <p>Objectif principal : élaborer l'idée d'entreprise du point de vue marketing et préparer un plan d'affaires.</p> <p>Contenu : Les étudiants examineront les détails de la préparation d'un plan d'affaires bon et utile et prépareront leur propre plan d'affaires.</p>
Organisation et durée du travail	<p>25 heures au total :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collecte d'informations pour l'analyse des besoins (6h) • Organisation des données en lien avec l'idée d'entreprise (6h) • Documentation du business plan (10h) • Processus d'évaluation (3h)
Équipement et ressources	Le matériel et les logiciels pour bénéficier des outils TIC et web 2.0.
Méthodes d'apprentissage	<p>Étude de la littérature recommandée et des ressources Internet ;</p> <p>Conversation-discussion-groupe de discussion ;</p> <p>Manifestation;</p> <p>Apprentissage par projet;</p> <p>Études de cas;</p> <p>Réflexion;</p> <p>Auto-évaluation;</p> <p>Évaluation par les pairs.</p>
Objectif(s) d'apprentissage	<p>OBJECTIF 1 : Élaboration de l'idée d'entreprise du point de vue marketing</p> <p>OBJECTIF 2 : Analyse SWOT</p> <p>OBJECTIF 3 : Planification du temps, stratégies financières et marketing</p> <p>OBJECTIF 4 : Documentation efficace</p>
Résultats et compétences acquises.	<p>Idées et possibilités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoriser les idées ; • Vision; • Littératie financière et économique; • Prendre l'initiative; • Planification et gestion.
Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 1 (Elaboration d'une idée d'entreprise)	<p>Faites une présentation sur le rôle vital de la formation d'une idée commerciale réalisable et accessible pour le plan d'affaires.</p> <p>Laissez chacun expliquer ses idées commerciales rapidement et clairement à l'aide du jeu d'ascenseur.</p> <p>Demandez aux apprenants d'étudier des idées similaires aux leurs et de les comparer.</p> <p>Menez une discussion sur la structure, la faisabilité, la créativité, etc. de l'idée d'entreprise.</p>

	<p>Demandez aux apprenants de faire des recherches sur la façon dont les idées commerciales qui ont connu un grand succès dans leur domaine se sont produites en premier lieu.</p> <p>Montrez-leur les vieilles histoires (de leurs premières années) d'entrepreneurs/hommes d'affaires connus.</p>
<p>Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 2 (Analyse SWOT)</p>	<p>Faites une présentation sur l'importance de l'analyse SWOT. Détaillez votre présentation avec les avantages de SWOT et les éventuels dommages qui pourraient survenir s'il n'existe pas.</p> <p>Menez une discussion sur chaque élément.</p> <p>Montrez-leur un échantillon bien structuré pour souligner les points principaux.</p> <p>Demandez aux apprenants de faire une analyse d'échantillon à l'aide d'exemples réels, puis demandez-leur de faire la même analyse dans leur propre plan d'affaires.</p> <p>Expliquez l'impact de l'analyse SWOT en termes d'avenir de l'entreprise.</p>
<p>Guide pour les formateurs OBJECTIF 3 (Planification de votre temps, stratégies financières et marketing)</p>	<p>Faites une présentation sur les points cruciaux de l'utilisation efficace de toutes sortes de ressources. Soulignez l'importance de la réalité lors de la planification.</p> <p>Menez une discussion sur les objectifs à court, moyen et long terme.</p> <p>Encouragez les apprenants à utiliser des chiffres du monde réel du marketing.</p> <p>Demandez aux apprenants d'enquêter sur les processus juridiques et la paperasserie.</p> <p>Organiser des visites aux chambres/entrepreneurs/hommes d'affaires pour détailler le plan.</p>
<p>Guide pour les formateurs OBJECTIF 4 (Documentation efficace)</p>	<p>Présentez les parties obligatoires du business plan et montrez comment remplir ces parties à partir d'un échantillon.</p> <p>Mettez en évidence les points clés, en particulier le résumé, la description de l'entreprise, les résultats de la recherche marketing, les stratégies financières, les objectifs à long terme.</p> <p>Menez une discussion sur la manière la plus efficace de présenter et de présenter un plan d'affaires.</p>
<p>Évaluation de la description de la compétence</p>	<p>La situation du marché, la détermination précise des objectifs, la gestion temporelle et financière,</p>
<p>Exemples d'outils d'évaluation</p>	<p>Feuilles de contrôle des éléments essentiels du plan d'affaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'objectif principal du plan d'affaires est-il expliqué ? • Les produits/services que l'entrepreneur souhaite proposer et leur potentiel d'amélioration ont-ils été précisés ? • Le résumé du plan d'affaires est-il concis, couvre-t-il l'ensemble de l'objectif et convainc-il le lecteur que le plan d'affaires est bien préparé ? • Y a-t-il une mention des objectifs à court et à long terme de l'entreprise, des stratégies qu'elle a développées pour atteindre ces objectifs et de l'analyse de la concurrence ?

- Les développements de produits/services (sociaux, économiques, politiques et technologiques) et les tendances liées aux clients et marchés cibles ont-ils été analysés ?

Outils d'auto-évaluation avec échelle linéaire

Questions d'orientation	<p>Quel est l'objectif principal de la préparation d'un plan d'affaires ?</p> <p>Quelles parties de votre plan sont essentielles ?</p> <p>Comment trouver des données réelles et utiles ?</p> <p>Quelles sont vos priorités pour votre plan ?</p> <p>Avez-vous un plan B ?</p> <p>Votre plan correspond-il aux besoins de l'entreprise ?</p> <p>Votre plan inclut-il le rôle des employés ?</p> <p>Votre plan est-il réalisable dans le monde réel ?</p> <p>Comment organisez-vous les procédures judiciaires ?</p> <p>Comment décidez-vous du type de vos objectifs en termes de temps ?</p> <p>Quels sont les points les plus faibles et les plus forts de votre plan ?</p> <p>Comment couvrez-vous la gestion des risques ?</p> <p>Les parties financières sont-elles suffisamment claires et détaillées ?</p> <p>Votre plan est court mais couvre toutes les informations requises ?</p> <p>Selon vous, quelles sont les meilleures façons de promouvoir votre entreprise ?</p> <p>Votre plan correspond-il à votre idée d'entreprise ?</p> <p>Considérez-vous votre projet comme innovant ou traditionnel ?</p>
Collecte de commentaires	<p>Les outils TIC sont très remarquables et contribuent à augmenter la rétention des apprentissages. Vous pouvez bénéficier des outils Web 2.0 à chaque étape.</p>

SUJET : Élaboration d'un plan d'affaires

Nom	Format	La description	Lien:	Langue
Rédigez votre plan d'affaires	Article	Votre plan d'affaires est la base de votre entreprise. Apprenez à rédiger un plan d'affaires rapidement et efficacement avec un modèle de plan d'affaires.	https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/write-your-business-plan	FR

Forfait direct	en Outil Web	Cet outil Web aide les entrepreneurs à rédiger un plan d'affaires, à obtenir un financement et à obtenir des informations pour les aider à atteindre leurs objectifs. Il a une version d'essai pour découvrir comment il peut bénéficier de l'outil.	https://www.youtube.com/watch?v=i1b0UdeOTI	FR
11 éléments d'un exemple de plan d'affaires que vous devez connaître	Vidéo	Présentation de 11 éléments d'un exemple de plan d'affaires pour les propriétaires de petites entreprises. Vous ne pouvez pas réussir sans connaître les différents éléments d'un plan d'affaires pour petite entreprise. Un plan d'affaires est la clé pour réussir dans n'importe quelle entreprise et dans n'importe quelle industrie. Donc, si vous dirigez une entreprise sans avoir un plan d'affaires réussi, vous vous dirigez vers un gros échec. Vous perdrez votre temps aussi. Eh bien, les exemples de plans d'affaires et leur structure vous aident à déterminer les meilleurs éléments et informations du plan d'affaires avec des idées appropriées.	https://www.youtube.com/watch?v=i1b0UdeOTI	FR

<p>Comment rédiger un plan d'affaires pour démarrer votre propre entreprise</p>	<p>Vidéo</p>	<p>9 étapes pour rédiger un plan d'affaires - Étapes requises pour rédiger un plan d'affaires pour votre entreprise ou votre service.</p> <p>Étape 1 - Définissez votre vision Étape 2 - Définissez vos objectifs et buts pour l'entreprise Étape 3 - Définissez votre proposition de vente unique Étape 4 - Connaissez votre marché Étape 5 - Connaissez votre client Étape 6 - Recherchez la demande pour votre entreprise Étape 7 - Définissez vos objectifs marketing Étape 8 - Définissez votre stratégie marketing Étape 9 - Passez à l'action !</p> <p>Toutes ces étapes sont très importantes lorsque vous rédigez le plan d'affaires pour démarrer votre propre entreprise.</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=Fqch5OrUPvA</p>	<p>FR</p>
<p>Guide d'élaboration du plan d'affaires</p>	<p>Guider</p>	<p>Le but de ce guide de préparation du plan d'affaires est de s'assurer que le plan d'affaires est préparé de manière précise et complète en précisant les points à considérer lors de la préparation du plan d'affaires à soumettre pour les demandes à l'institution d'appui au développement agricole et rural.</p>	<p>https://www.tkd.gov.tr/Content/File/BasvuruFiles/BasvuruPaketleri/HazirlamaDokumanlari/IsPlaniHazirlamaRehberi/IsPlaniHazirlamaRehberi.pdf</p>	<p>TR</p>

<p>Guide pour préparer un plan d'affaires réussi. Qu'est-ce qu'un plan d'affaires?</p>	<p>Guider</p>	<p>Pourquoi un business plan a-t-il une importance vitale ? Que devrait/ne devrait pas avoir à l'intérieur ? Quelles sont les étapes ? Ce document répond à toutes les questions appuyées par les données visuelles.</p>	<p>https://www.tobb.org.tr/TOBBGencGirisimcilerKurulugu/SiteAssets/Sayfalar/EgitimSunu/Ba%C5%9Far%C4%B1%C4%B1%20bir%20i%C5%9F%20plan%C4%B1%20haz%C4%B1rlama%20klavuzu.pdf</p>	<p>TR</p>
<p>Exemple de plan d'affaires KOSGEB 2021</p>	<p>Guider + Page de simulation</p>	<p>Sur la page KOSGEB business plan exemple 2021, nous vous avons montré comment préparer un projet d'entrepreneuriat, avec une vidéo. Cependant, afin que vous puissiez créer votre projet, nous vous offrons la possibilité de le télécharger au format Word avec un PDF vierge. De cette façon, vous pourrez facilement créer des étapes de business plan. Nous avons également inclus des entreprises qui préparent pour elles les projets de plan d'affaires KOSGEB les plus fiables.</p>	<p>https://www.kosgebkrediler.com/kosgeb-is-plani-ornegi/</p>	<p>TR</p>
<p>Le jeu qui disparaît avec le business plan le plus ridicule du monde !</p>	<p>Vidéo</p>	<p>Parfois, vous devez regarder le monde à partir de différentes fenêtres. Il peut être utile d'examiner des exemples de ce à quoi ressemble un bon plan d'affaires. Mais parfois, vous devez également examiner à quoi ressemble un mauvais plan d'affaires. Cette vidéo vous donne une perspective différente sur la façon dont un mauvais plan a changé les choses.</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=MSyVTqsZkVA</p>	<p>TR</p>

Création d'une entreprise



III.3. Création d'une entreprise

Création d'entreprise	
Introduction et justification	<p>Aperçu de la tâche : comprendre les concepts de structures juridiques d'entreprise et les implications de la propriété et de la planification d'entreprise, en mettant l'accent sur les types de structure d'entreprise, les implications fiscales, les obligations de conformité et les éléments juridiques.</p> <p>Objectif principal : pour examiner les avantages et les inconvénients de chaque type et structure d'entreprise et découvrir celle qui, selon l'étudiant, convient le mieux à son idée d'entreprise, en plus de présenter les étapes nécessaires à l'enregistrement de son entreprise en ligne.</p> <p>Contenu : Comparer les structures juridiques des entreprises ; choisir une structure d'entreprise ; les implications fiscales des structures juridiques des entreprises ; détails juridiques sur l'embauche – règles/réglementations contractuelles et enregistrement en ligne des entreprises.</p>
Organisation et durée du travail	<p>Durée totale : 25 heures, réparties comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 10h de contact direct avec les professeurs/formateurs - 15h de travail individuel et/ou de groupe qui comprend des séances de consultation avec des enseignants/formateurs selon les besoins
Équipement et ressources	Ordinateur, ressources Internet, manuel, etc.
Méthodes d'apprentissage	<ul style="list-style-type: none"> - Étude de la littérature recommandée et des ressources Internet - Conversations et discussions basées sur la littérature et les ressources Internet avec l'enseignant/tuteur - Prise de décision basée sur les résultats des conversations et des discussions avec l'enseignant/tuteur - Travail individuel/de groupe - Évaluation de la présentation
Objectif(s) d'apprentissage	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifier les types de structures de propriété d'entreprise et les facteurs requis 2. Identifier la meilleure structure juridique pour une idée d'entreprise donnée 3. Comprendre les exigences fiscales des différentes structures juridiques 4. Identifier les documents légaux requis pour embaucher du personnel 5. Identifier les étapes et les documents requis pour enregistrer une entreprise en ligne
Résultats et compétences acquises	<p>Idées et opportunités :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vision 2. Valoriser les idées

3. Pensée éthique et durable

Ressources :

1. Mobiliser les ressources
2. Littératie financière et économique
3. Mobiliser les autres

En action :

1. Prendre l'initiative
2. Planification et gestion
3. Faire face à l'incertitude, à l'ambiguïté et au risque

<p>Ligne directrice pour les formateurs : OBJECTIF 1 à 2</p>	<p>Faites une présentation sur les différents types de structures de propriété d'entreprise et les facteurs requis lors du choix d'une structure juridique d'entreprise. Fournissez aux élèves un manuel contenant des définitions, des exercices et des suggestions de bibliographie/références (littérature et ressources Internet).</p> <p>Demandez aux élèves d'identifier la structure d'entreprise qu'ils pensent être la meilleure pour eux et les règles de formation dont l'entreprise aura besoin, en plus d'identifier d'autres facteurs qui pourraient être importants. À la fin de cette tâche, les élèves devraient être en mesure de justifier le type de propriété d'entreprise qui, selon eux, convient le mieux à leur idée d'entreprise et la forme d'organisation qu'ils utiliseront.</p>
<p>Ligne directrice pour les formateurs : OBJECTIF 3 à 4</p>	<p>Faites une présentation sur les exigences fiscales des différentes structures juridiques et les documents juridiques requis pour embaucher du personnel. De plus, fournissez aux étudiants un manuel contenant des définitions, expliquant les exigences et les restrictions, ainsi qu'une bibliographie et des références suggérées (ressources documentaires et Internet).</p> <p>Demandez aux élèves d'identifier les avantages et les inconvénients fiscaux de leur structure d'entreprise, les types de formulaires fiscaux qu'ils devront produire, en plus des documents juridiques requis s'ils décident d'embaucher du personnel.</p> <p>À la fin de cette tâche, les étudiants devraient être en mesure de comprendre les implications fiscales pour la structure de leur entreprise, les formulaires fiscaux requis et d'identifier les documents juridiques requis s'ils doivent embaucher du personnel.</p>
<p>Ligne directrice pour les formateurs : OBJECTIF 5</p>	<p>Faites une présentation indiquant les sites officiels d'enregistrement des entreprises, les documents juridiques requis et le coût de l'enregistrement. À la fin, les étudiants devraient être en mesure d'identifier les étapes et les documents nécessaires pour enregistrer leur entreprise en ligne.</p>
<p>Évaluation de la description de la compétence</p>	<p>Évaluation continue par l'observation et l'évaluation du portefeuille transversal pour déterminer le choix de la structure juridique de l'entreprise par les étudiants (propriété et responsabilité) ; implications fiscales et formulaires officiels, documents juridiques pour l'embauche de personnel (si</p>

	nécessaire) et guide étape par étape pour l'enregistrement en ligne de l'entreprise qui comprend le coût des frais d'enregistrement
Exemples d'outils d'évaluation	Grilles d'observation et grilles transversales d'évaluation du portefeuille.
Questions d'orientation	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quels sont les différents types de structures juridiques de sociétés ? 2. Quel est le capital social minimum requis pour créer une entreprise ? Quelles restrictions dois-je surmonter pour déplacer des capitaux du compte bancaire associé à la société qui vient d'être créée (par exemple, puis-je les récupérer le lendemain) ? Quelle est la différence entre le capital et les capitaux propres ? Quelles sont les alternatives à recevoir un salaire pour mes services (ex : salaire vs dividendes) ? 3. Comment puis-je et quand dois-je enregistrer le nom de l'entreprise/de la marque ? Quelle est la différence entre l'entreprise (= nom de l'entreprise) et la marque ? Combien coûte l'enregistrement du nom de l'entreprise/de la marque ? Puis-je changer le nom de l'entreprise après l'avoir créée ? Quel type d'informations une entreprise doit-elle divulguer ? Quel type d'obligations fiscales une entreprise a-t-elle ? 4. Quels types de contrats existe-t-il pour embaucher des employés ? Quelles sont les règles et les principales restrictions ? Où puis-je trouver des exemples ? A quelles obligations de formation suis-je soumis en tant qu'entrepreneur ? Dans quelles conditions l'entreprise peut-elle résilier le contrat de travail d'un salarié ? Y a-t-il des avantages à embaucher des employés ? 5. Quels sont les statuts de l'entreprise, de quel type d'informations disposent-ils et à quoi servent-ils ? Où puis-je voir des exemples de statuts pour définir ceux de mon entreprise ? 6. Quels sont les services de l'Etat liés aux entreprises, et comment puis-je les utiliser sur internet ? Quel est le moyen de communication officiel de l'Etat avec les entreprises (par exemple, lettre recommandée, email, ...) ? Quelle est la plus courante ? 7. Où puis-je enregistrer légalement ma société ? Puis-je m'inscrire en ligne ? Quels sont les services en ligne disponibles pour les entreprises ? Existe-t-il un document légal qui identifie le statut juridique de l'entreprise ?
Collecte de commentaires	Passez en revue les types de structures juridiques d'entreprise et donnez des exemples d'anciens apprenants qui ont créé leur propre entreprise. Travailler avec des incubateurs locaux pour fournir aux apprenants des informations pratiques.

SUJET: Création d'une entreprise

Nom	Format	La description	Lien:	Langue
Types d'entreprises et structure d'entreprise	Plateforme en ligne	Cette plateforme en ligne a été créée par le projet FEMPOWER cofinancé par le programme Erasmus + de l'Union européenne et vise à promouvoir l'entrepreneuriat féminin et l'innovation dans la capacité entrepreneuriale, à travailler à partir d'une approche pratique et innovante et à aider au développement de la capacité entrepreneuriale à travers un simulateur de projets modélisés avec des situations réelles qui se produisent dans différents scénarios d'entreprises.	https://toolkit.ifempower.eu/	FR
Partenariats et exigences en matière de capital social	Article	Les entreprises à but lucratif se présentent généralement sous trois formes juridiques principales, à savoir les sociétés sans personnalité morale et les sociétés à responsabilité limitée. Il existe également d'autres formes d'entreprises, par exemple les organisations à but non lucratif, les franchises, les sociétés d'État, les coopératives, les sociétés à responsabilité limitée ("L3C"), etc.	https://managementhelp.org/organizations/structures.htm#anchor1631135	FR
Obligations fiscales et comptables	Article	Les particuliers et les propriétaires d'entreprise ont souvent plus d'une façon d'effectuer une opération imposable. La planification fiscale évalue diverses options fiscales pour déterminer comment effectuer des	https://www.wolterskluwer.com/en/expert-insights/tax-avoidance-is-legal-tax-	FR

		transactions commerciales et personnelles afin de réduire ou d'éliminer votre impôt à payer.	evasion-is-criminal	
Définition de l'équipe : règles de contractualisation	site Internet	<p>Savez-vous identifier les employés les plus intelligents et les plus polyvalents pour votre entreprise ?</p> <p>Utilisez ces ressources de recrutement et de dotation en personnel pour apprendre les meilleures pratiques en matière de planification, de recrutement, d'entretien, de sélection et d'embauche d'employés.</p>	<p>Meilleures pratiques en matière de recrutement, d'embauche et de licenciement (thebalancecareers.com)</p>	FR
Statuts de la société	Des articles Site Internet	<p>Qui peut rédiger les statuts de ma société ?</p> <p>Le règlement portant statut de la société européenne introduit une forme juridique européenne pour les sociétés anonymes à constituer sur le territoire de l'UE, connues sous le nom latin de Societas Europaea — d'où leur acronyme, SE. Il crée un cadre juridique unique au sein duquel les entreprises de différents pays de l'UE peuvent planifier et mener à bien la réorganisation de leurs activités à l'échelle de l'UE ainsi que dans les pays appartenant à la <u>Espace économique européen (EEE)</u></p>	<p>https://nikolse.com/en/article/who-can-draft-statutes-my-company</p> <p>https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TX/T/?uri=LEGISSUM%3A126016</p> <p>https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa/escolher-a-forma-legal-da-sua-empresa</p>	FR

<p>Connexion électronique aux services de l'État</p>	<p>Chaque pays a son espace spécifique afin d'établir la connexion avec les services de l'Etat. Par conséquent, le site de chaque pays doit être fourni pour montrer chaque ressource et les services fournis par le pays.</p>	<p><u>Le Portugal:</u> https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa <u>Turquie:</u> https://en.kosgeb.gov.tr/ https://www.trade.gov.tr/</p>
<p>Multiplication/ franchise d'entreprise</p> <p>cours</p>	<p>Le franchisage implique un accord contractuel entre un franchiseur et un franchisé de détail. Le franchiseur peut être un fabricant, un grossiste ou un sponsor de services. Une franchise ou l'accord contractuel permet au franchisé d'exercer son activité sous un nom établi et selon un modèle d'activité donné. Pour obtenir une franchise, un franchisé doit payer une redevance initiale au franchiseur. Par la suite, le franchisé paie un pourcentage mensuel des ventes brutes en échange des droits de vendre des biens et services du franchiseur dans une zone et un emplacement particuliers.</p>	<p>https://www.udemy.com/share/105s4u3@SRwLETi5olaXLfA0iIO17-b6cq8f85ytFTkSKWXiZg81srGRG2pTVzBhQagKQ0b/ FR</p>

III.4. Diriger une entreprise : gestion du marketing

Diriger une entreprise : gestion du marketing.

Introduction et justification	<p>Aperçu de la tâche : La gestion du marketing, en tant que division d'une organisation, gère toutes les fonctions marketing d'une entreprise. Un plan marketing est un ensemble d'étapes commerciales qui décrit les étapes que vous devez suivre pour occuper avec succès le bon segment ou créneau de marché. C'est le plan marketing qui décrit les manières de positionner le service ou le produit, les opportunités publicitaires, les idées basées sur la pratique, les prix et d'autres points importants convenus au préalable.</p> <p>Objectif principal : Consolider et améliorer les compétences en marketing, développer la capacité de mener des recherches en marketing, former un assortiment, fixer les prix et organiser la vente des marchandises.</p> <p>Contenu : Le département Marketing Management réalise des études marketing (recherche, collecte, traitement d'informations et analyse de l'environnement et de l'entreprise nécessaires à la résolution des problèmes de gestion marketing). La direction du marketing a besoin des informations suivantes issues de ces études pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la situation du marché et anticiper les évolutions attendues, • Définir les objectifs à atteindre par les actions marketing, • Développer des stratégies marketing, • Développer des outils marketing, • Contrôler les actions marketing.
Organisation et durée du travail	<p>25 heures au total :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Heures de contact (10 h) • Travail d'étudiant indépendant avec consultations de formateurs (12 h) • Évaluation (3 h)
Équipement et ressources	<p>Programmes de commercialisation. Documents/modèles standards. Littérature méthodique de la description de poste du département marketing PE.</p>
Méthodes d'apprentissage	<p>Étude de la littérature recommandée et des ressources Internet, exemples de documents ; Conversation-discussion ; Exécution individuelle ou en groupe d'une tâche ; Évaluation de l'outil d'idée ; La prise de décision.</p>
Objectif(s) d'apprentissage	<p>OBJECTIF 1 Explorer comment différents marchés sont étudiés à l'aide de différents modèles et outils. OBJECTIF 2 Explorer les approches de commercialisation des produits à l'échelle nationale et internationale. Élaborer un plan pour une campagne de marketing pour un nouveau produit</p>

<p>Résultats et compétences acquises.</p>	<p>Idées et possibilités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • pensée éthique et durable, • la créativité, • vision; <p>Ressources:</p> <ul style="list-style-type: none"> • motivation et persévérance; • la conscience de soi et l'auto-efficacité, • mobiliser des ressources; <p>En action:</p> <ul style="list-style-type: none"> • planification et gestion; • travailler avec les autres; • apprendre par l'expérience, • prendre l'initiative.
<p>Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 1 (Découvrez comment différents marchés sont étudiés à l'aide de différents modèles et outils)</p>	<p>Le rôle de la commercialisation</p> <p>Méthodes d'études de marché</p> <p>Modèles commerciaux utilisés en marketing</p> <p>Faites une présentation : Décrivez les objectifs d'apprentissage de l'unité, comment elle sera évaluée et la méthodologie utilisée pour fournir le contenu. La présentation devrait également inclure les attentes requises des apprenants, en particulier en ce qui concerne les activités de recherche individuelles/indépendantes.</p> <p>Menez la discussion : couvrez les différentes méthodes utilisées pour commercialiser les produits et services, même si celles-ci sont susceptibles de changer dans un avenir proche. Aidez les étudiants à identifier les tendances vers le marketing mobile et l'impact des médias sociaux sur le marketing.</p> <p>Faites une présentation : aperçu de "Qu'est-ce que le marketing ?", y compris des liens vers des études de marché, le comportement des consommateurs et le mix marketing et promotionnel.</p> <p>Les élèves identifient certaines entreprises largement reconnues et effectuent des recherches sur Internet pour étudier comment ces entreprises commercialisent leurs produits.</p> <p>Visite : les élèves visitent un parc commercial ou un centre commercial local pour acquérir une compréhension de base des différentes manières dont les entreprises et les produits sont commercialisés. Les étudiants doivent se concentrer sur la recherche de produits et d'entreprises ayant une présence internationale.</p> <p>Menez une discussion : Discutez de la différence entre les marchés de masse et de niche et introduisez le concept de segmentation du marché. Discutez de la façon dont les marchés peuvent être segmentés.</p> <p>Faites une présentation : qu'est-ce que la personnalité et l'image de marque, et comment sont-elles établies ? Donnez aux apprenants une gamme d'exemples, tels que des produits d'épicerie ou des boissons de marque.</p> <p>Faire une activité de recherche individuelle : les étudiants recherchent une gamme de marques mondiales reconnues sur différents marchés mondiaux. Pour chaque marque, ils doivent identifier l'image de marque, le segment de clientèle ciblé et les besoins et désirs du client qui sont satisfaits par la marque.</p>

Alternativement, cela pourrait être transformé en un groupe ou une activité jumelée où les individus recherchent deux marques, puis le groupe partage leur recherche, de sorte qu'ils disposent d'un large éventail de données pour une utilisation future.

Faites une présentation : Méthodes d'étude de marché. Sur les caractéristiques d'un plan de recherche. Inclure les échelles de temps, l'identification du sujet, la sélection et l'enregistrement des preuves, et tirer des conclusions basées sur les preuves de la recherche. Couvrir les caractéristiques de recherche de la segmentation du marché différenciée par des facteurs démographiques, géographiques, psychographiques et comportementaux.

Activité en binôme : Les élèves élaborent un bref plan d'étude de marché pour un nouveau produit/service de leur choix. Les apprenants réfléchissent à la validité de leurs données et à la manière dont elles pourraient être améliorées. Ils devraient en tester la fiabilité, l'actualité et la suffisance.

Faites une présentation : présentez les facteurs internes et externes qui influencent une campagne de marketing. Tenez compte des facteurs internes tels que :

- taille du budget marketing et disponibilité des financements
- la taille, la culture, l'éthique et les valeurs de l'organisation commerciale
- coût relatif des différentes techniques de marketing
- disponibilité de personnel spécialisé.

Considérez ensuite les facteurs externes à l'aide de l'analyse STEEPLE (Social, Technologique, Économique, Environnemental, Politique, Juridique et Éthique). Application dans une campagne marketing du marketing mix (les 4P : produit, prix, place, promotion)

Le mix marketing étendu (les 7P : personnes, processus et environnement physique)

Menez une discussion : Discutez de ce qui est inclus dans le marketing mix (les 4P : produit, prix, place, promotion). Discutez des éléments supplémentaires qui composent le mix marketing étendu (les 7P : personnes, processus et environnement physique). Expliquez l'utilisation du mix marketing dans une entreprise en établissant ses plans marketing.

Activité en petit groupe : Les élèves examinent une gamme de produits et appliquent les 7 éléments du marketing mix étendu à chacun. Ils sélectionnent ensuite une nouvelle activité qui leur est propre et élaborent un mix marketing étendu pour cette activité, en justifiant en détail leurs choix.

Visite : visitez un centre commercial local pour voir l'application du marketing mix étendu dans un cadre pratique.

Faites une présentation : Expliquez le rôle et les caractéristiques de l'analyse des concurrents et les implications sur les entreprises. Rôle et caractéristiques de l'analyse des concurrents et implications.

Modèle d'analyse des cinq forces de Porter.

Activité en petit groupe : Donnez aux apprenants plusieurs mini-études de cas pour une gamme d'entreprises. Les étudiants doivent être censés prendre des décisions de marketing raisonnées en appliquant les cinq forces de Porter.

Faites une présentation : Expliquez le concept de l'environnement externe dans lequel les entreprises opèrent. Tenez compte de l'environnement politique, économique, social, technologique, environnemental et juridique.

Activité en petits groupes/discussion de groupe : les élèves réfléchissent à la façon dont une entreprise devrait réagir à son environnement extérieur. Les élèves créent deux tableaux pour répertorier certaines influences externes possibles – un pour une grande entreprise et un pour une petite entreprise. Ceux-ci doivent contenir les rubriques suivantes :

- politique
- politiques économiques, budgétaires, monétaires et autres
- social
- technologique
- environnemental
- juridique.

Faites une présentation : Présentez les composantes du mix promotionnel (publicité, relations publiques, promotion des ventes publicitaires, marketing direct et vente personnelle) et leur application dans une campagne de marketing. Menez une discussion : Discutez d'exemples de positionnement de produit : son objectif et sa contribution au développement d'une campagne marketing destinée à des groupes cibles spécifiques.

Activité en petit groupe : les élèves sélectionnent une entreprise, recherchent le positionnement de son produit et partagent leurs découvertes avec le groupe.

Activité individuelle : Mener des recherches locales en collectant des dépliantes auprès des entreprises locales de leurs supports promotionnels, en identifiant leurs caractéristiques communes et en évaluant leur impact sur le chiffre d'affaires, la fidélisation des clients, etc.

Faites une présentation : Expliquez l'environnement commercial externe dans un contexte mondial. Expliquez pourquoi il est important pour une entreprise de pouvoir comprendre l'environnement dans lequel elle entreprend des activités internationales et couvrez les facteurs PEST et PESTLE.

Activité jumelée : Les élèves identifient certains des différents facteurs qui peuvent survenir lorsqu'ils entreprennent une analyse environnementale d'une entreprise nationale par rapport à une entreprise internationale.

Mener une discussion : Sur une analyse PEST/PILON/STEEPLE.

Activité en binôme : Guider les étudiants dans leur choix d'une entreprise internationale sur laquelle réaliser une analyse environnementale. Attribuez des tâches à différentes paires, qui doivent entreprendre différentes approches de l'analyse environnementale (PEST/PESTLE/STEEPLE).

Présentations des élèves : Les élèves présentent les résultats de leur analyse environnementale à la classe.

Faire une présentation : analyse SWOT.

Activité en binôme : Demandez aux élèves de choisir une entreprise qu'ils connaissent et d'effectuer une analyse SWOT sur l'entreprise. Ils doivent présenter leurs conclusions à l'ensemble du groupe pour constituer une banque d'analyses d'entreprises.

Présentations des professeurs en EEP et discussion en classe : sur les techniques de données de recherche pour étayer l'analyse situationnelle (SWOT STEEPL et comment appliquer l'analyse des cinq forces de Porter).

Activité individuelle : donnez aux étudiants plusieurs mini-études de cas pour déterminer un marché cible, effectuez une analyse des concurrents et appliquez l'analyse des cinq forces de Porter à chacun, leur permettant de voir l'application des cinq forces de Porter dans différents contextes.

Faites une présentation : Expliquez l'utilisation de différentes stratégies de tarification pour répondre à différents objectifs marketing. Donnez aux élèves des exemples de différents produits avec des niveaux de prix différents et demandez-leur de réfléchir à la raison pour laquelle un niveau de prix particulier a été sélectionné.

Discussion en classe : Discutez de la manière de sélectionner une stratégie de tarification appropriée pour une gamme de produits ou de services, dans laquelle les réponses doivent être justifiées.

Menez une discussion : Donnez aux apprenants des exemples de contenu clé de plusieurs campagnes réussies. Discutez de ce que chaque campagne vise à atteindre (par exemple, la notoriété de la marque, la génération ou la conversion de prospects, la fidélité ou la vente incitative). Demandez aux élèves de déterminer si le message est clair ou confus et si la campagne est créative et/ou mémorable.

Menez une discussion : récapitulez le marketing mix étendu.

Activité en binôme : les élèves recherchent les facteurs clés influençant un mix marketing intégré, recherchent le mix marketing étendu et appliquent les concepts à deux produits et un service contrastés.

Menez une discussion : sur la manière dont les organisations commerciales sélectionnent les médias les plus appropriés pour leurs campagnes de marketing. Les élèves étudient un large éventail de médias différents, par exemple, la télévision, la radio, la presse écrite, Internet, la signalisation, le placement de produits, les appareils mobiles, le parrainage et d'autres opportunités telles que les reçus de caisse.

Présentation : Les élèves présentent leurs résultats de recherche à l'ensemble du groupe, en répondant aux questions sur ce qu'ils ont recherché.

Faites une présentation : présentez les coûts à prendre en compte, par exemple, les coûts de création, les coûts d'impression/d'exposition et les coûts techniques tels que le codage du site Web et le temps de gestion.

Activité en binôme : Les élèves recherchent les coûts individuels d'une campagne de marketing en utilisant Internet et d'autres sources d'information.

Faites une présentation : comment mesurer le succès ou l'échec d'une campagne marketing et comment évaluer le retour sur investissement marketing.

Discussion en classe : Discutez de la manière dont les données d'évaluation de la campagne seront saisies, par exemple, les numéros de téléphone et les médias sociaux.

Menez une discussion en classe sur la façon d'évaluer la pertinence d'une campagne de marketing.

Activité en binôme : Donnez aux élèves une étude de cas d'une campagne de marketing pour évaluer si elle est appropriée ou non.

Lignes directrices pour	Rechercher les caractéristiques d'un marché Recherche de campagnes marketing Rechercher l'application du mix promotionnel
-------------------------	---

<p>les formateurs pour AIM 2</p> <p>(Explorer des approches de marketing de produits à l'échelle nationale et internationale. Élaborez un plan pour une campagne de marketing pour un nouveau produit.)</p>	<p>Buts et objectifs marketing</p> <p>Développer le raisonnement</p> <p>L'application du marketing-mix</p> <p>Les campagnes marketing</p> <p>Menez une discussion : Définissez le concept de marché cible et ses segments. Donnez des exemples de marchés cibles pour certaines organisations commerciales bien connues.</p> <p>Discussion de groupe : Réfléchissez aux méthodes de marketing qui conviennent le mieux aux différents marchés cibles et pourquoi.</p> <p>Faites une présentation : Campagnes de marketing de recherche.</p> <p>Menez une discussion : récapitulez le marketing mix et le marketing mix étendu.</p> <p>Activité en petit groupe : Donnez aux élèves une étude de cas d'une campagne de marketing pour une entreprise bien connue. Demandez-leur d'évaluer l'efficacité de cette campagne. Ils doivent considérer les résultats de la campagne par rapport aux objectifs, aux mesures quantitatives et qualitatives et aux mesures Internet.</p> <p>Faites une présentation : Donnez un aperçu du mix promotionnel.</p> <p>Menez une discussion : Discutez de l'évolution du rôle d'Internet dans la promotion des produits et des services au fil du temps.</p> <p>Faire une présentation : Expliquez l'utilisation de différentes méthodes et techniques de recherche dans lesquelles une entreprise fait la promotion de ses produits ou services auprès de son marché cible, en relation avec la publicité, les relations publiques ou la publicité, la promotion des ventes, le marketing direct, la vente personnelle.</p> <p>Discussion en classe : Discutez de la manière de sélectionner, avec justification, une méthode de recherche appropriée.</p> <p>Faites une présentation : Décrivez une gamme d'activités promotionnelles, par exemple, la publicité payante, les offres promotionnelles de vente, les activités de relations publiques, la vente personnelle, le parrainage, les recommandations de célébrités, les placements de produits à la télévision et au cinéma, l'utilisation des nouveaux médias, le marketing numérique et Marketing de guérilla.</p> <p>Activité individuelle : Les élèves recherchent des exemples de chaque type d'activité promotionnelle et dressent un tableau montrant les avantages et les inconvénients de chaque type.</p>
<p>Évaluation de la description de la compétence</p>	<p>Observation du professeur d'EEP (initiale, continue, finale).</p> <p>Rapport de capacité d'équipe des étudiants avec des processus de marketing clairement présentés, création de documents corrects, conclusions et suggestions d'amélioration.</p> <p>Auto-évaluation des étudiants (initiale, continue, finale).</p>
<p>Exemples d'outils d'évaluation</p>	<p>Auto-évaluation. Il s'agit d'une manière positive et constructive d'impliquer les étudiants en EEP dans le processus d'évaluation et d'observer les compétences qu'ils ont développées ainsi que les progrès qu'ils ont réalisés. Cela peut se faire en deux phases : remplir les questionnaires et avoir une discussion en face à face avec l'enseignant en EEP. Ces deux manières peuvent être combinées et un étudiant peut remplir le questionnaire après ou pendant la discussion.</p>

	<p>Profil de travail indépendant. Il s'agit d'une stratégie de carrière élaborée et définit une vision pour l'avenir. Les étudiants en PE peuvent mettre des idées dans un format de vision concrète qui fait ressortir les éléments importants.</p> <p>Observation de la réalisation d'une tâche pour identifier, décrire et répertorier les besoins et aspirations des élèves d'EEP à court, moyen et long terme, les forces et faiblesses individuelles et collectives et les ressources internes/externes qu'ils vont mobiliser.</p> <p>Démonstration des compétences/capacités pour répertorier les différents types de ressources que les élèves vont utiliser, possèdent déjà et doivent rechercher. De plus, on observe si les étudiants peuvent relier leurs ressources individuelles et collectives aux opportunités et aux perspectives s'ils démontrent le désir d'utiliser leurs forces et leurs capacités pour tirer le meilleur parti des opportunités de création de valeur.</p> <p>De cette façon, les enseignants en EEP peuvent observer le travail et la manière dont les tâches sont abordées par les élèves et peuvent donner des commentaires positifs et constructifs et évaluer et voir le potentiel des différents rôles. Cela peut se faire dans différents laps de temps :</p> <p>Évaluation d'observation initiale - Au début des activités en EEP.</p> <p>Évaluation par observation continue - Cela se fait par l'observation continue du travail de l'étudiant dans l'environnement de l'EEP.</p> <p>Observation finale - A la fin des activités de l'EEP - Cela permet d'identifier les connaissances holistiques des élèves sur les problèmes et de suivre l'évolution et les connaissances tout au long de la formation. Il peut servir de test de base des compétences clés.</p> <p>Rapport de capacité de l'équipe. Cela englobe les préférences de travail individuelles et la satisfaction professionnelle globale des étudiants en EEP. Il pourrait également examiner comment différentes idées au sein de l'équipe peuvent créer de la valeur et comment l'équipe peut en faire un usage efficace.</p>
Questions d'orientation	<p>Qu'est-ce que la recherche marketing ?</p> <p>A quoi sert la recherche marketing ?</p> <p>Quels domaines de la recherche marketing connaissez-vous ?</p> <p>Identifier ce qui pourrait être l'objet d'une étude marketing ?</p> <p>Quelle formule de réussite réside dans le complexe marketing ?</p> <p>Quel est l'impact des facteurs marketing sur le comportement des consommateurs ?</p> <p>La campagne renforce-t-elle les valeurs de la marque, et si oui, comment ?</p> <p>Les activités de marketing sont-elles durables dans le temps avec justification ?</p> <p>La campagne peut-elle être modifiée si des influences internes ou externes changent ?</p> <p>La campagne atteint-elle les objectifs annoncés ?</p> <p>Utilisez des exemples pour justifier les réponses.</p> <p>La campagne atteint-elle le bon public cible ?</p> <p>Y a-t-il des considérations éthiques ou juridiques qui doivent être prises en compte ?</p>
Collecte de commentaires	<p>Les objectifs du module sont clairement définis, la théorie est basée sur des exemples pratiques. Les tâches d'évaluation offrent l'occasion de démontrer les</p>

connaissances et les compétences acquises au cours des études du module. Un retour d'information est fourni sur le travail effectué (les résultats des évaluations, des travaux indépendants, etc. sont discutés). Consultations opportunes des enseignants.

SUJET : Diriger une entreprise : gestion du marketing

Nom	Format	La description	Lien:	Langue
Le rôle de la commercialisation	Article Vidéo	Qu'est-ce que le marketing ? Dans le monde d'aujourd'hui, le rôle du marketing dans les organisations est trop important pour être ignoré. Grandes et petites organisations se disputent aujourd'hui le même marché et les plus innovantes et proactives sont sorties vainqueurs.	https://courses.lumenlearning.com/wmpen-introbusiness/chapter/the-role-of-customers-in-marketing/	FR
Méthodes d'études de marché	Article vidéo,	Vous souhaitez savoir pourquoi, comment et quand appliquer une étude de marché ? Vous voulez découvrir pourquoi vos consommateurs n'achètent pas vos produits ? Êtes-vous intéressé par le lancement d'un nouveau produit, service ou même une nouvelle campagne marketing, mais vous n'êtes pas sûr de ce que veulent vos consommateurs ?	https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/ https://www.youtube.com/watch?v=VTPnXfYcaXI	FR
Modèles commerciaux utilisés en marketing	Article, Vidéo	Précisément, un modèle d'entreprise est un cadre holistique pour définir, comprendre et concevoir l'ensemble de votre entreprise dans l'industrie. Souvent, les entrepreneurs novices ne comprennent pas l'importance des modèles commerciaux.	https://bstrategyhub.com/50-types-of-business-models-the-best-examples-of-companies-using-it/ https://www.youtube.com/watch?v=4xRyg5FItul	FR
Rechercher les caractéristiques d'un marché	Article, Vidéo	La recherche marketing est l'une des fonctions importantes de la gestion marketing. C'est aussi l'une des composantes du SIG. Nous savons que l'information est l'intrant de base dans la prise de décisions. Chaque responsable a besoin d'informations pertinentes, fiables, adéquates et opportunes pour prendre des décisions liées à n'importe quel domaine du marketing.	https://us.corwin.com/sites/default/files/upm-binaries/5410_McQuarrie_I_Proof_Chapter_1.pdf https://www.youtube.com/watch?v=cxSOhz5x9ws	FR

Recherche de campagnes marketing	Article, Vidéo	<p>Qu'est-ce qu'une campagne marketing ?</p> <p>Les campagnes de marketing sont des efforts organisés et stratégiques pour promouvoir un objectif spécifique de l'entreprise, comme la sensibilisation à un nouveau produit ou la collecte des commentaires des clients.</p>	<p>https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-campagnes</p> <p>https://www.ted.com/talks/teresa_heart_wareing_how_social_media_is_changing_the_face_of_marketing</p>	FR
Rechercher l'application du mix promotionnel	Article	<p>Mener le bon type de recherche pour analyser comment le mix marketing s'applique à votre produit ou service vous aidera à poursuivre les bonnes stratégies pour votre entreprise.</p>	<p>https://edwardlowe.org/how-to-establish-a-promotional-mix/</p> <p>https://blog.alexacom/promotional-mix-elements/</p>	FR
Buts et objectifs marketing	Article	<p>Quel est l'objectif principal du marketing ?</p> <p>Le but du marketing est de générer des revenus pour une marque, une entreprise ou une organisation.</p>	<p>https://www.impactplus.com/blog/what-is-the-purpose-of-marketing</p>	FR
Développer le raisonnement	Article	<p>La raison d'être de l'utilisation de différentes stratégies de marketing est d'obtenir une meilleure compréhension des besoins du marché et de les satisfaire plus complètement. Les entreprises qui développent des stratégies de marketing efficaces réalisent des volumes de ventes élevés avec les marges bénéficiaires souhaitées.</p>	<p>https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/strategy</p>	FR
L'application du marketing-mix	Article, vidéo,	<p>Qu'est-ce que le marketing mix ?</p> <p>Chaque marché cible nécessite un mix marketing unique pour satisfaire les besoins des clients cibles et atteindre les objectifs de l'entreprise. Une stratégie doit être construite pour chacun des 4P, et toutes les stratégies doivent être mélangées avec les stratégies des autres éléments.</p>	<p>https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/</p> <p>https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_94.htm</p>	FR
Les campagnes marketing	Vidéo	<p>La création d'un plan de marketing demande de la créativité, mais se fier à votre instinct et à votre intuition peut conduire à des</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=4tiuK60nLk</p>	FR

hypothèses qui ne se concrétisent pas lorsque vous ouvrez vos portes. Le mix marketing consiste en des stratégies de développement de produits, de tarification, de promotions et de distribution interdépendantes qui doivent être basées sur des recherches approfondies.

<https://www.youtube.com/watch?v=RX0Y2JbS9K4>

Diriger une entreprise : gestion des ventes et des achats



III.5. Diriger une entreprise : gestion des ventes et des achats

Gérer une entreprise : gestion des ventes et des achats

Introduction et justification	<p>Aperçu de la tâche : Le service commercial comprend des fonctions de vente actives et gère en même temps l'approvisionnement en marchandises : les responsables recherchent constamment de nouveaux clients, sont responsables de l'ensemble du processus de communication avec eux, sont responsables de la qualité des produits, des délais de livraison, gèrent l'exécution des contrats et affectations.</p> <p>Objectif principal : L'objectif principal des ventes est d'assurer un maximum de ventes pour répondre aux besoins des consommateurs et obtenir le profit le plus élevé possible.</p> <p>Contenu : Afin de gérer systématiquement les ventes d'un client particulier, le processus de vente se compose de certaines étapes : sélection des clients, maintenir une relation constante avec les clients, les aider à prendre des décisions lors de l'achat de produits ou de biens réguliers, tout en proposant des produits ou des biens complémentaires. Fournir une proposition de valeur pour un produit ou un service (un ensemble de différentes offres d'avantages) aux consommateurs. Fournir à l'acheteur/client des informations détaillées sur le produit/service, éliminer les objections, convaincre l'acheteur que la transaction de vente et d'achat lui est bénéfique.</p>
Organisation et durée du travail	<p>25 heures au total :</p> <p>Heures de contact (10 h)</p> <p>Travail d'étudiant indépendant avec consultations de formateurs (12 h)</p> <p>Évaluation (3 h)</p>
Équipement et ressources	<p>Programmes de techniques et de processus de vente.</p> <p>Documents/modèles standards.</p> <p>Littérature méthodique de la description de poste du département des ventes PE.</p>
Méthodes d'apprentissage	<p>Étude de la littérature recommandée et des ressources Internet, exemples de documents ;</p> <p>Conversation-discussion ;</p> <p>Exécution individuelle ou en groupe d'une tâche ;</p> <p>Évaluation de l'outil d'idée ;</p> <p>La prise de décision.</p>
Objectif(s) d'apprentissage	<p>OBJECTIF 1. Comprendre la préparation et les pratiques professionnelles requises dans le processus de vente. Explorez les principes et les procédures impliqués dans la réalisation d'une vente réussie.</p> <p>OBJECTIF 2. Examiner l'efficacité des techniques utilisées pour mener à bien les activités de vente</p>

<p>Résultats et compétences acquises.</p>	<p>Idées et possibilités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • pensée éthique et durable, • la créativité, • vision. <p>Ressources:</p> <ul style="list-style-type: none"> • motivation et persévérance; • la conscience de soi et l'auto-efficacité, • mobiliser des ressources. <p>En action:</p> <ul style="list-style-type: none"> • planification et gestion; • travailler avec les autres; • apprendre par l'expérience, • prendre l'initiative.
<p>Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 1 (Comprendre la préparation et les pratiques professionnelles requises dans le processus de vente. Explorez les principes et les procédures impliqués dans la réalisation d'une vente réussie)</p>	<p>Préparation du processus de vente. Contact professionnel avec les clients. Pratiques de vente éthiques. Gestion des ventes. Processus de réunion post-acquisition. Suivi et problèmes après-vente. Faire une présentation : Prise de contact. Le vendeur doit comprendre qu'il est là pour résoudre les problèmes du client. Mener une discussion : Clarification des besoins des clients. La clé n'est pas de demander, mais d'écouter ce que le client dit sur ses attentes réelles. Les étudiants participent à la discussion "Sélection - l'acheteur nous convient-il ?" La sélection est importante pour le vendeur lui-même afin qu'il se sente bien et qu'il apprécie ensuite le processus de vente. Visite : les élèves visitent un parc commercial ou un centre commercial local pour acquérir une compréhension de base des différentes manières dont les entreprises et les produits sont commercialisés. Faire une présentation : Gestion des contradictions. Les objections n'ont pas besoin d'être surmontées ; ils doivent être gérés. Menez une discussion : Mauvaises réactions des vendeurs : qu'est-ce qu'une contradiction ? Ceci est généralement associé au doute ou à la peur du client, mais l'objection est le désir du client de l'aider à le découvrir. Activité en binôme : les élèves analysent les croyances auxquelles un vendeur est confronté. Quelle est la valeur du produit ? Quelle est la récompense du vendeur ? Faire une présentation : Principes d'une communication efficace avec le client : présentation de soi et compréhension des autres. Attitude positive et respect du client. Menez une discussion : Qu'est-ce que la pensée positive apporte à la communication, comment affecte-t-elle les relations ? Activité en binôme : Les élèves analysent les types de clients ainsi que leurs attentes et désirs. Présentations des étudiants : Meeting Customer. Clarification du besoin. Faire une présentation : Gestion des situations de service à la clientèle conflictuelles et complexes. Faire face à un client mécontent, réponse à une</p>

réclamation. Client difficile. Travailler avec les clients pendant les périodes de pointe.

Mener une discussion : Particularités et erreurs de la communication téléphonique.

Vidéos illustrant des conversations téléphoniques.

Faire une présentation : Un enjeu éthique en entreprise.

Menez une discussion : Le rôle des directeurs des ventes.

Conférencier invité : « Business et éthique ? Il n'y a pas d'éthique ici. » Et encore ?

Faire une présentation : Service client après-vente. Lorsque les acheteurs sont satisfaits de la qualité d'un produit ou d'un service, ils retournent chez le vendeur précédent pour acheter de plus en plus de nouveaux biens ou services. Ces clients deviennent des clients fidèles et sont très bénéfiques pour l'entreprise. Plus une entreprise a de clients fidèles, moins elle doit dépenser d'argent pour trouver de nouveaux clients et faire de la publicité.

Activité de recherche individuelle : interrogez les dirigeants de plusieurs entreprises, pourquoi est-il important de servir l'acheteur non seulement pendant le processus d'achat, mais aussi après un certain délai après la transaction ?

Activité en petit groupe : que doit faire le vendeur dans une telle situation et quelles mesures doit-il prendre pour éliminer les objections de l'acheteur et souhaite-t-il conclure une transaction de vente et d'achat ?

Faites une présentation : pourquoi fidéliser vos clients ?

Menez une discussion : comment la perte de clients fidèles peut-elle être préjudiciable aux opérations et à la rentabilité de l'entreprise ? Chaque entreprise accorde beaucoup d'attention à attirer de nouveaux clients, mais les entreprises oublient qu'il est nécessaire de prendre soin des clients réguliers et de leurs besoins.

Activité en binôme : les élèves discutent des raisons pour lesquelles les clients fidèles sont si importants pour une entreprise et pourquoi, lorsque les entreprises perdent de tels clients, elles subissent des pertes importantes ?

Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 2 (Examiner l'efficacité des techniques utilisées pour mener à bien les activités de vente)	Techniques de vente et management. Mesures de succès. Examen des performances de vente personnelles. Faites une présentation : L'importance des ventes. Les ventes et les biens et services qu'elles contiennent. Qu'est-ce qu'il est important de souligner lorsqu'on en parle ? Activité en petit groupe : lorsqu'il s'agit de livrer un produit à un acheteur, une erreur courante commise par les vendeurs est de réduire le prix. Êtes-vous d'accord avec l'énoncé ? Faites une présentation : Tâches du processus de vente. Réception et acceptation des commandes. Exécution des commandes. Soutien aux ventes. Menez une discussion : Recherchez des acheteurs potentiels. Afin de trouver de tels clients, les organisations utilisent certains systèmes et outils pour aider à informer le public sur les avantages des biens ou services qu'elles fournissent. Faire une présentation : Gestion des ventes. La gestion des ventes est la gestion et le contrôle des activités de vente dans une organisation.
--	---

Menez une discussion : Planifiez, choisissez des stratégies et des tactiques pour aider à réaliser des ventes efficaces.

Activité en petit groupe : Formuler un objectif de vente et sélectionner les bons employés qui seraient en mesure d'accomplir parfaitement les tâches liées aux activités de vente.

Mener une discussion : Surveiller l'évolution des ventes, augmenter la qualification des employés et encourager les employés à mieux travailler pour atteindre les objectifs de l'organisation.

Activité jumelée : Suivi, évaluation et contrôle des résultats. Cela signifie analyser les objectifs atteints par PE en termes de ventes.

Activité en petit groupe : les élèves choisissent un autre EP et recherchent des offres utiles dans les ventes.

Faites une présentation : Histoires de réussite (par exemple, Bill Gates, Ingvar Kamprad et autres)

Activité en binôme : Trouvez des histoires de réussite intéressantes et présentez-les au groupe.

Faites une présentation : qu'est-ce qui détermine le succès des ventes ?

Activité en petit groupe :

Sujets : "L'attitude du vendeur - est-il axé sur les ventes actives ?" "Comment s'organise le processus de vente de l'entreprise ?", "Le vendeur connaît-il bien le produit ou le service vendu ?", "Les différentes techniques et méthodes de vente", "Le management de la qualité du service commercial".

Menez une discussion : Résumez les idées de ce dont dépend le succès des ventes.

Partager les meilleures pratiques avec un représentant commercial : quelles ventes sont considérées comme efficaces ?

Faites une présentation : Vente personnelle : objectifs et fonctions.

Activité en petit groupe : La vente personnelle est une forme de publicité très exclusive. Pourquoi ?

Faites une présentation : Comment créer des plans de vente ? Développer une stratégie marketing réussie, trouver des opportunités de vendre des produits et des services et mieux communiquer avec les clients existants et potentiels est une tâche ardue.

Activité en petit groupe : Positionnez vos produits ou services : A qui vendez-vous ? De quoi ces clients ont-ils besoin ? En quoi votre produit ou service est-il différent d'un concurrent ? Quand et à quelle fréquence devez-vous appliquer les outils marketing ?

Évaluation de la description de la compétence	Observation du professeur en EEP (initiale, continue, finale). Rapport de capacité d'équipe des étudiants avec des processus de marketing clairement présentés, création de documents corrects, conclusions et suggestions d'amélioration. Auto-évaluation des étudiants (initiale, continue, finale).
Exemples d'outils d'évaluation	Auto-évaluation. Il s'agit d'une manière positive et constructive d'impliquer les étudiants en EEP dans le processus d'évaluation et d'observer les compétences qu'ils ont développées ainsi que les progrès qu'ils ont réalisés. Cela peut se faire en deux phases : remplir les questionnaires et avoir une discussion « face à face

» avec l'enseignant en EEP. Ces deux manières peuvent être combinées et un élève peut remplir le questionnaire après ou pendant la discussion.

Profil de travail indépendant. Il s'agit d'une stratégie de carrière élaborée et définit une vision pour l'avenir. Les étudiants en EEP peuvent mettre des idées dans un format de vision concrète qui fait ressortir les éléments importants.

Observation de la réalisation d'une tâche pour identifier, décrire et répertorier les besoins et les aspirations des élèves de l'EEP à court, moyen et long terme, les forces et les faiblesses individuelles et collectives et les ressources internes/externes qu'ils vont utiliser.

Démonstration des compétences/capacités pour répertorier les différents types de ressources que les élèves vont utiliser, possèdent déjà et doivent rechercher. De plus, on observe si les étudiants peuvent relier leurs ressources individuelles et collectives aux opportunités et aux perspectives s'ils démontrent le désir d'utiliser leurs forces et leurs capacités pour tirer le meilleur parti des opportunités de création de valeur.

De cette façon, les enseignants d'EPS peuvent observer le travail et la manière dont les tâches sont abordées par les élèves et peuvent donner des commentaires positifs et constructifs et évaluer et voir le potentiel des différents rôles. Cela peut être fait dans différentes périodes : Évaluation d'observation initiale. Au début des activités de l'EEP.

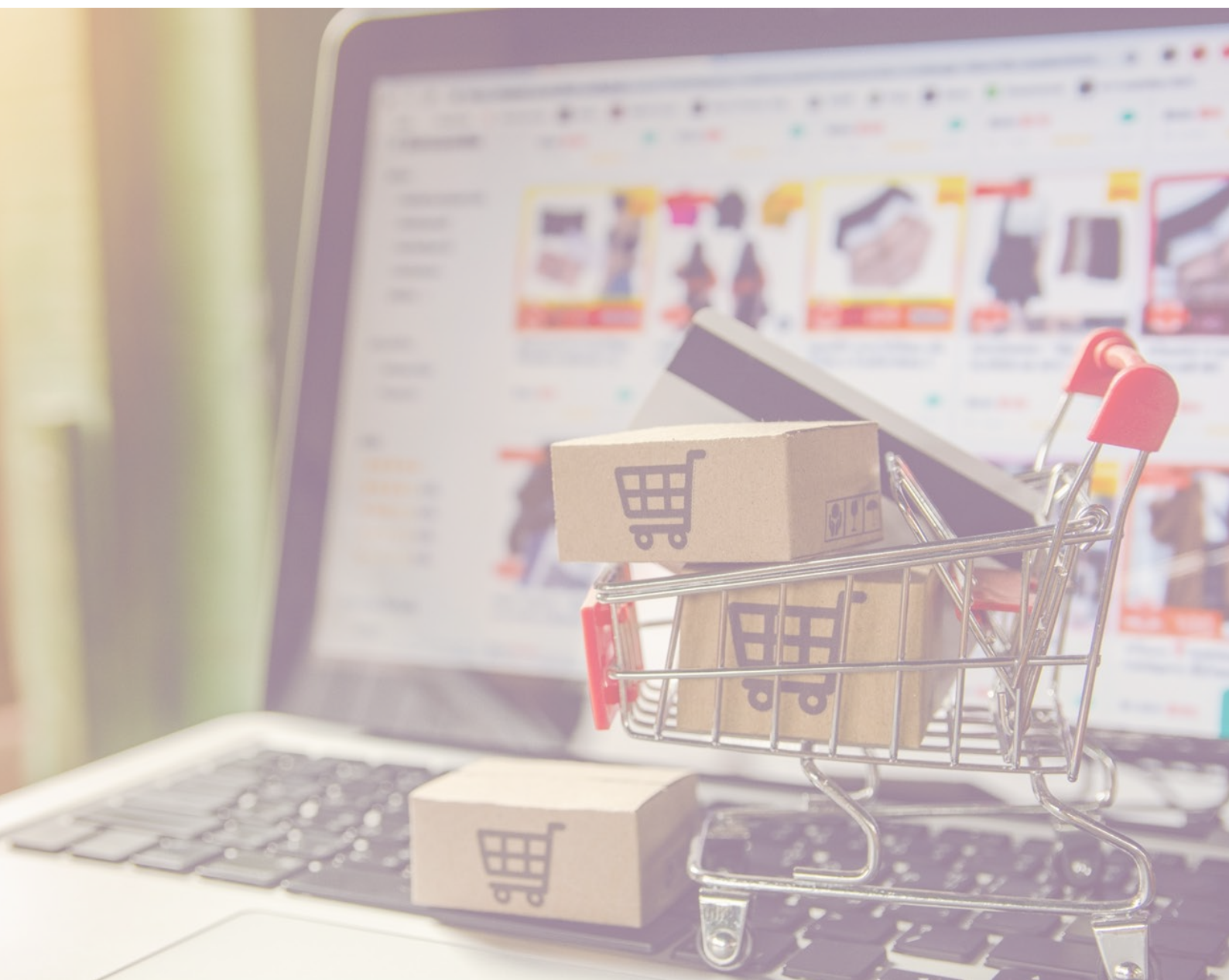
Évaluation par observation continue. Cela se fait par l'observation continue du travail de l'étudiant dans l'environnement de l'EEP.

Observation finale. A la fin des activités de l'EEP. Cela permet d'identifier les connaissances holistiques de l'étudiant en EEP sur les problèmes et de suivre l'évolution et les connaissances tout au long de la formation. Il peut servir de test de base des compétences clés.

Rapport de capacité de l'équipe. Cela englobe les préférences de travail individuelles et la satisfaction professionnelle globale des étudiants en EEP. Il pourrait également examiner comment différentes idées au sein de l'équipe peuvent créer de la valeur et comment l'équipe peut en faire un usage efficace.

Questions d'orientation	<p>Pourquoi le comportement éthique est-il important et bénéfique pour l'entreprise ?</p> <p>Pourquoi, en plus des choses habituelles comme la planification des ventes, les prix, la publicité, parle-t-on de l'importance de l'éthique ?</p> <p>Pourquoi les professionnels de la vente doivent-ils se sentir moralement et socialement responsables vis-à-vis des parties prenantes et vis-à-vis de leurs propres convictions ?</p>
Collecte de commentaires	<p>Les objectifs du module sont clairement définis, la théorie est basée sur des exemples pratiques. Les tâches d'évaluation offrent l'occasion de démontrer les connaissances et les compétences acquises au cours des études du module. Un retour d'information est fourni sur le travail effectué (les résultats des évaluations, des travaux indépendants, etc. sont discutés). Consultations opportunes des enseignants.</p>

Diriger une entreprise : gestion des ressources humaines



III.6. Diriger une entreprise : gestion des ressources humaines

Diriger une entreprise : gestion des ressources humaines

Introduction et justification	<p>Aperçu de la tâche : La gestion des ressources humaines en tant que département d'une organisation gère tous les aspects des employés, comme la pratique du recrutement, de l'embauche, du déploiement et de la gestion des employés d'une organisation.</p> <p>Objectif principal : préparer les étudiants à gérer les processus liés aux fonctions de gestion des ressources humaines telles que la planification, l'organisation, la direction et le contrôle.</p> <p>Contenu : La gestion des ressources humaines a diverses fonctions telles que la planification des ressources humaines, la réalisation d'analyses d'emploi, le recrutement et la conduite d'entretiens d'embauche, la sélection des ressources humaines, l'orientation, la formation, la rémunération, l'offre d'avantages et d'incitations, l'évaluation, la fidélisation, la planification de carrière, la qualité de vie au travail, l'employé la discipline, l'audit des ressources humaines, le maintien des relations industrielles, le bien-être des employés et les questions de sécurité, la communication avec tous les employés à tous les niveaux et le maintien de la connaissance et du respect des lois du travail.</p>
Organisation et durée du travail	<p>25 heures au total :</p> <p>Heures de contact (10 h)</p> <p>Les étudiants indépendants travaillent avec la consultation du formateur (12h)</p> <p>Évaluation (3h)</p>
Équipement et ressources	<p>Programmes de gestion du personnel.</p> <p>Norme/modèles de documents.</p> <p>Littérature méthodique de la description de poste du département des ressources humaines de l'EEP.</p> <p>Exemples de documents.</p>
Méthodes d'apprentissage	<p>Étude de la littérature recommandée et des ressources Internet, des documents et des exemples ;</p> <p>Conversation-discussion ;</p> <p>Exécution individuelle ou en groupe d'une tâche ;</p> <p>Évaluation de l'outil d'idée ;</p> <p>La prise de décision.</p>
Objectif(s) d'apprentissage	<p>OBJECTIF 1 planifier et organiser les ressources humaines</p> <p>OBJECTIF 2 diriger et contrôler les ressources humaines.</p>

<p>Résultats et compétences acquises.</p>	<p>Idées et possibilités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • pensée éthique et durable; <p>Ressources:</p> <ul style="list-style-type: none"> • motivation et persévérance; • la conscience de soi et l'auto-efficacité; <p>En action:</p> <ul style="list-style-type: none"> • planification et gestion; • travailler avec les autres; • apprendre par l'expérience.
<p>Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 1 (planifier et organiser les ressources humaines)</p>	<p>Faites une courte présentation sur les ressources humaines :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La planification, en tant que processus par lequel la direction s'assure qu'elle dispose du personnel adéquat, capable d'accomplir les tâches qui aident l'organisation à atteindre ses objectifs. Cela implique la prévision des besoins en ressources humaines et l'appariement projeté des individus avec les postes vacants attendus. 2. Organisation, en tant que processus par lequel la direction assure le recrutement et la dotation, la rémunération et les avantages sociaux, la formation et l'apprentissage, les relations de travail et les relations avec les employés, le développement de l'entreprise. <p>Mener une discussion sur les besoins en personnel ?</p> <p>Demandez aux apprenants de travailler en petits groupes pour effectuer des recherches sur les exigences en matière de santé et de sécurité pour les espaces de travail des employés, etc., et partagez leurs découvertes avec la classe.</p> <p>Expliquer tous les processus importants : directives/règles internes ; enregistrement des heures de travail ; calcul du salaire ; déduction des services sociaux ; taxe (PAYE) ; procédure d'emploi ; annonces d'emploi ; entretiens personnels; réunions du personnel; préparation et distribution de l'ordre du jour des réunions ; rédaction des procès-verbaux des réunions.</p> <p>Invitez un conférencier invité – spécialiste des ressources humaines.</p> <p>Rédaction d'une description de poste de gestion des ressources humaines avec objectif et tâches ; quel type de travail (fonctions, procédures) sera effectué dans le département/bureau ; quels documents peuvent être utilisés.</p> <p>Donnez aux apprenants des exemples de documents et d'exercices à réaliser, individuellement ou en groupe.</p> <p>Expliquez les lois, les décisions gouvernementales qui contrôlent le travail du département des recours humains : santé, droit du travail et de l'emploi, retraite, accidents et indemnisation des accidents du travail, chômage, congés payés et autres lois et réglementations qui affectent l'emploi.</p> <p>Faire une présentation sur les réunions et les rapports. Discutez du but de la tenue des réunions et de la fréquence à laquelle elles devraient avoir lieu. Expliquez la différence entre les réunions formelles, avec procès-verbal, et les réunions de groupe informelles. Demandez aux apprenants de réfléchir à</p>

	l'importance de tenir un journal de travail indiquant quand ils doivent tenir de telles réunions et à quelles fins.
Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 2 (diriger et contrôler les ressources humaines)	<p>Expliquer le rôle et les fonctions du chef du service des ressources humaines.</p> <p>La tête RH :</p> <ul style="list-style-type: none"> • assiste le directeur de l'EEP dans l'organisation ou le renouvellement de l'activité commerciale de l'entreprise, dans la planification et la coordination des actions des employés du service, dans la représentation de l'entreprise dans les différents événements et réunions, ainsi que dans l'organisation d'événements. • coordonnent leurs actions avec le directeur de l'EEP, • confie des tâches aux employés et contrôle leur performance, coordonne les décisions, • doit organiser différents événements , • présente un compte rendu des travaux effectués par le service lors des réunions ; • vérifie et signe les contrats et autres documents relatifs à l'activité du département (conformément aux pouvoirs délégués par le directeur/enseignant de l'EEP) ; • planifiera à l'avance les voies d'amélioration de l'activité de l'entreprise. <p>Préparer les champs d'orientation des tâches pour le chef du service des ressources humaines.</p> <p>Demandez au responsable de réfléchir et de préparer des documents pour diriger et contrôler les ressources humaines et de conseiller sur la manière d'atteindre l'objectif.</p>
Évaluation de la description de la compétence	<p>Observation de l'enseignant (initiale, continue, finale).</p> <p>Rapport de capacité d'équipe des étudiants avec des processus de gestion des ressources humaines clairement présentés, créer des documents corrects, des conclusions et des suggestions d'amélioration.</p> <p>Auto-évaluation des étudiants (initiale, continue, finale).</p>
Exemples d'outils d'évaluation	<p>Auto-évaluation. Il s'agit d'une manière positive et constructive d'impliquer les étudiants en EEP dans le processus d'évaluation et d'observer les compétences qu'ils ont développées ainsi que les progrès qu'ils ont réalisés. Cela peut se faire en deux phases : remplir les questionnaires et avoir une discussion en face à face avec l'enseignant de l'EEP. Ces deux manières peuvent être combinées et un élève peut remplir le questionnaire après ou pendant la discussion.</p> <p>Profil de travail indépendant. Il s'agit d'une stratégie de carrière élaborée et définit une vision pour l'avenir. Les étudiants en EEP peuvent mettre des idées dans un format de vision concrète, qui fait ressortir les éléments importants.</p> <p>Observation de la réalisation d'une tâche pour identifier, décrire et répertorier les besoins et les aspirations des élèves à court, moyen et long terme, les forces et les faiblesses individuelles et collectives et les ressources internes/externes qu'ils vont utiliser.</p>

Démonstration des compétences/capacités pour répertorier les différents types de ressources que les élèves vont utiliser, possèdent déjà et doivent rechercher. De plus, on observe si les étudiants peuvent relier leurs ressources individuelles et collectives aux opportunités et aux perspectives s'ils démontrent le désir d'utiliser leurs forces et leurs capacités pour tirer le meilleur parti des opportunités de création de valeur.

De cette façon, les enseignants en EEP peuvent observer le travail et la manière dont les tâches sont abordées par les élèves et peuvent donner des commentaires positifs et constructifs et évaluer et voir le potentiel des différents rôles. Cela peut se faire dans différents laps de temps :

Évaluation de l'observation initiale. Au début des activités de l'EEP.

Évaluation par observation continue. Cela se fait par l'observation continue du travail de l'étudiant dans l'environnement d'éducation en présentiel.

Observation finale. A la fin des activités d'éducation présentielle. Cela permet d'identifier les connaissances holistiques des étudiants en PE sur les problèmes et de suivre l'évolution et les connaissances tout au long de la formation. Il peut servir de test de base des compétences clés.

Rapport de capacité de l'équipe. Cela englobe les préférences de travail individuelles et la satisfaction professionnelle globale des étudiants en EEP. Il pourrait également examiner comment différentes idées au sein de l'équipe peuvent créer de la valeur et comment l'équipe peut en faire un usage efficace.

Questions
d'orientation

Quel est le principal objectif fondateur de la direction des ressources humaines ?

Quelles sont les principales fonctions du service des ressources humaines ?

Énumérer tous les documents que le travailleur forme lors de l'acceptation du travail ?

Quels sont les principaux documents qui doivent être créés par le travailleur des services des ressources humaines lors de l'acceptation ?

Quelles lois – décisions gouvernementales – contrôlent le travail des départements des ressources humaines ?

Quels conseils donneriez-vous à une personne qui passe un entretien à la Direction des Ressources Humaines ?

Quels journaux d'inscription sont utilisés dans le service des ressources humaines ?

Quels sont les plus grands défis auxquels sont confrontées les directions des ressources humaines ?

Comment créer un manuel de procédure ?

Comment faire une analyse de poste ?

Comment apporter une reconnaissance qui motive vos apprenants ?

Comment pouvez-vous licencier un employé ?

Que pouvez-vous demander dans un examen d'auto-évaluation des employés ?

Quels peuvent être les risques liés aux ressources humaines et leurs causes ?

Quels éléments incluent la stratégie des ressources humaines ?

Collecte de commentaires	<p>Plusieurs façons de recueillir les commentaires des employés :</p> <p>Boîte à suggestions des employés. Dans un monde d'innovation numérique, une boîte à idées d'employés à l'ancienne a toujours une place importante. Les employés pourraient hésiter à partager des commentaires honnêtes par d'autres moyens, par crainte de représailles. Une boîte à suggestions leur permet de laisser des commentaires anonymes sans empreinte numérique.</p> <p>Les sondages sur l'engagement des employés sont un excellent moyen de recueillir simultanément de grandes quantités de commentaires des employés. Celles-ci sont souvent assez complètes et se concentrent sur tout ce qui pourrait avoir un impact sur la satisfaction, l'engagement et la rétention des employés.</p> <p>Les sondages Pulse sont beaucoup plus courts et plus rapides à remplir que les sondages sur l'engagement des employés et peuvent être effectués plus fréquemment. Certains PE mèneront des sondages Pulse hebdomadaires avec 1 à 3 questions, tandis que d'autres peuvent les mener mensuellement avec 4 à 5 questions. Cela peut être une excellente occasion de prendre régulièrement le pouls de la satisfaction des employés et d'entendre des commentaires en temps opportun.</p>
--------------------------	--

SUJET : Diriger une entreprise : gestion des ressources humaines

Nom	Format	La description	Lien:	Langue
Que font réellement les RH ? 11 responsabilités clés	Article	Voici une description détaillée de ce que le service RH fait (ou ce qu'il devrait faire) pour répondre aux besoins des employés.	https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do	FR
Le guide complet des ressources humaines pour les petites entreprises en 2021	Article, vidéo, modèles	Qu'est-ce que la gestion des ressources humaines ? Pourquoi les ressources humaines pour les petites entreprises sont-elles nécessaires ? Bases des ressources humaines - erreurs à éviter. Manuel des ressources humaines pour les petites entreprises.	https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/	FR
Gestion des ressources humaines : planification des ressources humaines	Vidéo	L'étape de planification de la gestion des ressources humaines consiste à effectuer une analyse des emplois, à prévoir l'offre et la demande de main-d'œuvre et à faire correspondre l'offre de	https://www.youtube.com/watch?v=L_aiqSRL-j8	FR

		main-d'œuvre à la demande des consommateurs. Dans cette brève vidéo, chacun de ces éléments est décrit.		
5 exemples d'organigrammes de processus RH et pourquoi les utiliser	Article, organigrammes	Organigrammes de ces processus : Recrutement et sélection des employés ; Intégration des nouveaux employés ; Demande de voyage ; Remboursement des dépenses; Processus de licenciement des employés.	https://www.heflo.com/blog/process-modeling/hr-process-flowchart-examples/	FR
Stratégie RH (Stratégie des Ressources Humaines)	Article	Que contient la stratégie RH et qu'est-ce que c'est ?	https://managementmania.com/en/hr-strategy-human-resource-strategy	FR
Établir les horaires de travail des employés : Guide du gestionnaire	Article, vidéo, exemples	Qu'est-ce qu'un horaire de travail? Pourquoi l'horaire de travail des employés est-il important? 10 exemples d'horaires de travail des employés Comment créer les horaires de travail des employés. Bonnes pratiques pour établir les horaires de travail	https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules	FR
Exemple de description de poste de gestionnaire des ressources humaines	Article	Modèle pour répondre aux tâches et exigences spécifiques du poste exact de responsable des ressources humaines. Idées sur l'élaboration de la meilleure description de poste de gestionnaire des ressources humaines.	https://hiring.monster.com/employer-resources/job-description-templates/human-resources-manager-job-description-sample/	FR
Liste de contrôle d'évaluation des employés	Exemple	Voici la liste de contrôle d'évaluation des employés d'un superviseur.	https://www.workforce.com/news/employee-evaluation-checklist	FR
Modèles d'auto-évaluation des employés, exemples et conseils	Article, vidéo, modèles	Voici un exemple de modèle d'auto-évaluation des employés et une description Pourquoi l'auto-évaluation est-elle nécessaire.	https://www.profit.co/blog/performance-management-blog/employee-self-evaluation-templates-	FR

		examples-and-tips/
Gestion des risques RH - 8 principales sources de risque pour les ressources humaines	Article	Les risques liés aux ressources humaines et leurs causes sont présents à chaque étape des processus d'embauche, de rétention et des opérations quotidiennes. http://blog.treadstonerisk.com/hr-risk-management-top-8-sources-of-human-resource-risk FR

Gérer une entreprise : gestion financière et comptable



III.7. Gérer une entreprise : gestion financière et comptable

Gérer une entreprise : gestion financière et comptable	
Introduction et justification	<p>Aperçu de la tâche : Le candidat doit évaluer le coût et le budget de son projet de création d'entreprise et définir les besoins de financement, puis établir et préciser le mode de financement du projet.</p> <p>Objectif principal : préparer les étudiants à gérer les processus liés à la gestion financière et comptable.</p> <p>Contenu : Le service de gestion financière et comptable procède à l'ouverture d'un compte bancaire et aux relations avec la banque ;</p> <p>Comptabilité : tenue de la comptabilité quotidienne, compte de résultat, bilan, inventaire ; choix d'un logiciel comptable : ERP, caisse, caisse, facturation, digitalisation comptable ; obligations statutaires : immatriculation de la société et limite de responsabilité financière ; volet fiscal et social : impôts, cotisations sociales de l'entreprise, entrepreneur individuel. Aspects sociaux de l'entreprise employeur; aspects héréditaires, personnels, professionnels et familiaux : du créateur personne privée à l'entreprise personne morale indépendante.</p>
Organisation et durée du travail	<p>30 heures au total :</p> <p>Heures de contact (15 h)</p> <p>Les étudiants indépendants travaillent en concertation avec le formateur (12h)</p> <p>Évaluation (3h)</p>
Équipement et ressources	<p>Programmes de comptabilité,</p> <p>Matériel de cours,</p> <p>Exemple/modèles en ligne de tableaux Excel de budget et de ressources, tableaux de flux de trésorerie,</p> <p>Comité des nominations partagées,</p> <p>Création et animation du mentorat pour le porteur de projet,</p> <p>Mise en place de canaux de messagerie pour la relation entre transporteurs,</p> <p>Carnet d'adresses partagé (banque, service public d'aide et de financement, conseillers fiscaux, comptables, assureur etc.)</p>
Méthodes d'apprentissage	<p>Revue de littérature;</p> <p>Exercices typiques et rendu ;</p> <p>Accès mutualisé aux ressources en ligne : Plan de financement, dossier de financement, Dossier individuel, exemple de comptabilité, dossier d'assurances, aspects fiscaux, aspects sociaux, etc. ;</p> <p>Modèles Excel de financement et de ressources ;</p> <p>Entretien hebdomadaire de suivi individuel ou collectif (avancée du projet, suivi des réunions et débriefing) ;</p> <p>Modèle de dossier type : assurance, prêt, modèle de contrat légal, déclarations d'activité obligatoires (Conditions Générales de Vente) ;</p> <p>Scénario pédagogique où le créateur sous-traite ces aspects pour valoriser l'activité commerciale de son projet de création d'entreprise ;</p>

Concept de comité de mentorat.	
Objectif(s) d'apprentissage	OBJECTIF 1 : Evaluer le coût et le budget d'un projet de création d'entreprise OBJECTIF 2 : Définir les besoins de financement OBJECTIF 3 : Établir un plan de financement
Résultats et compétences acquises.	Idées et possibilités : <ul style="list-style-type: none"> • la conscience de soi et l'auto-efficacité; • motivation et persévérance; • mobiliser des ressources; • littérature financière et économique.
Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 1	Faire une présentation sur : <ul style="list-style-type: none"> - Matériel de cours - Financement de la création d'entreprise - La rentabilité recherchée d'une création d'entreprise - L'examen critique du suivi des flux de trésorerie. - La notion d'équilibre comptable - La relation bancaire - La relation comptable fiduciaire - Le contexte matériel, humain, financier, familial... du projet - Détails des coûts matériels, humains, financiers, etc. et des ressources du projet - Arguments pour trouver, obtenir et rassembler des ressources financières utiles, ou autres (dons et apports matériels, actifs industriels ou savoir-faire) <p style="text-align: center;">Maîtriser la conception du Plan de Financement sous Excel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gérer un tableau de suivi quotidien des flux de trésorerie et trouver le point et l'heure du point neutre et le passer - Découvrir les concepts et pratiques comptables de suivi de trésorerie (modalités de paiement : comptant, à la commande, crédit client, gestion des encaissements et dépôts de fonds en banque, remise de chèques au jour le jour, affacturage, escompte, crédit de campagne, découvert, crédit analyse des coûts bilan, marge, rentabilité, retour sur investissement, profit, épargne, capitalisation cash, etc...) - Savoir trouver des informations et des ressources spécifiques à ce milieu - Gérer un tableau de suivi quotidien de cet environnement et le contrôler positivement - Appréhender les concepts et pratiques propres à l'environnement bancaire et fiduciaire - Exemples de documents sociaux, comptables, fiscaux, sociaux d'entreprise. <p>Menez une discussion. Travaillez avec le candidat sur le projet de plan de financement et de tableau des flux de trésorerie et analysez-les par étapes.</p>

Partez d'un budget initial et affinez-le progressivement, sur 2 ou 3 jours.

Compléter au jour le jour et mettre à jour le projet de Plan de Financement en le précisant, en intégrant les notions d'équilibre, de seuil et d'échéance ainsi planifiées puis vérifiées (projection temporelle des dépenses et des ressources, solde comptable, excédent de trésorerie).

Ouverture d'un compte bancaire et mise en relation avec la banque pour emprunt, prêt, investissement, escompte, analyse, ou confirmation des besoins financiers immédiats au démarrage, besoins à moyen terme, besoins à long terme, retour sur investissement, chiffre d'affaires et marge en vente ...

- Comptabilité : tenue de la comptabilité quotidienne, compte de résultat, bilan, inventaire.
- Choix d'un logiciel comptable : ERP, caisse, caisse, facturation, digitalisation comptable
- Aspect fiscal et social : quels impôts et charges pour l'entreprise, aspect social employeur
- Aspects héréditaires, personnels, professionnels et familiaux : comment concilier vie professionnelle et vie privée.

Compléter et détailler le plan au fur et à mesure, du mieux possible

Décomposer les sommes en besoins matériels, humains et financiers.

Analysez les différents concepts de seuil de rentabilité, de rentabilité, de marge, de profit et de retour sur investissement.

Planifiez les besoins dans le temps et les délais, sur un an, sur 2 ans en détaillant les besoins immédiats de démarrage, les besoins à moyen terme, les besoins à long terme, le retour sur investissement, le chiffre d'affaires et la marge commerciale.

Savoir définir et apprécier cet environnement et les relations sociales qu'il impose ou supprime.

Analyser le besoin de trésorerie, définir le financement nécessaire et le planifier (augmenter le capital ? Jouer sur les durées d'amortissement ? Planifier des salaires fixes et variables (bonus) en fonction de la rentabilité définie.

Rentabilité linéaire, ponctuelle, saisonnière, annuelle,

Chiffre d'affaires d'une offre commerciale, coût d'un produit démodé (stockage, recyclage), notion de maîtrise et de réduction des coûts (fixes et variables).

Analyser les conséquences d'une rentabilité maîtrisée et ses effets sur le besoin de financement (remboursement des emprunts, aides, taux négocié, garanties offertes, etc.)

Demandez aux apprenants de :

- Travailler sur son projet
 - Analyser et approfondir leur projet, plan budgétaire, tableau des ressources et calcul de rentabilité
-

- Mesurer le temps passé sur le projet, quantifier et évaluer le coût de son propre travail et investissement en temps et apprécier sa rentabilité.

Planifiez le budget, les ressources et les dépenses associées.

Construire progressivement un tableau de trésorerie en fonction des besoins prévus sur la durée du projet (démarrage, fin 1er mois, fin 2ème mois, fin 1er trimestre, fin 1er semestre, sur un an...)

Confronter des projets entre apprenants, échanger bonnes idées et bonnes pratiques

Organiser une visite. Rencontre avec une banque, une fiduciaire, ou un comptable, une chambre de commerce, une cellule de création d'entreprise, un organisme public de création d'entreprise.

Expliquez le cours et le matériel de cours.

Donnez des exemples de budgets types intégrant l'aspect de rentabilité et d'excédent de trésorerie et commentez.

Donnez des exemples concrets de tenue de compte, de gestion d'un compte bancaire, de gestion fiscale et de déclarations fiscales.

Analyser individuellement et collectivement la surveillance de l'environnement.

Analyser collectivement en groupes puis individuellement les budgets proposés.

Appuyez-vous sur les exemples donnés aux candidats.

Invitez de jeunes créateurs d'entreprise à présenter leur projet et leur parcours.

Inviter et fédérer un réseau d'anciens créateurs d'entreprise, de mentors et de parrains.

La demande aux apprenants de confronter leur projet entre eux sur ces éléments financiers, bancaires, sociaux, réglementaires, comptables.

Prévenir l'échec ou la démotivation des candidats et proposer des solutions alternatives (regroupement entre créateurs, franchise, projet salarial, projet moins ambitieux, faïtière/société de services managés, auto-entrepreneuriat, incubateur d'entreprises...)

Lignes directrices
pour les
formateurs pour
OBJECTIF 2

Faire une présentation sur :

Le cours et des exemples de tableaux financiers donnés.

Présentation collective puis individuelle avec les porteurs de projet.

Collectez les bonnes idées et les commentaires sur les meilleures présentations budgétaires, plan de financement et tableaux standards de suivi de trésorerie.

Mémorisez ces exemples de documents de création comme ressources pédagogiques.

Demandez aux apprenants de comparer leur projet financier et comptable.

Trouvez des mentors professionnels.

Rencontrer une banque et demander les budgets des apprenants, les seuils de rentabilité calculés.

Conseils pour atteindre l'objectif.

Exercez-vous à Excel.

Définir une pédagogie de la gestion du temps et de la planification de la création.

Savoir supporter et maîtriser l'euphorie comme les déceptions des apprenants.

Construire une logique de persévérance et de travail continu et soutenu.
Gardez un esprit agile.
Acceptez que la rentabilité puisse être moindre ou retardée.
Accepter, si nécessaire, la dimension humaine du projet, son partage avec des tiers.
Protégez votre idée sa marge et sa rentabilité.
Capitaliser à la fois sur les succès et les échecs.
Mesurer et jouer sur la prise de risque, l'ambition ainsi que la prudence et l'intuition.

Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 3	<p>Donner une présentation</p> <p>Le matériel de cours initial</p> <p>Les exemples de tableau financier et de plan de trésorerie donnés et utilisés.</p> <p>Les modalités de suivi des rencontres avec les créateurs.</p> <p>Les règles comptables, fiscales et sociales impactant le plan de financement et le suivi de la trésorerie et de la rentabilité... (Seuils d'impôt sur les sociétés, seuil d'imposition personnelle du créateur ou indépendant, seuil d'imposition de la TVA...</p> <p>Garantir la confidentialité des informations données et échangées avec les créateurs.</p> <p>Menez une discussion. Entre candidats. Ouvrez un forum/canal de discussion entre eux.</p> <p>Faites confiance aux mentors et/ou aux tuteurs.</p> <p>Critique constructive du budget financier et des propositions de création (Certains projets ne sont ni viables ni réalistes, d'autres le sont ou le deviennent sous certaines conditions).</p> <p>Demandez aux apprenants de</p> <p>Définissez leur objectif, leur calendrier de rendu et leur plan de travail commercial.</p> <p>Accepter les règles et contraintes financières (tenue comptable, honnêteté comptable, notion de marge du créateur, réalité et prise en compte des impôts et cotisations sociales (La marge due au créateur est souvent inférieure à la marge fiscale), gagner un salaire, un revenu, amortissement, etc.) Soyez conscient de devoir décider rapidement tout en étant patient.</p> <p>Analyser les conséquences d'une recherche de rentabilité accrue (délai, travail personnel, prise de risque, investissement supplémentaire, assurance plus chère, taux bancaire plus élevé, embauche de salariés tiers).</p> <p>Faire des états financiers à 3, 6, 12 mois en plus du suivi comptable quotidien.</p> <p>Mettre à jour et revoir régulièrement l'efficacité de la politique tarifaire commerciale.</p> <p>Organiser une visite</p>
--	---

Rencontres récurrentes avec les mentors, entre candidats, et plus tard, lors du lancement du projet, avec les partenaires banques, associés, famille, impôts et services sociaux, conjoints, enfants.

Visitez les espaces de création d'entreprise, les campus, les espaces de coworking pour les créateurs d'entreprise.

Visiter et rendre accessibles des maquettes physiques à visiter et des gabarits comptables à analyser et à reproduire.

Expliquer

Expliquer toujours les remarques, propositions des enseignants (Le formateur ne porte pas le projet de création à la place de l'entrepreneur mais le coach et enrichit le projet de propositions).

Dédramatisé l'échec ou les difficultés ou les ajournements de planification ou les déceptions possibles.

Rien n'est acquis ni impossible, acceptez et comprenez d'autres projets de création et constructions concurrentes ou complémentaires pour en tirer des enseignements pour atteindre un seuil de rentabilité et une rentabilité durable.

Conseils pour atteindre l'objectif

Gérez le temps, avancez et accélérez mais sans bousculer les plannings et sauter les étapes nécessaires pour trouver et consolider le projet d'entreprise.

Savoir apprécier les notions de seuil de rentabilité et de rentabilité, de marge, de salaire, de gains souhaités et réalisés.

Apprécier la poursuite ou la correction d'un projet de création d'entreprise au regard de ses concepts budgétaires.

Accepter la nécessité comptable et budgétaire.

Accepter la notion de rentabilité comptable et budgétaire.

Acceptez que la rentabilité n'intervienne qu'à moyen terme.

Quantifiez la valeur financière de votre temps et tenez-en toujours compte

Comparez les coûts entre une création d'entreprise et le maintien d'un poste de salarié.

Évaluation de la description de la compétence

Description de l'approche

Approche selon un business plan

Compétence dans le respect du business plan et de ses éléments budgétaires

Compétence pour partager et discuter sur le projet

La patience

Maîtrise de soi

Connaître ou apprendre à résumer et expliquer simplement son business plan

Gestion de l'euphorie et du découragement

Compétences comptables, financières

Respect du travail, tenue des engagements (suivi bancaire, suivi de trésorerie)

Calendrier prévisionnel

	<p>Honnêteté et intégrité comptable envers les fournisseurs, la banque, les employés tiers, les bailleurs de fonds Gestion de la vie privée vs vie professionnelle</p> <p>Idee clairement présentée, besoin du marché, clients potentiels, etc.</p> <p>Budget du projet de création, Besoins et plan de financement, Tableau des ressources Suivi de la trésorerie du projet Seuil de rentabilité dans un plan de trésorerie Amortissement des ressources et retour sur investissement Environnement financier pour démarrer une entreprise Ouverture d'un compte bancaire et relation avec la banque Comptabilité : tenue de la comptabilité quotidienne, compte de résultat, bilan, inventaire Choix du logiciel comptable : ERP, caisse, caisse, facturation, digitalisation comptable Aspect statutaire Aspects fiscaux et sociaux : entrepreneur personne physique, aspect employeur Aspects héréditaires, personnels, professionnels et familiaux : du créateur à la personne morale indépendante de l'entreprise</p>
Exemples d'outils d'évaluation	<p>Suggestion d'outils concrets : Exercices financiers Excel Business plan et modélisation d'une entreprise rentable Tableau des charges et coûts d'un projet type puis adapté au projet du créateur Tableaux de financement et suivi de la mesure de rentabilité Tableau des ressources Tableau et tableau de bord de suivi de trésorerie Planification du seuil de rentabilité et de la rentabilité Tableau d'amortissement et de retour sur investissement des ressources Projet de planification du financement Projet de statut juridique Relevé bancaire Dossier social Dossier fiscal Fichier héréditaire Relevé bancaire, analyse de lecture Connexion bancaire Critères de choix du logiciel comptable ERP Utilisation en ligne ou utilisation d'un logiciel de comptabilité Exercice comptable</p> <p>Rapport sur En ligne sur internet Sur les ressources partagées Sur des comptes-rendus courts de chaque rendez-vous ou visites des candidats créatifs (bilan de l'entretien, le positif, le négatif, le résumé, ce qu'il faut faire</p>

maintenant, ce qui est validé, l'empilement progressif des connaissances et l'avancement par rapport au business plan et au budget , des horaires ...
Évaluation de la rentabilité construction du projet
Seuil de rentabilité et rentabilité sur les coûts fixes et variables

Évaluation de la durabilité et de la rentabilité consolidées du projet
Assurance donnée pour cette pérennité (Assurance, capitalisation, développement commercial, cycle économique...)
Considérer à court, moyen et long terme les aspects héréditaires, personnels, professionnels et familiaux du créateur d'entreprise comme contexte associé : dès la création envisager les passerelles entre personne individuelle créateur et passage à l'entreprise, personne morale autonome.

Questions
d'orientation

Votre idée répond-elle à un besoin ?
Le produit ou le service correspond-il à vos objectifs de vie ?
Le budget du projet est-il acceptable pour le créateur ?
Qui sont les bailleurs de fonds ?
Le budget du projet est-il acceptable pour les co-fondateurs tiers ?
Le seuil de rentabilité est-il compris et acceptable pour le créateur ?
Et si la rentabilité n'est pas acceptée ?
Le seuil de rentabilité est-il acceptable pour les co-fondateurs tiers ?
Quel argument financier et comptable peut convaincre les fondateurs ?
Le créateur peut-il créer sans s'investir ?
Comment une banque peut-elle aider le projet ?
La relation avec la banque est-elle comprise et acceptée pour le créateur ?
Quelles autres aides financières peuvent participer ?
Qui contacter pour valider le business plan financier du projet ?
Quel est l'intérêt de travailler avec un comptable ?
Quand commencer à le rencontrer ?
Quels sont les risques financiers du projet, risques statutaires, fiscaux, sociaux et immobiliers ?
Comment protéger le créateur contre les risques financiers ?
Comment protéger l'environnement du créateur du projet ?
Quels bons partenaires choisir comme notaire, avocat, comptable, banquier ?
Qui sont et que font ces partenaires ?
Le créateur peut-il créer sans eux ?
Quelles aides peuvent intervenir par rapport à l'environnement spécifique du projet ?
Qui contacter pour valider l'aspect environnemental du projet ?
Pourquoi et quand rencontrer un service public d'aide à la création d'entreprise ?
Quelle est la place et le rôle d'un assureur dans la création d'entreprise ?
Les aspects administratifs sont-ils prévus dans le projet de création ?
Comment vérifier le contexte fiscal du projet d'entreprise ?
Quel soutien est possible de la part de l'administration fiscale ?
Comment la TVA et l'impôt sur les sociétés sont pris en compte dans le projet de création ?
Comment la rentabilité considère-t-elle la TVA et les impôts sur les sociétés ?
Comment vérifier le contexte fiscal de rentabilité ?

Quel est l'impact sur la rentabilité du projet ?
Comment se pose la question du travail au quotidien dans l'entreprise ?
Le créateur doit-il embaucher des employés, pourquoi et quand ?
Quel est l'impact des salaires sur le projet ?
Quels sont les atouts du projet, leur origine, leur amortissement, leur renouvellement ?
Quel impact le démarrage de cette entreprise aura-t-il sur votre vie ?
Concilier vie professionnelle et vie privée. Maîtrise des dépenses et séparation de l'activité professionnelle du patrimoine privé ou familial
Comment impliquer ma famille ?
Dans quelle mesure votre solution d'entreprise est-elle unique ?
Quel sera l'avenir de la proposition commerciale à moyen terme ?
Pourquoi démarrez-vous une entreprise?

Collecte de
commentaires

Conseils et recommandations
Connaître et accepter la rentabilité trouvée dans votre projet
Savoir abandonner un projet non rentable
Savoir et accepter d'être aidé et accompagné
Savoir accepter toute critique constructive et en tenir compte
Être persévérant
Connaître et accepter le contexte et l'environnement spécifique de l'ensemble du projet
Comprendre qu'un modèle doit s'adapter à un contexte et à un environnement spécifiques
Apprenez à être aussi entreprenant que prudent

Examiner les résultats de l'entreprise



III.8. Examiner les résultats de l'entreprise

Examiner les résultats de l'entreprise	
Introduction et justification	<p>Aperçu de la tâche. Vous devrez vous assurer que les apprenants sont prêts à présenter les résultats de leur entreprise à leurs pairs, à la communauté des établissements d'enseignement, aux entreprises mentors ou aux clients potentiels.</p> <p>Objectif principal : préparer un rapport comprenant des données financières et les commentaires des clients, évaluer l'entreprise, évaluer la performance de l'entreprise, mettre en évidence les points forts et les domaines qui pourraient être améliorés et suggérer les actions nécessaires à prendre pour mettre en œuvre les améliorations.</p> <p>Contenu : Les apprenants doivent apprendre à résumer les résultats obtenus dans une entreprise au cours des activités de l'entreprise, décrits dans les sujets n° 3-7 et à utiliser les données financières, les commentaires des clients et à préparer le rapport final. Un rapport d'activité est un ensemble de données qui fournit des informations historiques relatives aux opérations d'une entreprise, à la production, aux informations d'un service spécifique et crée une base pour les futurs processus de prise de décision ou les informations factuelles nécessaires pour organiser les fonctions de l'entreprise.</p>
Organisation et durée du travail	<p>25 heures au total :</p> <p>Heures de contact (10h)</p> <p>Les étudiants indépendants travaillent avec la consultation du formateur (12h)</p> <p>Évaluation (3h)</p>
Équipement et ressources	<p>Programme de comptabilité</p> <p>Normes/modèles de documents.</p> <p>Littérature méthodique de l'EP.</p> <p>Exemples de documents remplis.</p>
Méthodes d'apprentissage	<p>Étude de la littérature recommandée et des ressources Internet, exemples de documents ;</p> <p>Conversation-discussion/ forums de discussion en ligne ;</p> <p>Exécution individuelle ou en groupe d'une tâche ;</p> <p>Étude de cas;</p> <p>Évaluation du rapport et présentation.</p>
Objectif(s) d'apprentissage	<p>OBJECTIF 1 : effectuer l'analyse des clients et évaluer la performance de l'entreprise par rapport à ses objectifs clés.</p> <p>OBJECTIF 2 : compléter et présenter le rapport sur les résultats de l'entreprise.</p>
Résultats et compétences acquises.	<p>Idées et possibilités :</p> <ul style="list-style-type: none"> • valoriser les idées; • pensée éthique et durable; <p>Ressources:</p> <ul style="list-style-type: none"> • littérature financière et économique; • mobiliser les autres;

	<p>En action:</p> <ul style="list-style-type: none"> • faire face à l'incertitude, à l'ambiguïté et au risque.
Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 1	<p>Discutez avec les apprenants de l'efficacité avec laquelle les biens et services de l'entreprise correspondent aux besoins des clients. S'ils ne sont pas tout à fait sûrs de ces besoins, les apprenants doivent effectuer une analyse plus approfondie de la clientèle.</p> <p>Faites une présentation sur les méthodes (questionnaires, sondages en ligne, commentaires d'une page de médias sociaux, groupes de discussion, etc.) qui peuvent être utilisées pour obtenir des commentaires des clients.</p> <p>Demandez aux apprenants de créer leurs propres formulaires de commentaires et d'utiliser l'examen par les pairs pour les améliorer, organisez le processus de collecte des commentaires.</p> <p>Selon les commentaires des clients, demandez aux apprenants d'identifier où des améliorations peuvent être apportées aux produits ou services, aux niveaux de personnel ou aux procédures commerciales.</p>
Lignes directrices pour les formateurs pour OBJECTIF 2	<p>Discutez avec les apprenants des méthodes permettant d'examiner la situation financière de l'entreprise et pourquoi un examen financier devrait être inclus lors de la communication des résultats d'une entreprise à un public.</p> <p>Faites une présentation sur la façon d'analyser les données financières de l'entreprise (y compris les flux de trésorerie, l'analyse des écarts, les états des résultats, les états de la situation financière, l'analyse des ratios, etc.).</p> <p>Donnez aux apprenants plusieurs exemples de bon et de mauvais rapport formel et discutez de ce qui doit être inclus dans un rapport formel.</p> <p>Préparez le modèle du rapport formel à montrer aux apprenants après les discussions.</p> <p>Trouvez de bons et de mauvais exemples de présentation et montrez-les aux apprenants. Demandez-leur de discuter de ce qui fait une bonne présentation et de préparer leur propre présentation pour un public composé de leurs pairs, de mentors, d'un directeur de banque de petite entreprise locale, de parents qui peuvent être propriétaires de petites entreprises ou d'entrepreneurs locaux.</p>
Évaluation de la description de la compétence	<p>Un rapport écrit avec l'explication des résultats à l'aide des données financières de l'entreprise et des commentaires des clients, l'évaluation du problème, de la situation ou du problème identifié des résultats et de l'impact sur les principaux domaines cibles, l'ensemble des actions visant à améliorer les résultats de l'entreprise.</p> <p>Présentation - dans le but principal de présenter à un public externe.</p>
Exemples d'outils d'évaluation	<p>Le rapport d'activité écrit est évalué en fonction des sections particulières d'un rapport d'activité.</p> <p>La présentation du rapport doit être professionnelle, structurée de manière logique et contenir une terminologie financière correcte pouvant être évaluée selon les critères suivants :</p>

Exemple de critères d'évaluation de la présentation	Marque maximale
Capacité à transmettre le contenu d'un sujet dans le délai de présentation.	1
Expression expressive et libre : le style, le rythme, le langage, les pensées et les idées sont expliqués de manière cohérente.	3
Réponses aux questions : argumentées, claires, assurées.	2

	Diapositives (PowerPoint, etc.) : structurées de manière logique, pas d'erreurs grammaticales ou stylistiques, terminologie financière correcte, faits précis, phrases courtes et précises, sélection et correspondance des polices, arrière-plan, effets modérés ; visualisation, intégrité de la couleur et de l'image.	2
	Gestion du public : salutations, introduction engageante, garde le public concentré (utilise diverses questions, citations, histoires, faits, enregistrements, comparaisons, regarde le public, etc.) conclusion fluide, posture.	2
	Le total	dix

Questions d'orientation	<p>Comment évaluer la performance d'une entreprise ?</p> <p>Comment mesurer la satisfaction client ?</p> <p>Quels changements dans les besoins des clients sont identifiables ?</p> <p>Quels produits et services réussissent ? Lesquels ne fonctionnent pas comme prévu ?</p> <p>Comment évaluez-vous la performance financière de l'entreprise ?</p> <p>Comment les entreprises examinent-elles les états financiers ?</p> <p>L'entreprise fonctionne-t-elle de manière rentable ?</p> <p>Quel pourcentage du prix de vente couvre le coût de fourniture ou de production du produit ou du service ?</p> <p>Quel pourcentage du prix de vente couvre les frais fixes de l'entreprise ?</p> <p>Quels sont les avantages des rapports financiers ?</p> <p>Quels sont les éléments clés d'un rapport d'activité ?</p> <p>Où en est l'entreprise aujourd'hui et où va-t-elle ?</p> <p>Quelles étapes suivez-vous pour évaluer les résultats de l'entreprise ?</p> <p>Comment améliorer ce processus ? ...ce produit ?</p> <p>Comment avoir plus de clients ?</p>
Collecte de commentaires	Un moyen efficace d'évaluer l'apprentissage et d'obtenir des commentaires des apprenants consiste à poser des questions. Utilisez « Kahoot » pour recueillir plusieurs réponses sur le sujet 8.

SUJET : 8. Passez en revue les résultats de l'entreprise.

Nom	Format	La description	Lien:	Langue
16 types de besoins des clients (et comment les résoudre) Écrit par Allie Bresch	Article	Dans cet article, vous apprendrez : la définition des besoins des clients. Les types de besoins des clients ; Comment identifier les besoins des clients. Ce qu'est une analyse des besoins du client. Comment résoudre les besoins des clients ; Types de service client.	https://blog.hubspot.com/service/customer-needs	FR
Enquêtes et recherches sur la satisfaction client : comment mesurer le CSAT Écrit par Nick Hague et Paul Hague	Article	Tout sur la réalisation d'une enquête de satisfaction client, comme un moyen de commencer à mesurer où vous en êtes en termes de fidélité client.	https://www.b2binternational.com/publications/customer-satisfaction-survey/	FR
Comptes de résultat et bilans	Article	Il existe deux états financiers de base pertinents pour les petites entreprises : profits et pertes, bilan. Description des indicateurs financiers et des formules.	https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/financial-management/reviewing-your-finances	FR
6 étapes pour une analyse efficace des états financiers Par Dubos J. Masson, PhD, CTP, FP&A Publié: 3/9/2018	Article	L'élaboration d'une analyse efficace des états financiers comporte généralement six étapes.	https://www.afponline.org/ideas-inspiration/topics/articles/Details/6-steps-to-an-effective-financial-statement-analysis	FR
L'importance des rapports financiers et de l'analyse : votre guide essentiel Par Bernardita Calzon dans	Article	Le guide qui répond à ces questions : Qu'est-ce que le reporting et l'analyse financière ? Toutes les entreprises procèdent-elles de la même manière ? Quelle est l'importance du reporting financier ? A quoi sert le	https://www.datapine.com/blog/financial-reporting-and-analysis/	FR

Dashboarding, 17 mars 2021		reporting financier ? Quels sont certains cas lorsqu'il s'agit de prendre des décisions commerciales ? Quel est le rôle de ce type de reportage dans le monde réel ?		
Comment rédiger un rapport d'activité formel (avec exemples)	Article	Dans cet article, il est expliqué ce qu'est un rapport d'activité formel, comment en rédiger un (guide étape par étape pour créer un rapport d'activité professionnel), avec un exemple fourni.	https://www.indeed.com/career-advice/career-development/formal-business-report-example	FR
RAPPORTS D'AFFAIRES. Auteur : Eggins, M.	Guider	Les recommandations pratiques : comment produire des rapports d'activité clairs et correctement structurés	https://library.unimelb.edu.au/_data/assets/pdf_file/0005/1924160/Business_Reports.pdf	FR
Comment rédiger et concevoir un excellent rapport annuel pour 2020 (+10 conseils rapides) Par Brenda Baron 31 août 2020	Guider	Comme un excellent rapport annuel est l'occasion idéale de partager des informations sur l'entreprise et de promouvoir sa marque et son identité, dans ce guide, l'auteur explique comment choisir la bonne configuration pour un rapport annuel, les étapes pour rédiger et concevoir le rapport annuel, et conseils utiles en cours de route.	https://business.tutsplus.com/tutorials/how-to-write-design-annual-report--cms-35671	FR
6 façons de mesurer le succès des petites entreprises. Mike Kapell	Article	Voici quelques méthodes de mesure de la performance des entreprises.	https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/2021/04/09/sams-club-membership-deal/?sh=34acc96a5491	FR
Comment raconter une belle histoire dans votre rapport annuel (plus d'exemples) par Katie français	Article/matériel vidéo	La clé d'un bon rapport annuel est de transformer les informations que vous incluez en une histoire intéressante, en utilisant tous les outils de narration à votre disposition. Guide étape par étape pour vous	https://www.colu.mnfivemedia.com/7-ways-compelling-annual-report	FR

aider à créer un rapport
attrayant.

Annexes



Annexes

Questionnaire n° 1. Compétences entrepreneuriales

Objectif : Évaluer les compétences entrepreneuriales de base et avancées de l'étudiant, son attitude entrepreneuriale et son intention entrepreneuriale.

Cher répondant,

Nous aimerions solliciter votre coopération en répondant à ce questionnaire. Vos réponses seront utiles pour connaître le niveau de formation à l'entrepreneuriat, l'attitude entrepreneuriale et l'intention entrepreneuriale. Votre réponse ne sera utilisée qu'à des fins d'enquête. Nous tenons à vous exprimer toute notre gratitude pour votre participation.

Données démographiques

Mon email: _____

Mon prénom est: _____

Mon sexe est :

- Femelle
 - Homme
 - Je ne veux pas indiquer
-

Mon âge est:

- 14-18
 - 18-25
 - 25-30
 - 30-35
 - Plus de 35
-

Ma maison est située dans un :

- Village
 - Ville
 - Ville
 - Capital
-

Mon diplôme le plus élevé est :

- Enseignement primaire
 - Éducation secondaire
 - licence
 - Une maîtrise
 - Doctorat
 - Autre
-

Dans 10 ans, je me vois :

- Vivre et travailler à l'étranger en tant qu'employé dans une entreprise/organisation
 - Vivre et travailler à l'étranger en tant que dirigeant d'une entreprise/organisation (chef de service, etc.)
-

-
- Vivre et travailler à l'étranger en tant que PDG/président d'une entreprise/organisation
 - Vivre et travailler à l'étranger en tant que propriétaire d'une entreprise
 - Vivre et travailler à l'étranger en tant qu'indépendant
 - Je prévois de rester là où je vis actuellement et d'être employé par une entreprise/organisation locale
 - Je prévois de rester là où je vis actuellement et de créer ma propre entreprise
 - Je prévois de rester là où je vis actuellement et d'être indépendant
 - Je prévois de déménager dans une grande ville/la capitale et de travailler pour une entreprise en tant qu'employé
 - Autre
-

Veillez expliquer votre/vos choix :

Qu'est-ce qui vous motiverait à devenir entrepreneur ?

- Je vois des possibilités dans ma région
 - je veux m'essayer
 - j'ai de bonnes idées
 - Ma famille a déjà une entreprise
 - Je n'aime pas les investisseurs étrangers
 - Je veux être mon propre patron
 - Autre:
-

Qu'est-ce qui vous démotiverait pour devenir entrepreneur ? *

- Bureaucratie et manque de fonds
 - Manque d'infrastructures
 - Manque de connaissances en matière de gestion d'entreprise
 - Manque de connaissances en termes d'exigences légales
 - Méconnaissance en termes de subventions
 - Manque de bonnes idées
 - Un manque de confiance en soi
 - Possibilité d'échouer
 - Coût de fonctionnement élevé (taxes, etc.)
 - Autre:
-

Veillez expliquer votre/vos choix :

Matrice auto-cognitive				
	Toujours	Souvent	Parfois	Jamais
J'aime anticiper les événements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me soucie de tout ce qui est nouveau ou différent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me considère comme une personne vitale et énergique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je m'adapte facilement aux changements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis enthousiaste face à de nouveaux défis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me motive face aux risques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'accepte les échecs et j'en profite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis méthodique et discipliné dans mon travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je communique facilement avec les autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je planifie, en détail, toutes les activités que je dois réaliser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'estime les dépenses et les bénéfices de mon travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis clairement orienté résultat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis conscient des risques possibles et je sais comment les gérer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Compétences entrepreneuriales de base *				
	Très vrai	Partiellement vrai	Vrai mais avec des lacunes	Pas vrai du tout
je peux vendre n'importe quoi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

J'ai une bonne compréhension de la planification financière et de la comptabilité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'ai de bonnes capacités de négociation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mon niveau d'anglais est satisfaisant pour mener des négociations avec des partenaires étrangers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'ai de bonnes capacités de présentation (à la fois dans ma langue maternelle et en anglais)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je connais les stratégies marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'ai une bonne compréhension générale des concepts financiers et économiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'ai une bonne compréhension générale des affaires et des politiques de l'UE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je connais les procédures et les outils de gestion de projet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je sais ce qu'est la gestion de l'innovation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je connais le sens de la Pensée Créative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me considère comme une personne multiculturelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si vous avez sélectionné "Vrai mais avec des lacunes" ou "Pas vrai du tout", veuillez expliquer pourquoi.				

Aptitudes et compétences avancées *				
	Très vrai	Partiellement vrai	Vrai mais avec des lacunes	Pas vrai du tout
J'ai assez confiance en moi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je sais prioriser pour être en mesure de réaliser mon travail avant les délais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quand un conflit surgit, je sais comment gérer la situation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis fortement orienté vers les solutions lorsqu'il s'agit de problèmes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je peux facilement motiver les autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je n'ai pas peur de prendre des risques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Généralement, je me considère comme une personne positive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'aime prendre l'initiative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis généralement flexible quand il s'agit de travailler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis désireux d'évoluer professionnellement et de continuer à apprendre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis discipliné lorsque je travaille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je communique facilement avec les autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je planifie en détail toutes les activités que je dois réaliser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'estime les dépenses et les bénéfices de mon travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis clairement orienté résultat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis conscient des risques possibles et je sais comment les gérer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je peux facilement prendre des décisions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je peux diriger une réunion efficacement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'essaie de ne pas reporter les activités et de tout finir à temps	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Je respecte les délais lors de l'exécution d'un travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'aime manager des équipes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
je travaille en équipe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Questionnaire n° 2. Intention d'entreprendre

Objectif : Évaluer la formation entrepreneuriale des étudiants et leur intention entrepreneuriale.

Cher répondant,

Nous aimerions solliciter votre coopération en répondant à ce questionnaire. Vos réponses seront utiles pour connaître le niveau de formation à l'entrepreneuriat, l'attitude entrepreneuriale et l'intention entrepreneuriale. Votre réponse ne sera utilisée qu'à des fins d'enquête. Nous tenons à vous exprimer toute notre gratitude pour votre participation.

Vous avez une idée de projet ? *

- Oui
- Non

De quel type d'aide auriez-vous besoin pour commencer ? *

- Formations
- Le financement
- Infrastructure
- Idées
- Les partenaires
- Autre:

Si vous aviez tout ce dont vous avez besoin, quel genre d'entreprise lanceriez-vous ? *

- Je vendrais mon/mes produit(s)
- Je fournirais des services à d'autres entreprises/personnes
- J'ai quelque chose de complètement nouveau et différent
- Autre:

Voyez-vous une opportunité commerciale dans votre pays, votre ville et votre communauté ? *

- Oui
- Non

Si oui, fournissez des détails.

Votre Réponse

Dans quelle mesure est-il important pour un entrepreneur de : *						
	je ne sais pas	Pas important	Peu important	d'importance modérée	Assez important	Très important
Comprendre la nature de l'entrepreneuriat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Savoir identifier et développer une idée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprendre l'environnement des affaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprendre les enjeux personnels auxquels un entrepreneur doit faire face	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprendre et identifier les forces motrices des nouvelles entreprises	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Être capable de mener des recherches sur des questions d'affaires et de gestion, soit individuellement ou en équipe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Être capable de penser de manière créative et critique si nécessaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Être capable d'évaluer et de gérer les risques de l'entreprise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Être capable d'utiliser des compétences en relations publiques/marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Questionnaire n° 3. Évaluation de l'entrepreneuriat

Objectif : Évaluer la formation entrepreneuriale des étudiants, leur attitude entrepreneuriale et leur intention entrepreneuriale.

Cher répondant,

Nous aimerions solliciter votre coopération en répondant à ce questionnaire. Vos réponses seront utiles pour connaître le niveau de formation à l'entrepreneuriat, l'attitude entrepreneuriale et l'intention entrepreneuriale. Votre réponse ne sera utilisée qu'à des fins d'enquête. Nous tenons à vous exprimer toute notre gratitude pour votre participation.

Instructions (veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec chacun de ces énoncés en cochant (✓) dans l'une des cases fournies dans ce questionnaire. Fortement en désaccord (SD) = 1. En désaccord (D) = 2. Neutre (N) = 3. D'accord (A) = 4. Fortement d'accord (SA) = 5

Partie I. - Formation à l'entrepreneuriat					
Article	(DS) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1 L'entrepreneuriat crée des emplois					
2 Entreprendre, c'est être indépendant					
3 L'entrepreneuriat peut rendre quelqu'un indépendant					
4 L'entrepreneuriat contribue au développement économique					
5 Les entrepreneurs rassemblent des ressources pour créer de la richesse					
6 Entrepreneurs assistent à des réceptions pour rencontrer des partenaires commerciaux					
7 Les entrepreneurs utilisent leur capacité créative pour faire connaître					
8 Les entrepreneurs voient des opportunités là où d'autres ne les voient pas					
9 Les entrepreneurs dominent l'économie mondiale					

Deuxième PARTIE. Attitude entrepreneuriale Composante comportementale					
Article	(DS) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1 J'aime les conférences sur l'entrepreneuriat					
2 conférences sur l'entrepreneuriat auxquelles j'ai assisté ont accru mon intérêt à poursuivre une carrière entrepreneuriale					
3 Je considère l'entrepreneuriat comme un sujet très important lorsqu'il s'agit de sujets majeurs					
4 La formation en entrepreneuriat que j'ai suivie m'a préparé à prendre des décisions éclairées lorsque j'obtiendrai mon diplôme					
5 Je suis heureux d'acquérir des compétences entrepreneuriales					
6 Je considère l'entrepreneuriat comme un choix de carrière					
7. L'éducation entrepreneuriale que j'ai reçue m'a intéressé à me lancer dans l'entrepreneuriat après SHS					
8 Mes professeurs d'entrepreneuriat m'ont aidé à rencontrer et à interagir avec des entrepreneurs prospères.					
9 L'enseignant de la matière m'a aidé à rencontrer des entrepreneurs prospères qui m'ont motivé à devenir un entrepreneur potentiel.					

Partie III. Altitude entrepreneuriale – Composante cognitive					
Article	(DS) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1. L'éducation à l'entrepreneuriat m'a permis d'identifier les opportunités liées aux affaires.					
2. L'éducation à l'entrepreneuriat m'a appris à créer des services et/ou des produits qui peuvent satisfaire les besoins des clients.					
3. L'éducation à l'entrepreneuriat m'a appris à élaborer des plans d'affaires avec succès.					
4. Grâce à une formation en entrepreneuriat, j'ai maintenant les compétences nécessaires pour créer une nouvelle entreprise.					
5. Grâce à la formation en entrepreneuriat que j'ai suivie, je peux maintenant identifier avec succès la finance d'entreprise.					
6. L'éducation à l'entrepreneuriat m'a appris à réaliser des études de faisabilité.					
7. Les activités de formation à l'entrepreneuriat ont stimulé mon intérêt pour l'entrepreneuriat.					
8. Grâce à la formation en entrepreneuriat, mes compétences, mes connaissances et mon intérêt pour l'entrepreneuriat se sont tous améliorés.					
9. Dans l'ensemble, je suis très satisfait de la manière dont la formation à l'entrepreneuriat est enseignée.					

Partie IV. Altitude entrepreneuriale - Composante efficace					
Article	(DS) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1. Je veux désespérément travailler pour moi.					
2. L'idée de posséder ma propre entreprise est agréable.					
3. Je considère vraiment le travail indépendant comme quelque chose de très important/souhaitable.					
4. L'éducation à l'entrepreneuriat m'a effectivement aidé à me sentir satisfait de vendre un emploi.					
5. J'aime l'éducation à l'entrepreneuriat.					
6. Les conférences sur l'entrepreneuriat me rendent anxieux.					
7. L'idée d'avoir une formation en entrepreneuriat m'excite.					
8. Cela me frustre que l'entrepreneuriat fasse partie des matières du programme proposé.					
9. L'enseignant de la matière m'a aidé à varier mon sentiment général envers la matière.					

Partie V. Intention entrepreneuriale					
Article	(DS) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1. Mon objectif professionnel est de devenir entrepreneur.					
2. Je ferai tout mon possible pour démarrer et gérer ma propre entreprise.					
3. Je suis déterminé à créer une entreprise à l'avenir.					
4. J'envisage sérieusement de démarrer une entreprise à l'avenir.					
5. Je suis prêt à tout pour être entrepreneur.					
6. Je vais ouvrir une entreprise. J'ai une chance de réussir.					
7. Être entrepreneur me rendrait formidable.					
8. J'ai des idées sur la façon de démarrer une entreprise à l'avenir.					
9. Il me serait difficile de développer des idées commerciales.					

Questionnaire n° 4. Attitude entrepreneuriale

Objectif : Évaluer la formation entrepreneuriale des étudiants et leur attitude entrepreneuriale.

Cher répondant,

Nous aimerions solliciter votre coopération en répondant à ce questionnaire. Vos réponses seront utiles pour connaître le niveau de formation à l'entrepreneuriat, l'attitude entrepreneuriale et l'intention entrepreneuriale. Votre réponse ne sera utilisée qu'à des fins d'enquête. Nous tenons à vous exprimer toute notre gratitude pour votre participation.

1	2	3	4	5
Pas du tout confiant	Un peu confiant	Modérément confiant	Assez confiant	Extrêmement confiant

Ensemble de compétences					
1	Je suis capable de me voir démarrer et diriger une entreprise dans le futur.	2	3	4	5
2	Je suis confiant de développer un produit en utilisant des techniques d'identification des besoins.	2	3	4	5
3	Je comprends l'état d'esprit des consommateurs et comment leur commercialiser mon produit/service.	2	3	4	5
4	Je suis capable de communiquer mes idées commerciales à d'autres personnes telles que des mentors, des clients potentiels et des partenaires commerciaux potentiels.	2	3	4	5
5	Je suis capable de mener des études de marché par moi-même.	2	3	4	5
6	Je sais comment présenter et vendre des idées et des produits aux gens.	2	3	4	5
7	Je suis en mesure de déterminer les stratégies de tarification et les canaux de commercialisation appropriés.	2	3	4	5
8	Je suis sûr de pouvoir établir un budget pour mon entreprise.	2	3	4	5
9	Je comprends les exigences financières et les considérations nécessaires pour démarrer et gérer une entreprise.	2	3	4	5
dix	Je suis capable d'évaluer les forces et les faiblesses de mon idée d'entreprise par rapport aux produits/services existants sur le marché.	2	3	4	5
11	Je comprends comment développer et analyser les comptes de résultat.	2	3	4	5
État d'esprit					

1	Je comprends que démarrer une entreprise, c'est prendre et gérer des risques.	2	3	4	5
2	Je comprends que même si l'objectif de la gestion d'une entreprise est de gagner de l'argent, je dois être guidé par des principes moraux.	2	3	4	5
3	Je me rends compte que démarrer et gérer une entreprise rentable nécessite beaucoup de travail acharné et de sacrifices.	2	3	4	5
4	Je comprends que démarrer et gérer une entreprise implique de faire face à de nombreux problèmes et de devoir les résoudre lorsqu'ils surviennent.	2	3	4	5

Ressources utiles

Titre	Format	La description	Lien:	Référence des modules
Études de dimensionnement du marché	Plateforme en ligne	Grâce à des entretiens, à l'exploration de données, à l'analyse des concurrents et au conseil, les études de dimensionnement du marché peuvent vous aider à comprendre la taille et les opportunités de vente réalistes des marchés nouveaux et potentiels.	https://www.b2binternational.com/what-we-do/markets/market-sizing-recherche/	1, 2
Des relations d'affaires	Article	L'article révèle l'importance des relations d'affaires, Métriques des relations : ROI vs ROR, comment calculer le retour sur la relation, lien entre les relations commerciales et la technologie, fidélisation de la clientèle, fidélité à la marque.	https://www.superoffice.com/blog/business-relations/	1
Meilleures histoires	Site Internet	Le site Web Inc. propose divers articles présentant des histoires d'entreprises et d'entrepreneurs.	https://www.inc.com/encyclopedia/cashflow.htm	1, 7
Types d'entreprises et structure d'entreprise	Plateforme en ligne	Cette plateforme en ligne a été créée par le projet Ifempower cofinancé par le programme Erasmus + de l'Union européenne et vise à promouvoir l'entrepreneuriat féminin et l'innovation dans la capacité entrepreneuriale, à travailler à partir d'une approche pratique et innovante et à aider au développement de la capacité entrepreneuriale à travers un simulateur de projets modélisés avec des situations réelles qui se produisent dans différents scénarios d'entreprises.	https://toolkit.ifempower.eu/	3
Partenariats et exigences en	Article	Les entreprises à but lucratif se présentent généralement sous trois formes juridiques principales, à savoir	https://managementhelp.org/organizations/structure/	3

matière de capital social		les sociétés sans personnalité morale et les sociétés à responsabilité limitée. Il existe également d'autres formes d'entreprises, par exemple les organisations à but non lucratif, les franchises, les sociétés d'État, les coopératives, les sociétés à responsabilité limitée ("L3C"), etc.	es.htm#anchor1631135
Obligations fiscales et comptables	Article Les particuliers et les propriétaires d'entreprise ont souvent plus d'une façon d'effectuer une opération imposable. La planification fiscale évalue diverses options fiscales pour déterminer comment effectuer des transactions commerciales et personnelles afin de réduire ou d'éliminer votre impôt à payer.	https://www.wolterskluwer.com/en/expert-insights/tax-avoidance-is-legal-tax-evasion-is-criminal	3, 5, 7
Définition de l'équipe : règles de contractualisation	Site Internet Savez-vous identifier les employés les plus intelligents et les plus polyvalents pour votre entreprise ? Utilisez ces ressources de recrutement et de dotation en personnel pour apprendre les meilleures pratiques en matière de planification, de recrutement, d'entretien, de sélection et d'embauche d'employés.	Meilleures pratiques en matière de recrutement, d'embauche et de licenciement (thebalancecareers.com)	3, 6
Statuts de la société	Des articles Site Internet Qui peut rédiger les statuts de ma société ? Le règlement portant statut de la société européenne introduit une forme juridique européenne pour les sociétés anonymes à constituer sur le territoire de l'UE, connues sous le nom latin de Societas Europaea — d'où leur acronyme, SE. Il crée un cadre juridique unique au sein duquel les entreprises	https://nikolsen.com/en/article/who-can-draft-statutes-my-company https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?	3

		de différents pays de l'UE peuvent planifier et mener à bien la réorganisation de leurs activités à l'échelle de l'UE ainsi que dans les pays appartenant à la <u>Espace économique européen (EEE)</u>	uri=LEGISSUM%3A126016 https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa/escolher-a-forma-legal-da-sua-empresa	
Connexion électronique aux services de l'État		Chaque pays a son espace spécifique afin d'établir la connexion avec les services de l'Etat. De cette façon, le site de chaque pays doit être fourni pour montrer que chaque ressource et service est fourni par le pays.	Le Portugal: https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa	3
Multiplication/ franchise d'entreprise	Cours	le franchisage implique un accord contractuel entre un franchiseur et un franchisé de détail. Le franchiseur peut être un fabricant, un grossiste ou un sponsor de services. Une franchise ou l'accord contractuel permet au franchisé d'exercer son activité sous un nom établi et selon un modèle d'activité donné. Pour obtenir une franchise, un franchisé doit payer une redevance initiale au franchiseur. Par la suite, le franchisé paie un pourcentage mensuel des ventes brutes en échange des droits de vendre des biens et services du franchiseur dans une zone et un emplacement particuliers.	https://www.udemy.com/share/105s4u3@SRwLE-Ti5olaXLifA0iO17-b6cq8f85ytFTkSK-WXiZg81srGRG2pTVzB hQagKQ0b/	3, 7
Le rôle de la commercialisation	Article Vidéo	Qu'est-ce que le marketing? Dans le monde d'aujourd'hui, le rôle du marketing dans les organisations est trop important pour être ignoré.	https://courses.lumenlearning.com/wmopen-introbusiness/chapter/the-role-of-	4

		Grandes et petites organisations se disputent aujourd'hui le même marché et les plus innovantes et proactives sont sorties vainqueurs.	customers-in-marketing/	
Méthodes d'études de marché	Article vidéo,	Vous souhaitez savoir pourquoi, comment et quand appliquer une étude de marché ? Vous voulez découvrir pourquoi vos consommateurs n'achètent pas vos produits ? Êtes-vous intéressé par le lancement d'un nouveau produit, service ou même une nouvelle campagne marketing, mais vous n'êtes pas sûr de ce que veulent vos consommateurs ?	https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/ https://www.youtube.com/watch?v=_VTPnXfYcaXI	4
Modèles commerciaux utilisés en marketing	Article, Vidéo	Précisément, un modèle d'entreprise est un cadre holistique pour définir, comprendre et concevoir l'ensemble de votre entreprise dans l'industrie. Souvent, les entrepreneurs novices ne comprennent pas l'importance des modèles commerciaux.	https://bstrategyhub.com/50-types-of-business-models-the-best-examples-of-companies-using-it/ https://www.youtube.com/watch?v=4xRyg5Fltul	4
Rechercher les caractéristiques d'un marché	Article, Vidéo	La recherche marketing est l'une des fonctions importantes de la gestion marketing. C'est aussi l'une des composantes du SIG. Nous savons que l'information est l'intrant de base dans la prise de décisions. Chaque responsable a besoin d'informations pertinentes, fiables, adéquates et opportunes pour prendre des décisions liées à n'importe quel domaine du marketing.	https://us.corwin.com/sites/default/files/upm-binaries/5410_McQuarrie_I_Proof_Chapter_1.pdf https://www.youtube.com/watch?v=cxSOhz5x9ws	4
Recherche de campagnes marketing	Article, Vidéo	Qu'est-ce qu'une campagne marketing ? Les campagnes de marketing sont des efforts organisés et stratégiques pour	https://blog.hubspot.com/marketing/campagnes	4

		promouvoir un objectif spécifique de l'entreprise, comme la sensibilisation à un nouveau produit ou la collecte des commentaires des clients.	https://www.ted.com/talks/teresa_heath_wareing_how_social_media_is_changing_the_face_of_marketing	
Rechercher l'application du mix promotionnel	Article,	Mener le bon type de recherche pour analyser comment le mix marketing s'applique à votre produit ou service vous aidera à poursuivre les bonnes stratégies pour votre entreprise.	https://edwardloewe.org/how-to-establish-a-promotional-mix/ https://blog.alexacom/promotional-mix-elements/	4
Buts et objectifs marketing	Article	Quel est l'objectif principal du marketing ? Le but du marketing est de générer des revenus pour une marque, une entreprise ou une organisation.	https://www.impactplus.com/blog/what-is-the-purpose-of-marketing	4
Développer le raisonnement	Article	La raison d'être de l'utilisation de différentes stratégies de marketing est d'obtenir une meilleure compréhension des besoins du marché et de les satisfaire plus complètement. Les entreprises qui développent des stratégies de marketing efficaces réalisent des volumes de ventes élevés avec les marges bénéficiaires souhaitées.	https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/strategy	4
L'application du marketing-mix	Article, vidéo,	Qu'est-ce que le marketing mix ? Chaque marché cible nécessite un mix marketing unique pour satisfaire les besoins des clients cibles et atteindre les objectifs de l'entreprise. Une stratégie doit être construite pour chacun des 4P, et toutes les stratégies	https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/ https://www.mindtools.com/pages	4

		doivent être mélangées avec les stratégies des autres éléments.	/article/newSTR94.htm	
Les campagnes marketing	Vidéo	La création d'un plan de marketing demande de la créativité, mais se fier à votre instinct et à votre intuition peut conduire à des hypothèses qui ne se concrétisent pas lorsque vous ouvrez vos portes. Le mix marketing consiste en un développement de produits, des prix, des promotions et des stratégies de distribution interdépendants qui doivent être basés sur une recherche approfondie.	https://www.youtube.com/watch?v=4ti_uK60nLk https://www.youtube.com/watch?v=RX0Y2JbS9K4	4
Que font réellement les RH ? 11 responsabilités clés	Article	Voici une description détaillée de ce que le service RH fait (ou ce qu'il devrait faire) pour répondre aux besoins des employés.	https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do	6
Le guide complet des ressources humaines pour les petites entreprises en 2021	Article, vidéo, modèles	Qu'est-ce que la gestion des ressources humaines ? Pourquoi les ressources humaines pour les petites entreprises sont-elles nécessaires ? Bases des ressources humaines - erreurs à éviter. Manuel des ressources humaines pour les petites entreprises.	https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/	6
Gestion des ressources humaines : planification des ressources humaines	Vidéo	L'étape de planification de la gestion des ressources humaines consiste à effectuer une analyse des emplois, à prévoir l'offre et la demande de main-d'œuvre et à faire correspondre l'offre de main-d'œuvre à la demande des consommateurs. Dans cette brève vidéo, il est décrit chacun de ces éléments.	https://www.youtube.com/watch?v=L_aiqSRL-j8	6

5 exemples d'organigrammes de processus RH et pourquoi les utiliser	Article, organigrammes	Organigrammes de ces processus : Recrutement et sélection des employés ; Intégration des nouveaux employés ; Demande de voyage ; Remboursement des dépenses ; Processus de licenciement des employés.	https://www.heflor.com/blog/process-modeling/hr-process-flowchart-examples/	6
Stratégie RH (Stratégie des Ressources Humaines)	Article	Que contient la stratégie RH et qu'est-ce que c'est ?	https://managementmania.com/en/hr-strategy-human-resource-strategy	6
Établir les horaires de travail des employés : Guide du gestionnaire	Article, vidéo, exemples	Qu'est-ce qu'un horaire de travail ? Pourquoi l'horaire de travail des employés est-il important ? 10 exemples d'horaires de travail des employés Comment créer les horaires de travail des employés. Bonnes pratiques pour établir les horaires de travail	https://www.industry.com/hire/c/info/types-of-work-schedules	6
Exemple de description de poste de gestionnaire des ressources humaines	Article	Modèle pour répondre aux tâches et exigences spécifiques du poste exact de responsable des ressources humaines. Idées sur l'élaboration de la meilleure description de poste de gestionnaire des ressources humaines.	https://hiring.monster.com/employer-resources/job-description-templates/human-resources-manager-job-description-sample/	6
Liste de contrôle d'évaluation des employés	Exemple	Voici la liste de contrôle d'évaluation des employés d'un superviseur.	https://www.workforce.com/news/employee-evaluation-checklist	6
Modèles d'auto-évaluation des employés,	Article, vidéo, modèles	Voici un exemple de modèle d'auto-évaluation des employés et une description Pourquoi l'auto-évaluation est-elle nécessaire.	https://www.profinit.co/blog/performance-management-	6

exemples et conseils			blog/employee-self-evaluation-templates-examples-and-tips/	
Gestion des risques RH - 8 principales sources de risque pour les ressources humaines	Article	Les risques liés aux ressources humaines et leurs causes sont présents à chaque étape des processus d'embauche, de rétention et des opérations quotidiennes.	http://blog.treads-tonerisk.com/hr-risk-management-top-8-sources-of-human-resource-risk	6
16 types de besoins des clients (et comment les résoudre) Écrit par Allie Bresch	Article	Dans cet article, vous apprendrez : la définition des besoins des clients ; Les types de besoins des clients ; Comment identifier les besoins des clients. Ce qu'est une analyse des besoins du client. Comment répondre aux besoins de vos clients ; types de services à la clientèle.	https://blog.hubspot.com/service/customer-needs	8
Enquêtes et recherches sur la satisfaction client : comment mesurer le CSAT Écrit par Nick Hague et Paul Hague	Article	Tout sur la réalisation d'une enquête de satisfaction client, comme un moyen de commencer à mesurer où vous en êtes en termes de fidélité client.	https://www.b2binternational.com/publications/customer-satisfaction-survey/	8
Comptes de résultat et bilans	Article	Il existe deux états financiers de base pertinents pour les petites entreprises : profits et pertes, bilan. Description des indicateurs financiers et des formules.	https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/financial-management/rewinding-your-finances	7, 8

6 étapes pour une analyse efficace des états financiers Par Dubos J. Masson, PhD, CTP, FP&A Publié: 3/9/2018	Article	L'élaboration d'une analyse efficace des états financiers comporte généralement six étapes.	https://www.afponline.org/ideas-inspiration/topics/articles/Details/6-steps-to-an-effective-financial-statement-analysis	7, 8
L'importance des rapports financiers et de l'analyse : votre guide essentiel Par Bernardita Calzon dans Dashboarding, 17 mars 2021	Article	Le guide qui répond à ces questions : Qu'est-ce que le reporting et l'analyse financière ? Toutes les entreprises procèdent-elles de la même manière ? Quelle est l'importance du reporting financier ? A quoi sert le reporting financier ? Quels sont les cas d'utilisation lorsqu'il s'agit de prendre des décisions commerciales ? Quel est le rôle de ce type de reportage dans le monde réel ?	https://www.datapine.com/blog/financial-reporting-and-analysis/	7, 8
Comment rédiger un rapport d'activité formel (avec exemples)	Article	Dans cet article, il est expliqué ce qu'est un rapport d'activité formel, comment en rédiger un (guide étape par étape pour créer un rapport d'activité professionnel) et fourni un exemple.	https://www.indeed.com/career-advice/career-development/formal-business-report-example	8
RAPPORTS D'AFFAIRES. Auteur : Eggins, M.	Guider	Les recommandations pratiques pour produire des rapports d'activité clairs et correctement structurés	https://library.unimelb.edu.au/__data/assets/pdf_file/0005/1924160/Business_Reports.pdf	8
Comment rédiger et concevoir un excellent rapport annuel pour 2020 (+10)	Guider	Comme un excellent rapport annuel est l'occasion idéale de partager des informations sur l'entreprise et de promouvoir sa marque et son identité, dans ce guide, l'auteur explique	https://business.tutsplus.com/tutorials/how-to-write-design-annual-	8

conseils rapides) Par Brenda Baron 31 août 2020		comment choisir la bonne configuration pour votre rapport annuel, les étapes pour rédiger et concevoir le rapport annuel, et utiles conseils en cours de route.	report--cms-35671	
6 façons de mesurer le succès des petites entreprises. Mike Kapell	Article	Voici quelques méthodes de mesure de la performance des entreprises.	https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/2021/04/09/sams-club-membership-deal/?sh=34acc96a5491	8
Comment raconter une belle histoire dans votre rapport annuel (plus d'exemples) par Katie français	Articles/matériel vidéo	La clé d'un bon rapport annuel est de transformer les informations que vous incluez en une histoire intéressante, en utilisant tous les outils de narration à votre disposition. Guide étape par étape pour vous aider à créer un rapport attrayant.	https://www.colu-mnfivemedia.com/7-ways-compelling-annual-report	8

conclusion

Ensemble d'instruments pour les formateurs travaillant avec des groupes d'adultes propose une méthodologie et des idées de leçons pour le volume de 200 heures. L'ensemble d'instruments se compose de huit modules, créés pour fournir les connaissances et les compétences nécessaires à la création de votre propre entreprise - du développement d'une idée d'entreprise à un plan d'affaires, les principales étapes de la création à la gestion d'une entreprise, bien que les formateurs en EEP puissent utiliser des modules séparés ou l'ensemble, selon leurs besoins. De plus, l'ensemble d'instruments fournit des exemples de questionnaires, qui peuvent être utilisés par les stagiaires avant et après la formation dans l'entreprise d'entraînement pour planifier et évaluer leur croissance personnelle.

La flexibilité et l'accessibilité du modèle EEP, la possibilité de tester l'idée d'entreprise dans la pratique dans le réseau national et international des EEP, permettent aux apprenants adultes d'acquérir des connaissances, des compétences pratiques et la confiance en soi dans la création de leur propre entreprise.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu qui reflète uniquement les opinions des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.