



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

Projet: European School for entrepreneurship



Projet N° 2017-1-FR01-KA202-037256 – Action clef 2: *Coopération pour l'innovation et l'échange de bonnes pratiques*

Production intellectuelle O2: création d'un référentiel commun de formation (Syllabus)

Partenaires du projet



Table des matières

Table des matières	2
1. Introduction	4
2. Groupe cible	5
3. Description du référentiel commun de formation	7
4. Methodologie	13
5. Premier cycle	14
6. Description détaillée du syllabus:	16
7. Cours 1: Entrepreneuriat	16
8. Cours 2: Les premières étapes pour créer une startup	20
Action 1: Validation de l'idée	20
Action 2: Présenter votre entreprise efficacement	25
Action 3: Business Model Canvas	29
9. Cours 3: Les opportunités de financements européens pour les entreprises	36
Action 1: - Comment l'UE fonctionne?	36
Action 2: Les opportunités pour les entreprises dans le cadre européens	38
.....	44
10. Cours 4: Les éco-systèmes entrepreneuriaux	44
Action 1: Comprendre le concept d'écosystème entrepreneurial	45
Action 2: Le Marché – Marketing	46
Action 3: La culture d'entreprise	48
Action 4: Education et formation	49
Action 5: Mécanismes d'accompagnement	50

Action 6: Cadre réglementaire	51
Action 7: Capital humain / Disponibilité de la force de travail	52
Action 8: Financements et finances.....	53
11.Cours 5: La Responsabilité Sociale des Entreprises	57
Objectif.....	57
Grille de presentation du Syllabus	57
Action 1: Comprendre la RSE : enjeux, définition, cadre réglementaire.....	58
Action 2 – Bases de la RSE.....	61
Action 3 – Mettre en œuvre une démarche RSE : cas pratiques	64
12.Course 6: Les opportunités d’entrepreneuriat social pour les entreprises.....	69
Action 1: Le concept d’entrepreneuriat social et le modèle économique d’entrepreneuriat social	70
Action 2: Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées	72
14.References utilisées	76

1. Introduction

Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ?

L'entrepreneuriat est un processus de conception, de lancement et de gestion d'une nouvelle entreprise, qui est souvent initialement une petite entreprise. Les personnes qui créent leurs entreprises sont appelées entrepreneurs.

L'entrepreneuriat a été décrit comme la « capacité et la volonté de développer, d'organiser et de manager une entreprise commerciale avec ses risques dans le but de générer un profit ».

Alors que les définitions de l'entrepreneuriat se concentrent généralement sur le lancement et la gestion des entreprises, en raison des risques élevés associés au lancement d'une start-up, une proportion importante d'entreprises en démarrage doivent fermer en raison du manque de financement, de mauvaises décisions commerciales, crise économique, manque de demande du marché - ou une combinaison de tous ces causes.

Une définition plus large du terme est parfois utilisée, notamment dans le domaine de l'économie. Selon cette définition, un Entrepreneur est une entité, qui a la capacité de traduire les inventions et nouvelles technologies en nouveaux produits : L'entrepreneur est capable de reconnaître le potentiel commercial d'une invention and d'organiser le capital, le talent et d'autres ressources de manière à transformer une invention en innovation commercialement viable. En ce sens, le terme « entrepreneurial » englobe également des activités innovantes de la part des entreprises établies, en plus d'activités similaires de la part des nouvelles entreprises.

Source : Wikipedia

Le projet ESE

Dans le but de permettre au lecteur de mieux comprendre le curriculum, nous aimerions présenter les bases de notre projet. The European School of Entrepreneurship (ESE) est un projet cofinancé par la Commission Européenne via le programme Erasmus +. Le projet ESE vise à promouvoir et encourager l'entrepreneuriat des jeunes, des femmes et des personnes éloignées de l'emploi en leur permettant d'acquérir des compétences et des savoirs essentiels à la création d'une entreprise. Selon le Plan d'Action 2020 de la Commission Européenne, 40% des jeunes européens souhaitent devenir leur propre patron. Notre mission est de donner les compétences nécessaires pour créer leurs propres entreprises et nous avons définis des compétences absentes des cursus traditionnels.

Cela se traduit par notre mission qui est de former les futurs entrepreneurs avec les compétences dont ils auront besoin pour démarrer, développer et gérer leur entreprise. Nous mettons l'accent sur la création d'entreprises durables et socialement responsables.

L'European School of Entrepreneurship est développé pour les personnes qui veulent créer une entreprise mais qui ont besoin d'aide pour savoir comment faire. Avec des cours en ligne et en présentiel, l'école ESE pourra les aider. Nous offrons aux entrepreneurs potentiels un programme éducatif comprenant des formations en présentiel et en ligne sur des sujets tels que : Introduction à l'entrepreneuriat, les premières étapes pour démarrer une entreprise, financement européen pour les entreprises, Validation de votre marché, Écosystèmes entrepreneuriaux, Responsabilité Sociale des Entreprises, Entreprises sociales, etc.

Pour ce faire, nous offrons un programme de formation annuel comprenant des cours en présentiel et du mentorat, des cours en ligne, un guide des meilleures pratiques et la possibilité de voyager à l'étranger et de rencontrer d'autres entrepreneurs. La durée et les spécificités du programme varient en fonction du lieu, mais ils suivent tous le même programme de formation en ligne. Le programme se termine par un stage axé sur l'apprentissage pour obtenir une pratique utile. Certains étudiants auront l'occasion de se rendre dans l'une de nos villes partenaires et de rencontrer d'autres entreprises qui font des choses semblables.

Les cours de l'école ESE seront certifié ECVET, un instrument de reconnaissance de crédit d'apprentissage reconnu par l'Union Européenne et lié à Europass, outil de certification des mobilités.

L'équipe du projet comprend 5 partenaires de 5 pays différents, avec différents champs d'expertises qui contribuent au programme. L'expertise des partenaires de la croissance des startups, à la formation universitaire, à la formation professionnelle et aux certifications. Leur expérience cumule plus de 80 années d'éducation, de formation et de promotion de la création d'entreprise.

Dans un second temps, le projet vise à harmoniser l'enseignement de l'entrepreneuriat au travers de l'établissement d'un cadre européen de formation et à créer un guide de bonnes pratiques de l'entrepreneur européen. Ce guide sera disponible gratuitement sur notre site.

2. Groupe cible

Le projet ESE vise plus particulièrement les jeunes et les personnes éloignées de l'emploi. Abraham Lincoln disait « le meilleur moyen de prédire votre futur est de le créer ». De nos jours, Ces mots résonnent plus fort que jamais, alors que les taux de chômage massifs dans le monde appellent les jeunes à prendre leur avenir entre leurs mains et à inventer leur emploi après l'obtention de leur diplôme.

L'entrepreneuriat, généralement décrit comme l'acte de créer quelque chose à partir de rien, peut être une solution au défi mondial du chômage des jeunes, et une source importante de création d'emplois si nécessaire. Plus encore, l'entrepreneuriat des jeunes peut être

une célébration de la créativité et de l'aptitude technologique des jeunes, et un puissant outil d'autonomisation des jeunes (Gavrielidou, 2014).

Le projet a pour objet de les aider à travers la formation et un accompagnement individualisé pour stimuler la création d'entreprises dans différents territoires européens. L'ensemble des apprenants bénéficieront d'un accompagnement collectif et individualisé dans le but de leur donner les outils essentiels à la création de leur propre entreprise à la fin de la formation. Des mobilités sont également prévues pour 5 apprenants chaque année et pour chaque partenaire. Ces échanges interculturels seront l'opportunité pour les apprenants de discuter entre eux de s'enrichir mutuellement, et de participer à des réunions avec des chefs d'entreprises ou des experts qui seront amenés à leur faire part de leurs expériences.

Chaque partenaire formera un groupe de 20 apprenants provenant de 5 différents pays. Les participants au cours auront besoin d'avoir des connaissances de base et des compétences dans le domaine de l'entrepreneuriat avant l'inscription.

Le niveau de la formation correspondra au niveau 5 du cadre européen des certifications.

Ainsi, la conception du référentiel commun de formation doit tenir compte de E.S.E. comme un ensemble de cours, de méthodes et d'expériences suggérés qui indiqueront aux étudiants la meilleure combinaison pour acquérir des connaissances et des compétences avancées dans le domaine de l'entrepreneuriat, en favorisant leur éducation et leur employabilité.

Ceci est cohérent avec le projet principal ESE, de promouvoir et d'encourager l'entrepreneuriat des jeunes, des femmes et des personnes éloignées de l'emploi en leur permettant d'acquérir les compétences et les connaissances essentielles à la création d'une entreprise.

3. Description du référentiel commun de formation

Le référentiel de formation peut être défini comme un programme (12 ECTS), qui pourrait être inséré par différents programmes d'établissements d'enseignement en tant que spécialisation / filière suggérée, impliquant des cours existants, des cours et des expériences nouvellement conçus, appliquant des méthodes pédagogiques innovantes.

Un référentiel de formation est un document académique qui communique des informations sur les cours, qui définis les attentes et les responsabilités.

Il est descriptif (contrairement au curriculum prescriptif ou spécifique). Un syllabus (référentiel de formation) peut être établi par un jury d'examen ou préparé par l'enseignant qui supervise ou contrôle la qualité du cours.

Le syllabus est un « contrat entre les membres du corps professoral et leurs étudiants, conçu pour répondre aux questions des étudiants sur un cours, ainsi que pour les informer de ce qui se passera.

Il y a 7 composantes essentielles dans un référentiel de formation académique : information de l'instructeur, information générale sur les cours, objectifs des cours, politiques de cours, modalités d'évaluation, ressources éducatives, et calendrier des cours (Slattery Carlson 2005).

À titre de comparaison, le programme d'études est généralement défini comme l'ensemble des expériences des élèves qui se produisent dans le processus éducatif. Le terme fait souvent référence à une séquence d'enseignement planifiée ou à une vision de l'expérience de l'élève en fonction des objectifs pédagogiques de l'éducateur ou de l'école (Kelly 2009, Willes 2008).

Ainsi, nous utilisons dans ce document le terme syllabus pour la description d'un sujet et Curriculum pour un ensemble de syllabus.

Concernant la formation, nous avons choisi un dispositif d'enseignement innovant : le blended learning, c'est-à-dire un dispositif de formation mixte en présentiel et à distance via une plateforme en ligne de cours. Cette solution présente de multiples intérêts dont notamment la possibilité offerte aux apprenants d'accéder à la plateforme de cours quelque soit l'heure ou l'endroit.

La dimension interculturelle, intergénérationnelle et le fonctionnement de l'Union européenne (du point de vue de l'entreprise spécifique) seront largement étudiés dans le programme de formation. Le concept de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), l'approche du management durable et agile seront également étudiés.

Le syllabus du projet ESE représente un cadre européen commun de formation pour les différents partenaires basés sur ECVET (approche par compétence) et une partie formation par la mise à disposition de ressources d'apprentissage en ligne via une plateforme digitale et l'organisation de sessions de formation en face-à-face dans 5 pays européens. La formation proposée sera certifiée.

Les apprenants impliqués dans le cursus ESE pourront acquérir des savoirs et compétences avec pour objectif principal d'améliorer leurs compétences entrepreneuriales.

Le syllabus du projet ESE se compose d'un **ensemble de modules d'apprentissage, de cours, d'expérience et de méthodologies** définissant un concept d'apprentissage intégré pour construire le nouveau jeune entrepreneur. Ces modules sont les suivants :

1. Entrepreneuriat, marque et processus de création d'une marque
2. Les premiers pas pour démarrer une startup
3. Les financements européens pour l'entreprise
4. Les écosystèmes entrepreneuriaux
5. L'entrepreneuriat social
6. La responsabilité sociétale des entreprises

Tous ces modules offriront aux apprenants **une série de 6 cours** (avec un total de 12 ECTS)

Les heures d'apprentissage indiquées sont purement indicatives. En effet, par définition, l'apprentissage à distance permet une grande flexibilité dans les périodes et les temps d'apprentissage. Les cours sont en ligne 24h / 24, 7j / 7, chaque apprenant aura la possibilité de travailler les cours à son rythme tout en respectant les dates d'examen, si imposées par l'établissement de formation.

Figure 1. Concept de conception du Syllabus

→ Consulter freemind map sur le site ESE : <https://ese-project.com/>

Référentiel de certification : Table des unités constituanes et des compétences ciblées

	Titre	Partenaire responsable	Test	Unité capitalisable	Crédit	Coeff.	Modalité d'évaluation	Temps estimé d'apprentissage
1	Entrepreneuriat	Université de Primorska	<p>Participation active aux conférences et séminaires 30% de la note finale</p> <p>Présentation du Business model 70% de la note finale</p>	<p>Entrepreneuriat et Entrepreneur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le rôle et l'importance de l'entrepreneuriat pour le développement économique - Créativité et idée d'entreprise - Plan d'affaires - Sources de financement de la nouvelle entreprise - Gestion et croissance des nouvelles entreprises 	1	1	<ul style="list-style-type: none"> - Participation active aux conférences et séminaires 30% - Présentation du Business model - 70% 	20h
1	Marque	University of Primorska	Idem # entrepreneuriat	<p>Entrepreneuriat et Entrepreneur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le rôle et l'importance de l'entrepreneuriat pour le développement économique - Créativité et idée d'entreprise - Plan d'affaires 	1	1	<ul style="list-style-type: none"> - Participation active aux conférences et séminaires 30% - Présentation du Business model - 70% 	20h

				<ul style="list-style-type: none"> - Sources de financement de la nouvelle entreprise - - Gestion et croissance des nouvelles entreprises 				
2	Les première pas pour lancer une startup	Tetuan Valley	<ul style="list-style-type: none"> - Évaluation continue des connaissances avec des questions (méthode choisie par le formateur) - Présentation PowerPoint - Présentation orale - Devoirs 	<ul style="list-style-type: none"> - Validation d'idée - Présentations efficaces - Toile de modèle d'affaires 	2	1	<ul style="list-style-type: none"> - Examens d'évaluation des connaissances - Présentation PowerPoint - Présentation orale - Devoirs 	24 h (44 h de charge de travail)
3	Les opportunités de financements européens pour les entreprises	CCBI	Questions ouvertes et questionnaires à choix multiples: 40% de la note globale	<ul style="list-style-type: none"> - Comment fonctionne l'UE ? - Opportunités pour les entreprises dans le cadre européen 	3 Bloc de compétence A1 = 1 crédit Bloc de compétence A2 = 2 crédits	1	- Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés	60 h
4	Les écosystèmes entrepreneuriaux	CBE SL	<p>Présentation d'une étude de cas existante et / ou d'un projet personnel de création d'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les étudiants présenteront leur projet de création ou de reprise d'entreprise. Ce projet sera présenté oralement (en utilisant un support informatique) et par 	<ul style="list-style-type: none"> - Le concept d'un écosystème entrepreneurial - Le marché-Marketing - La culture corporative - Education et formation - Mécanismes de soutien - Cadre réglementaire et infrastructures - Les politiques gouvernementales 	1	2	<ul style="list-style-type: none"> - Test écrit : les documents écrits doivent représenter un effort de recherches, d'analyse et d'application vis-à-vis d'un aspect réel et bien défini de l'activité de l'entreprise et dans un contexte économique européen. - Test oral d'une heure : une présentation théorique orale (30min) + une partie questions/réponses avec le jury (30) 	32H

			écrit	Capital humain / Disponibilité de la main-d'œuvre - Financement et Finance				
5	L'entrepreneuriat social	SYNTEA	Évaluation des connaissances par des questions de cours Appropriation par les apprenants des connaissances identifiées	- Le concept d'entrepreneuriat social and et le modèle économique de l'entrepreneuriat social Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées	2	2	- Évaluation des connaissances par des questions de cours - Appropriation par les apprenants des connaissances identifiées	50 h
6	Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)	CBE	Travail de l'apprenant: diligence; présentations (orales et écrites), recherche et revue de la littérature - Situation de jeu de rôle: respect des consignes (temps, objectifs ...), clarté de la présentation, argumentation	- Comprendre la RSE: enjeux, définition, cadre réglementaire - Mettre en œuvre une approche RSE: étude de cas	2	2	- Évaluation continue des connaissances avec des notes de synthèse et des questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 20% de la note globale - Evaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 15% de la note globale - Evaluation continue des connaissances par des questions de cours (méthodes dans le choix du formateur): 15% de la note globale - Contrôle continu des connaissances (15% du score global)	35 h (60 h de charge de travail)
Stage								
Période de mobilité						1		
Mémoire / rapport de stage						1		

TOTAL					12 crédits		286 H
-------	--	--	--	--	------------	--	-------

Contenu

Le contenu pédagogique des modules et leur lien avec chaque élément d'apprentissage (examens, matériel, laboratoire de tournage et stage) ont été développés de manière cohérente par E.S.E. partenaires du projet dans la phase finale de la conception du curriculum. Le contenu est cohérent avec les cours choisis par le partenaire pour inclure des fonctionnalités d'apprentissage suggérées.

4. Méthodologie

Dans le rapport de la Commission européenne sur l'entrepreneuriat dans l'enseignement et la formation professionnelle (2008), les experts ont mis en évidence les outils / méthodes d'enseignement les plus appropriés ou efficaces pour dispenser des programmes et des cours d'entrepreneuriat, en particulier aux étudiants.

Le résultat de cette enquête indique une claire préférence pour les méthodes basées sur les techniques de groupes et d'équipes pour trouver de nouvelles idées de business et sur les études de cas.

À la suite de ces deux catégories principales, d'autres outils ont été jugés particulièrement efficaces : « ateliers de planification d'entreprise », « invitation de conférenciers » (à savoir entrepreneurs) et « simulations de business ». En outre, des méthodes fondées sur la réalisation d'activités pratiques d'entreprise et des exercices de créativité conduisant au développement d'idées figuraient parmi d'autres outils dont l'efficacité a été soulignée. Il est intéressant de noter que les experts ont rarement mentionné les cours traditionnels comme des outils efficaces pour l'éducation à l'entrepreneuriat.

Une conclusion importante est que les méthodes éducatives traditionnelles ne sont pas bien corrélées avec le développement des traits et des attributs entrepreneuriaux, et que la collaboration multidisciplinaire est un élément essentiel de la construction des capacités entrepreneuriales. Il y a un besoin de plus de flexibilité dans la conception du cours. Les stages, l'alternance entre les études à temps plein et à temps partiel, l'organisation de cours intensifs et l'accréditation de l'apprentissage informel et non formel ont tous un rôle à jouer.

Les cours traditionnels, qui « nourrissent » les élèves passifs, sont largement inappropriés dans ce domaine et, plus généralement, constituent un moyen d'apprentissage inefficace. Il est nécessaire de passer à des approches d'apprentissage plus interactives, où l'enseignant devient plus un modérateur qu'un conférencier.

L'utilisation de méthodes d'enseignement basées sur l'expérience est cruciale pour développer les compétences et les capacités entrepreneuriales. Par conséquent, afin d'intégrer l'entrepreneuriat dans l'ensemble du programme, l'utilisation de pédagogies orientées vers l'action devrait être favorisée dans toutes les disciplines. Ce type de méthodologie est laborieux et coûteux et nécessite une formation spécifique.

Les professeurs devraient avoir une formation universitaire et une expérience récente dans le monde des affaires, notamment en consultation ou en lancement d'initiatives entrepreneuriales. Idéalement, ils devraient entretenir de solides liens personnels avec le secteur des entreprises. Les meilleurs professeurs sont des enseignants qui possèdent les compétences pédagogiques requises ainsi qu'une réelle expérience professionnelle dans le secteur privé. Une distinction doit être faite entre la sensibilisation et l'éducation, et le soutien aux entreprises actuel (Entrepreneuriat dans l'enseignement et la formation professionnels 2008).

L'approche didactique traditionnelle est tirée d'une perspective d'apprentissage centrée sur l'élève à des méthodes qui mettent l'accent sur l'apprentissage actif. L'ensemble, **les cours et les modules ont une structure flexible**. Les ressources pédagogiques ouvertes, supports d'apprentissage en ligne, permettent d'accéder à tous les modules, d'examiner certaines parties, d'obtenir des sources supplémentaires, des exemples, etc.

Définition des méthodologies d'apprentissage :

- Formelle, avec des conférences, des séminaires et des tests pour construire des connaissances conceptuelles avancées, **traditionnelles**
- Cognitive, en utilisant le blended learning combinant conférencier et session d'apprentissage en e-learning grâce aux ressources pédagogiques ouvertes, **apprendre en pensant**.
- Opérationnelle, sur la formation en cours pour effectuer des bilans afin d'analyser et de guider les PME, mettre en œuvre des cours stratégiques sur la planification, l'orientation et le contrôle des processus de vente, **apprendre en faisant**.

Ainsi, les apprenants seront guidés à travers le problème, soumis à une évaluation et / ou à des critiques ou leurs conceptions seront éclairer par le bief de l'apprentissage par résolution de problèmes, l'apprentissage par la demande, l'apprentissage par compétences, l'apprentissage auto-dirigé et l'apprentissage par expérience et action.

Les médias choisis pour atteindre ces résultats sont l'enseignement traditionnel en mettant l'accent sur des études de cas et des techniques de groupes et de techniques pour créer de nouvelles idées d'affaires (conférences), des matériels d'apprentissage multimédias (REL) sur Internet, des vidéos (courts métrages).

EVALUATION

Les apprenants seront évalués en considérant simultanément différentes approches éducatives :

- L'apprentissage traditionnel sera évalué via des tests et examens sur le contenu des cours
- L'apprentissage innovant sera basé sur le test (matériel OER, Cli.Ma.) lors des cours et des accès aux examens et aux plateformes, le pourcentage de participation et les tests d'évaluation (Movie Education et les bilans PME).

5. Premier cycle

Premier cycle

À ce niveau d'application, les partenaires seront en mesure d'insérer un cours admissible dans leur offre académique, qui sera enrichie par **des sources d'apprentissage et d'expérience innovatrices**, liées au programme de stage, pour tester, appliquer et mettre en pratique leurs nouvelles connaissances acquises et des outils dans un cadre professionnel.

En outre, Syllabus sera formé grâce à l'ensemble des cours admissibles à suivre pour atteindre ces connaissances et compétences pour réussir ventes internationales et gestionnaire de compte clé.

6. Description détaillée du syllabus :

7. Cours 1 : Entrepreneuriat

Objectifs :

L'objectif principal de ce cours est de donner aux futurs entrepreneurs les outils pour les aider dans leurs premiers pas de création d'entreprises (chercher une idée de business, évaluer l'idée et démarrer son entreprise).

En outre, les étudiants apprendront sur les marques et l'image de marque qui est l'une des compétences entrepreneuriales les plus importantes.

Dans ce syllabus :

Durée de la formation (présentielle) : 20h
2 ECTS pour une charge de travail de 40h.

Les cours sont découpés en 2 modules :

- A1- Entrepreneuriat
- A2- Marques

Objectif A1 : Entrepreneuriat

1. L'objectif principal du cours est d'acquérir des connaissances théoriques et pratiques sur l'entrepreneuriat et le processus entrepreneurial à partir de l'idée, la validation des idées d'affaires-crédation d'entreprises, et de développer les compétences entrepreneuriales et la pensée créative. Le programme pousse les étudiants à adopter une pensée entrepreneuriale et créer et développer leurs idées de business.

Objectif A2 : Marque

1. L'objectif principal du cours est d'acquérir des connaissances théoriques et pratiques sur l'importance des marques et de la marque, et des connaissances sur le processus de marque.

Résultats d'apprentissage

Tâches Groupe de résultat d'apprentissage (L.O)	Compétence	Aptitudes	Savoirs
<p>T1: Application: Dans ce cours, un étudiant acquiert des compétences qui peuvent être utilisées pour identifier les compétences entrepreneuriales et les idées d'affaires et pour vérifier leurs compétences et attitudes personnelles pour l'entrepreneuriat, Un étudiant sera capable de démarrer le processus entrepreneurial d'une idée jusqu'au lancement de l'activité et dans ce contexte de préparer un modèle de plan d'affaire et sa présentation.</p> <p>Réflexion</p> <ul style="list-style-type: none"> - Basé sur la connaissance des principes théoriques de l'étudiant sera en mesure d'analyser et d'évaluer de manière critique les idées, les plans d'affaires et les pratiques commerciales des entreprises existantes, - L'étudiant sera en mesure de trouver des ressources pour le développement des affaires en Slovénie et faire une analyse comparative de l'environnement efficace pour le développement des affaires. 	<p>C1: Compétences générales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer une pensée analytique et créative. - Développer l'estime de soi, la prise d'initiatives; la persévérance pour parvenir au succès. - Apprendre à mettre l'accent sur les résultats - Développer des aptitudes pour trouver les informations et les savoirs. - Développer un sens des relations interpersonnelles et du travail d'équipe - Développer l'autonomie, la flexibilité et l'adaptabilité dans la prise de décision. <p>Sujet-compétences spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer des compétences entrepreneuriales - Développer des aptitudes à anticiper et concevoir - Evaluation et utilisation des ressources économiques - Développer un focus sur la réussite des entreprises 	<p>A1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre le concept d'entrepreneuriat, d'entrepreneur et le rôle et l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique. - Comprendre le processus entrepreneurial de l'idée à la création de l'entreprise, les techniques de pensées créatives et les composantes d'un business plan. 	<p>S1: Savoirs et compréhensions:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaissance et compréhension du concept d'entrepreneuriat, d'entrepreneur et de son rôle et importance dans le développement économique - Connaissance et compréhension du processus entrepreneurial, de l'idée à la création d'entreprise. - Connaissance de l'importance de la pensée créative et de ses techniques. - Connaissance de l'importance et des composantes du business plan; - Connaissance des sources de financement de capital-risque, Connaissance de la gestion de base des nouvelles entreprises, des stratégies de développement et de croissance des nouvelles entreprises et de leur résiliation - Connaissance d'un environnement favorable à l'entrepreneuriat et en particulier d'un environnement favorable au développement des entreprises
<p>T2: Application: L'apprenant doit être capable de : - Démarrer la conception et le développement de leur propre marque</p>	<p>C2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La capacité à acquérir de nouvelles connaissances dans le domaine de l'image de marque et du marketing. -La compétence de coopérer et de 	<p>A2:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Acquérir des connaissances en marketing et technique de vente. Le fondement théorique comprend la connaissance des principes de base du marketing et des éléments distincts des 	<p>S2: Knowledge and understanding:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Basic steps in the creation and development of brand. - Connaissance et compréhension de la structuration d'une marque.

<p>- Concevoir un plan marketing, concevoir mettre en œuvre des campagnes de promotion..</p> <p>Réflexion: Ils sont en mesure d'évaluer les problèmes liés aux différents aspects du processus d'image de marque et de marketing, et d'améliorer adéquatement leurs connaissances / compétences.</p>	<p>fournir une orientation pour le travail d'équipe;</p> <p>La capacité de comprendre les concepts de marque et de marketing, qui orientent les étudiants dans la résolution des défis et des problèmes lors de l'introduction et la promotion de leur propre marque.</p>	<p>stratégies de marketing.</p> <p>- Le travail pratique permet l'application en temps réel des connaissances acquises et la préparation des propres projets des étudiants.</p> <p>- L'aperçu de différentes techniques de vente et une bonne base pour la création de stratégies de vente.</p>	<p>- Connaitre et comprendre le processus de création d'une marque.</p> <p>- Comprendre les stratégies marketing en étroite connexion avec ces éléments pour la mise en œuvre.</p>
---	---	---	--

Certification

Contexte	Critères d'évaluation
<p>Entrepreneuriat et Entrepreneur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nature et développement de l'entrepreneuriat - Définitions de l'entrepreneuriat - Processus de création d'une entreprise - Une comparaison de la prise de décision managériale et entrepreneuriale - Définition de l'entrepreneur - Processus de décision dans les affaires. - Les caractéristiques de l'entrepreneur: aptitudes, motivation - Business et entrepreneurs internes - L'entreprise familiale - Le rôle et l'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique: <p>Créativité et idée de création d'entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> - Source des nouvelles idées - Méthode pour la genèse des idées - Résolution créative de problèmes - Processus de planification et de développement de la production <p>Business Plan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le sens et l'objectif de la préparation d'un business plan - Le besoin d'informations - La préparation et le contenu d'un business plan - Utilisation et mise en œuvre d'un business plan 	<p>Type d'évaluation:</p> <p>Participation active aux conférences et séminaires: 30%</p> <p>Présentation d'un business model : 70%</p>

Sources de financements pour les nouvelles entreprises:

- Financement pour l'équité
- Financement avec capital dette
- Capital risque
- Incitations au développement de l'État pour le développement de nouvelles entreprises
- Evaluation de l'entreprise

Management et croissance d'une nouvelle entreprise

Fermeture d'une entreprise

Bibliographie indicative :

1 A Entrepreneuriat

1. Ash Maurya. Delaj vitko. 2014. Pasadena : Ljubljana.
2. Eric Ries "Lean Startup". <http://theleanstartup.com/>
3. Steve Portigal. "Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights"
4. Mitja Ruzzier, Boštjan Antončič, Tina Bratkovič, Robert D. Hisrich. 2008. Podjetništvo. Koper : Društvo za akademske in aplikativne raziskave
5. Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. "Business Model Generation"
6. <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

1 B Marque et stratégie de marques

1. Startup branding funnel. Find your perfect brand-market fit to hack your growth. 2015 Maja K. Ruzzier, Mitja Ruzzier. Publisher : Meritum, ISBN: 978-961-92961-4-1.
2. David A. Aaker BRAND PORTFOLIO STRATEGY
3. Debbie Millman BRAND THINKING
4. O'Reilly LEAN BRANDING

8. Cours 2 : Les premières étapes pour créer une startup

Objectifs

L'objectif global est de donner aux entrepreneurs les outils indispensables pour créer une startup. Le but étant que les apprenants aient les bonnes bases pour développer leur idée d'entreprise et ainsi la développer.

Dans ce syllabus :

11 unités de *Résultats d'apprentissage* (3 sections)

Durée de la formation : 24h

2 crédits d'apprentissage CEC niveau V, pour 44h de charge de travail

Bloc de compétences A1 : 9h – Validation de l'idée

Bloc de compétences A2 : 6h – Effective Présentations

Bloc de compétences A3 : 9h - Business Model Canvas

Action 1 : Validation de l'idée

Objectifs :

Lorsque que vous avez une idée, avant d'investir trop de temps et d'argent dans celle-ci, il est important de la tester afin de voir s'il y aura des clients potentiels et si elle concorde avec le marché. Ce thème abordera comment valider une idée de création d'entreprise avant de se lancer dans la création d'entreprise afin d'éviter de futurs échecs.

- Comprendre ce que l'on entend par validation et les concepts clés qui l'entourent
- Mesurer l'importance de la validation de l'idée avant de créer un produit ou une entreprise.
- Comprendre le concept d'adéquation problème-solution et problème-marché.
- Savoir comment rechercher pour valider une idée et son marché à travers des recherches secondaires, des entretiens avec des bénéficiaires et des retours expériences.
- Savoir mesurer la taille réelle du marché pour un produit ou un service.

Résultats d'apprentissage

Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs
T1. Qu'est-ce que la validation ?	<p>C1. Reconnaître les concepts clés de la validation: ajustement solution-problème, expérimentation, recherche</p> <p>C2. Exprimer l'importance de la validation avant de créer une entreprise</p>	<p>A1. Définir les concepts clefs de la validation</p> <p>A2. Distinguer le problème et la solution de l'adéquation du produit au marché</p> <p>A3. Décrire l'importance de la validation comme une première étape pour la création d'une entreprise.</p>	<p>S1. Validation</p> <p>S2. Adéquation problème /solution</p> <p>S3. Adéquation produit /marché</p> <p>S4. Importance de la validation</p>
T2. Adéquation problème/solution	<p>C1. Comprendre quand et pourquoi on réalise les solutions à des problèmes.</p> <p>C2. Connaître les bases d'un bon entretien à problème.</p> <p>C3. Comprendre le concept d'adéquation problème-solution.</p> <p>C4. Connaître les bases d'un bon entretien à solution.</p>	<p>A1. Décrire ce qu'est un problème-solution et ce pour quoi on l'utilise</p> <p>A2. Appliquer la technique de l'entretien à problème à son propre commerce et réaliser des entretiens problèmes efficaces.</p> <p>A3. Décrire le concept d'adéquation problème-solution.</p> <p>A4. Expliquer pourquoi les deux entretiens doivent être séparés l'un de l'autre.</p>	<p>S1. Des entretiens problèmes.</p> <p>S2. Des entretiens solutions</p> <p>S3. La différence entre entretien problème et entretien solution.</p> <p>S4. La définition d'adéquation problème-solution.</p> <p>S5. Des exemples d'adéquation problème-solution.</p>
T3. L'adéquation marché-production	<p>C1. Comprendre le concept de l'ajustement du produit au marché</p> <p>C2. Résumer 4 expériences pour tester l'adéquation du marché</p> <p>C3. Comprendre le concept de la taille du marché : TAM (Total Addressable Market), TSM (Total Serviceable Market) et les marchés plus petits.</p>	<p>A1. Décrire ce qu'est l'ajustement du produit au marché</p> <p>A2. Énumérer les exigences pour prouver l'adéquation du produit avec le marché</p> <p>A2. Décrivez au moins 4 expériences pour tester l'adéquation du marché</p> <p>A3. Démontrer l'aptitude à mener des expériences de validation du marché.</p> <p>A4. Définir et appliquer les concepts liés à la taille du marché</p>	<p>S1. Adéquation produit / marché</p> <p>S2. Expérimentations d'ajustement au marché</p> <p>S3. La taille du marché :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Total Addressable Market - Served available market - Target market - Beachhead market

Référentiel de certification:

Tâches	Savoirs (S), Compétences (C), Aptitudes évaluées(a)	Méthodes d'évaluation	Critères d'évaluation
T1 – Qu'est-ce que la validation ?	<p><u>Savoirs:</u> S1. Validation S2. Adéquation problème/solution S3. Adéquation produit/marché S4. L'importance de la validation</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Définir les concepts clefs de la validation. C2. Distinguer l'adéquation problème-solution de l'adéquation marché-production. C3. Décrire l'importance de la validation comme un premier pas indispensable à la création d'entreprise.</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Reconnaître les concepts clés de la validation : adéquation problème-solution, expériences, recherches. A2. Exprimer l'importance de la validation avant de créer son entreprise</p>	Évaluation continue des connaissances avec des questions à la fin de chaque section: 10% de la note globale	<p>Les apprenants répondent aux questions correctement</p> <p>L'apprenant communique sa compréhension du concept vu en classe.</p> <p>L'étudiant fait les lectures requises</p>

<p>T2 – Adéquation problème/solution</p>	<p><u>Savoirs:</u> S1. L’entretien problème S2. L’entretien solution S3. La différence entre entretien problème et entretien solution S4. La définition d’adéquation problème-solution S5. Des exemples d’adéquation problème-solution</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Décrire qu’est-ce qu’un problème-solution et ce pour quoi il est utilisé. C2. Appliquer des techniques d’entretien problème à son propre commerce et mener des entretiens problème efficaces. C3. Décrire le problème d’adéquation problème/solution. C4. Expliquez pourquoi les deux entretiens doivent être séparés les uns des autres</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Comprendre quand et pourquoi les problèmes-solution sont menés. A2. Connaître les bases d’un bon entretien problème. A3. Comprendre le concept d’adéquation problème-solution. A4. Connaître les bases d’un bon entretien solution.</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 15% de la note globale</p> <p>Devoir 1 - Conduite de 3 entretiens de problèmes et rédaction d'un résumé des principales conclusions avec proposition d'action à prendre (15% de la note globale)</p> <p>Devoir 2 - Mener 3 entretiens de solution et écrire au résumé des résultats avec proposition d'actions à entreprendre (15% de la note globale)</p>	<p>L'élève répond correctement aux questions</p> <p>Qualité de l'analyse des résultats des entretiens</p> <p>L'élève est capable de prendre des décisions en fonction des entretiens</p>
---	---	--	--

<p>T3 – Adéquation Produit / Marché</p>	<p><u>Savoirs:</u> S1. Adéquation Produits/Marché S2. Expérimentation d’ajustement au marché S3: Taille du marché : - Total Addressable Market - Served available market - Target market - Beachhead market</p> <p><u>Compétences:</u> C1: Décrire ce qu’est l’adéquation produit / marché C2. Énumérer les exigences pour prouver l’adéquation du produit au marché C3. Décrire au moins 4 expériences pour tester l’adéquation au marché C4. Démontrer la capacité de mener des expériences de validation de marché C5. Définir et appliquer les concepts liés à la taille du marché</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Comprendre le concept d’adéquation produit/marché A2. Résumer 4 expériences pour tester l’adéquation du marché A3 : Comprendre le concept de taille de marché: TAM, TSM et marché beachhead.</p>	<p>Evaluation continue des connaissances via des questions de cours (méthode au choix du formateur): 15% de la note globale</p> <p>Test de réponse courtes en classe: 15% de la note globale</p> <p>Devoir 3 - Identifier le marché de TAM, TSM et beachhead pour leurs entreprises et donner une estimation de leurs tailles. Rédigez un court rapport sur les raisons pour lesquelles ils ont choisi ces marchés: 15% de la note globale</p>	<p>L’élève a appris les concepts et peut répondre correctement aux questions</p> <p>L’élève démontre une compréhension des concepts appris dans le test de réponse courte</p> <p>L’étudiant fait les lectures - Qualité de l’analyse des marchés et de la taille du marché</p>
--	--	--	--

Bibliographie indicative:

1. “Disciplined Entrepreneurship” by Bill Aulet
2. “Lean Startup” by Eric Ries
3. “Interviewing Users: How to Uncover Compelling Insights” by Steve Portigal

Articles en ligne:

1. <https://fizzle.co/sparkline/real-world-idea-validation>
2. <https://www.entrepreneur.com/article/237455>
3. <https://medium.com/makesideproject/making-a-side-project-part-2-idea-validation-d682dd05c475>
4. <https://medium.com/startup-reviews/how-im-hustling-a-9-startup-idea-validation-9318bb61dad1>

Action 2 : Présenter votre entreprise efficacement

Objectifs:

Une clef importante du succès d'une entreprise réside dans votre aptitude à la vendre aux autres, aux potentiels clients, partenaires ou investisseurs. Cette section abordera comment communiquer efficacement et préparer une bonne présentation de votre entreprise.

Dans cette section, vous apprendrez :

- Comment présenter son entreprise
- Les différents types de présentations d'une entreprise
- Comment structurer une présentation
- Les bonnes pratiques de présentation visuelles et les meilleures pratiques de présentation.

An important part of the success of a business is how well you are able to sell it to others - be it potential customers, partners or investors. This section will teach how to communicate effectively and prepare a good pitch for your business. In this section you will:

- Learn how to present
- Learn the different types of presentations a business might need to prepare for
- Learn how to structure a pitch or presentation
- Learn best practices for creating visual presentations and best practices for presenting

Learning Outcomes

Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs
T1. Types de présentation	C1. Expliquer ce qu'est une présentation et comment effectuer une présentation efficace C2. Différencier les types d'arguments par leur taille. C3. Différencier les types de présentation en fonction du public.	A1. La distinction entre arguments de différentes tailles et ce qu'il faut privilégier. A2. La distinction entre arguments de différents publics et ce sur quoi il faut se focaliser.	S1. Argumentaire éclair. S2. Présentation en 3-5 minutes S3. Présentation longue S4. Argumentaires de vente S5. Discours pour les investisseurs S6. Les arguments pour les partenaires ou pour le marketing.
T2. Structuration du	C1. Décrire les éléments qui rendent un discours efficace	A1. Appliquer les concepts d'acteur, de conflit et de contexte d'un argument.	S1. Structure d'un argument S2. Elements d'un argument

<p>pitch</p>	<p>C2. Reconnaître la structure la plus efficiente pour la présentation d'un nouveau produit ou service</p> <p>C3. Décrivez les 10 éléments à inclure dans chaque argument et discutez de leur pertinence</p> <p>C4. Prioriser les éléments à présenter en fonction du public</p>	<p>A2. Identifier et utiliser la structure « quoi-comment- pourquoi ? » dans un argument.</p> <p>A3. Enumérer les 10 éléments à inclure dans un argument</p> <p>A4. Préparer un argument efficace de 3-5 minutes en utilisant les concepts appris</p>	<p>S3. Efficacité d'un argument</p>
<p>T3. Perfectionner la présentation.</p>	<p>C1. Appliquer les meilleures pratiques pour créer un support visuel pour une présentation</p> <p>C2. Mémoriser les habitudes à éviter lors d'une présentation</p> <p>C3. Acquérir des compétences en communication pour réaliser des présentations efficaces</p>	<p>A1. Produire une présentation powerpoint claire et efficace</p> <p>A2. Présenter une idée, un produit ou une entreprise clairement de manière convaincante</p>	<p>S1. Présentation powerpoint efficace</p> <p>S2. Compétences en communication</p>

Référentiel de certification

Tâches	Savoirs (S), Compétences (c), Aptitudes évaluées (a)	Méthodes d'évaluation	Critère d'évaluation
T1 – Types de pitch	<p><u>Savoirs:</u> S1. Argumentaire éclair. S2. Argument de 3-5 minutes S3. Longues présentations S4. Argumentaire de vente S5. Argumentaire pour les investisseurs S6. Argument pour les partenariats ou discours marketing</p> <p><u>Compétences:</u> C1. La distinction entre arguments de différentes tailles et ce qu'il faut privilégier. C2. Distinguer les arguments pour les différents publics et voir sur quoi se concentrer</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Décrire les éléments qui rendent un pitch (présentation) efficace A2. Reconnaître la structure la plus efficace pour la présentation d'un nouveau produit ou service A3. Décrire les 10 éléments à inclure dans chaque pitch et discuter de leur pertinence A4. Prioriser les sujets en fonction du public</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthode choisie par le formateur): 15% de la note globale</p>	<p>L'élève répond correctement aux questions</p> <p>L'élève communique la compréhension des concepts abordés en classe</p>
T2 – Structuration d'un pitch	<p><u>Savoir:</u> S1. Structuration d'un pitch S2 Les éléments d'un pitch S3 Efficacité d'un pitch</p> <p><u>Compétences :</u> C1. Appliquer les concepts</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 10% de la note globale</p> <p>Présentation orale: 20% de la note globale</p>	<p>L'élève répond correctement aux questions</p> <p>La présentation contient des éléments appris dans la section: - La présentation a la structure correcte telle qu'apprise en classe</p>

	<p>d'acteur, de conflit et de contexte dans un argument. C2. Identifier et utiliser la structure "Quoi-comment-pourquoi" pour élaborer un pitch. C3. Enumérer les 10 éléments à inclure dans un pitch. C4. Préparer un argument efficace de 3-5 minutes en utilisant les concepts appris</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1 Décrire les éléments qui rendent un pitch efficace A2 Reconnaître la structure la plus efficiente pour la présentation d'un nouveau produit ou service C3 Décrire les 10 éléments à inclure dans chaque pitch et discuter de leur pertinence C4. Prioritiser les sujets à aborder en fonction du public</p>		<p>– - La présentation est claire et communique efficacement le message</p>
<p>T3 – Perfectionner sa présentation</p>	<p><u>Savoirs:</u> S1. Présentation powerpoint efficace S2. Compétences en communication.</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Réaliser une présentation Powerpoint claire et efficace. C2. Présenter une idée, un produit, une entreprise de manière claire et convaincante.</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Appliquer les bonnes pratiques pour réaliser un support visuel de présentation. A2. Mémoriser les habitudes à éviter lors d'une présentation. A3. Acquérir des compétences</p>	<p>Evaluation continue des connaissances par questions bien sûr (méthodes dans le choix du formateur): 15% de la note globale</p> <p>Présentation PowerPoint: 20% de la note globale</p> <p>Présentation orale: 20% de la note globale</p>	<p>L'apprenant a appris les concepts et peut répondre aux questions correctement.</p> <p>La présentation Powerpoint respecte les lignes directrices données en classe.</p> <p>La présentation Powerpoint est claire</p> <p>La présentation orale est claire et inclue les éléments discutés en classe.</p> <p>La capacité de présentation s'est améliorée depuis la première présentation orale</p>

en communication pour une
présentation claire et efficace.

Bibliographie indicative:

1. “Pitch anything” by Oren Klaff
2. “The Art of the Pitch” by Peter Coughter

Ressources en ligne:

1. <https://www.inc.com/jeff-haden/how-to-pitch-18-steps-to-create-and-deliver-a-winn.html>
2. https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action

Action 3: Business Model Canvas

Objectifs :

Le but d’un Business Model Canvas (BMC) est d’aider les entreprises à élaborer des stratégies et à intégrer tous les aspects pertinents d’un plan d’affaires dans une feuille de travail. En construisant un BMC, ils seront forcés de penser aux différents aspects qui feront fonctionner leur entreprise. Sur ce sujet, les étudiants devront:

- Comprendre le Business Model Canvas (BMC) et l’appliquer à leur propre projet de création d’entreprise
- En savoir plus sur les différentes parties du BMC: infrastructure, offres, clients et finances
- Identifier les différentes parties du BMC pour leur propre entreprise
- Construire leur propre Business Model Canvas.

Résultats d’apprentissage

Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs
T1. Aperçu du BMC	C1. Comprendre ce qu’est un Business Model Canvas (BMC) C1. Comprendre en quoi un BMC est utile	A1. Reconnaître une BMC et ses sous parties A2. Expliquer ce que fait un BMC et comment il peut aider une entreprise	S1. Business Model Canvas

T2. Infrastructure	<p>C1. Apprendre le rôle des partenaires clés</p> <p>C2. Apprendre quelles sont les activités clés pour une entreprise</p> <p>C3. Apprendre ce que l'on entend par « ressources clés »</p>	<p>A1. Définir le rôle des partenaires clés et nommer 2 ou 3 partenaires clés liés à votre propre entreprise</p> <p>A2. Décrire comment les activités clés se rapportent au BMC et nommer 2 ou 3 activités clés liées à votre activité</p> <p>A3. Définir les ressources clés et nommer 2 ou 3 ressources clés liées à votre activité</p>	<p>S1. Partenaires clés</p> <p>S2. Activités clés</p> <p>S3. Ressources clés</p>
T3. Offre	<p>C1. Comprendre ce qu'est une proposition de valeur</p> <p>C2. Appliquer le concept de proposition de valeur dans sa propre entreprise</p> <p>C3. Identifier les “problèmes” résolus et les “gains” créé par une entreprise ou un produit.</p>	<p>A1. Définir le terme “ proposition de valeur”</p> <p>A2. Faire la distinction entre proposition de valeurs quantitatives et proposition de valeurs qualitative.</p> <p>A3. Définir et élaborer une proposition de valeur pour votre propre entreprise</p>	<p>S1. Proposition de valeurs</p> <p>S2. Efforts et résultats.</p>
T4. Clients	<p>C1. Comprendre le rôle de la relation client dans le BMC.</p> <p>C2. Découvrir comment les clients sont segmentés selon des critères démographiques, sociaux et comportementaux.</p> <p>C3. Apprendre les différents canaux pour distribuer la proposition de valeur de manière rapide, efficace et rentable.</p>	<p>A1. Décrire la relation client et identifier 2 ou 3 relations clients clés pour votre entreprise</p> <p>A2. Identifier les segments de clientèle pour votre propre entreprise</p> <p>A3. Distinguer les différentes façons dont les clients sont segmentés</p> <p>A4. Lister 3 canaux à travers lesquels une proposition de valeur peut être distribuée</p> <p>A5. Identifier 2 canaux par lesquels votre entreprise distribuera votre proposition de valeur</p>	<p>S1. Relation client:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assistance personnelle - Assistance personnelle dédiée - Libre service - Services automatisés - Communautés - Cocréation <p>S2. Segment de clientèle</p> <p>S3. Canaux</p>
T5. Finances	<p>C1. Comprendre comment les couts d'une structure affectent le choix d'un business model d'une entreprise</p> <p>C2. Discuss the different cost structures of a business</p> <p>C3. Énoncer et comprendre les caractéristiques des structures de coûts et leurs implications</p> <p>C4. Exprimer comment un commerce produit</p>	<p>A1. Définir une structure de coûts et établir une structure de coûts pour votre propre entreprise</p> <p>A2. Distinguer les structures d'entreprise axées sur la valeur et les coûts. Définissez la structure de coûts d votre entreprise.</p> <p>A3. Définir les différentes caractéristiques des structures de coûts: coûts fixes, coûts variables,</p>	<p>S1. Structure de coûts</p> <p>S2. Types de structures d'entreprise</p> <p>S3. Caractéristiques d'une structure de coûts:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coûts fixes - Coûts variables - Economies d'échelle - Economies de gamme

	des revenus depuis chaque segment client.	<p>économies d'échelle, économies de gamme. Appliquer ces concepts à votre propre structure de coûts.</p> <p>A4. Lister 5 sources de revenue pour une entreprise.</p> <p>A5. Identifier les principaux flux de revenus pour chaque segment de clientèle de leur entreprise</p>	S4. Sources de revenue
--	---	--	-------------------------------

Référentiel de certification

Tâches	Savoirs (S), Compétences (C) Aptitudes évaluées (A)	Méthodes d'évaluation	Critère d'évaluation
T1 – Aperçu d'un BMC	<p><u>Savoir:</u> S1. Business Model Canvas</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Reconnaître un BMC et ses sous parties C2. Expliquer à quoi sert un BMC et comment il peut aider une entreprise</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Comprendre ce qu'est un Business Model Canvas (BMC) A1. Comprendre en quoi le BMC est utile</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthode choisie par le formateur): 5% de la note globale</p>	<p>Les apprenants répondent aux questions correctement</p> <p>L'apprenant communique la compréhension des concepts abordés en classe</p>
T2 – Infrastructure	<p><u>Savoir:</u> S1. Partenaires clés S2. Activités clés S3. Ressources clés</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Définir le rôle des partenaires clés et nommer de ou 3 partenaires clés liés à votre entreprise. C2. Décrire comment les activités clés se rapportent au BMC et nommer 2 ou 3 activités clés liées à votre activité C3. Définir les ressources clés et nommer 2 ou 3 ressources clés liées à votre activité</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Apprendre le rôle d'un partenaire clé A2. Apprendre ce que sont les activités clés pour une entreprise A3. Apprendre ce que l'on entend par ressources clés</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 5% de la note globale</p> <p>Devoir 1 - développer et présenter la section 'Infrastructure' du BMC pour votre entreprise: 20% de la note globale</p>	<p>L'apprenant répond correctement aux questions et prouve qu'il comprend les concepts de la section</p> <p>La section Infrastructure de BMC est complète et démontre l'apprentissage de la classe</p> <p>L'apprenant identifie les partenaires clés, les ressources clés et les activités clés dans leur BMC</p>

<p>T3 - Offres</p>	<p><u>Savoir:</u> S1. Proposition de valeurs S2. Efforts et gains</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Définir le terme “proposition de valeur” C2. Distinguer les propositions de valeur qualitatives et quantitatives. C3 Définir et élaborer une proposition de valeur pour votre propre entreprise</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Comprendre ce qu’est une proposition de valeur A2. Appliquer le concept de « proposition de valeurs » à votre propre entreprise. A3. Identifier les “difficultés” résolues et les ‘gains’ créés par une entreprise ou un produit.</p>	<p>Evaluation continue des connaissances par questions bien sûr (méthodes dans le choix du formateur): 5% de la note globale</p> <p>Devoir 2 - définir la proposition de valeur de votre produit ou service: 15% de la note globale</p>	<p>L’élève a appris les concepts et peut répondre correctement aux questions</p> <p>La proposition de valeur est complète et démontre l’apprentissage de la classe.</p> <p>La proposition de valeur identifie au moins un effort soulagé ou un gain créé</p>
<p>T4 - Clients</p>	<p><u>Savoirs:</u> S1. Relation client S2. Les segments de clientèle S3. Les canaux</p> <p><u>Compétences::</u> C1. Décrire ce qu’est la relation client et identifier deux ou trois relations clients importantes pour votre entreprise C2. Identifier les segments de clientèle pour votre entreprise C3. Distinguer les différentes façons dont les clients sont segmentés C4 Lister 3 canaux à travers lesquels une proposition de valeur peut être distribuée C5. Identifier 2 canaux par lesquels votre entreprise distribuera sa proposition de valeur</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Comprendre le rôle de la relation client dans le BMC A2. Apprendre comment la clientèle est segmentée selon des critères démographiques, sociaux et comportementaux</p> <p>A3. Découvrir différents canaux pour distribuer la proposition de valeur de manière rapide, efficace et</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 5% de la note globale</p> <p>Devoir 3 - développer et présenter la section 'Clients' du BMC pour leur propre affaire: 20% de la note globale</p>	<p>L’apprenant a appris les concepts et peut répondre correctement aux questions</p> <p>La section 'Clients' du BMC est complète et démontre l’apprentissage de la classe</p> <p>L’étudiant identifie les relations clients, les segments de clientèle et les canaux dans le BMC</p>

	rentable.		
T5 - Finances	<p><u>Savoirs:</u> S1. Structures de coûts S2. Types de structures d'entreprises S3. Caractéristiques des structures de coûts S4. Sources de revenus</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Définir une structure de coûts et établir une structure de coûts pour votre propre entreprise</p> <p>C2. Distinguer les structures d'entreprise axées sur la valeur et les coûts. Définir la structure de coûts de votre entreprise.</p> <p>C3. Définir les différentes caractéristiques des structures de coûts : coût fixes, coûts variables, économies d'échelles, économie de gammes. Appliquer ces concepts à votre propre structure de coûts.</p> <p>C4. Lister 5 sources de revenus pour votre entreprise.</p> <p>C5. Identifier les principaux flux de revenus pour chaque segment de clientèle de votre entreprise</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Comprendre que les structures de coûts affectent le choix du business model d'une entreprise A2. Discuter les différentes structures de coûts d'une entreprise. A3. Énoncer et comprendre les caractéristiques des structures de coûts et leurs implications A4. Exprimer comment une entreprise tire des revenus de chaque segment de clientèle.</p>	<p>Évaluation continue des connaissances par questions de cours (méthodes choisies par le formateur): 5% de la note globale</p> <p>Devoir 4 - développer et présenter la section «Finances» du BMC pour sa propre activité: 20% de la note globale</p>	<p>Les apprenants ont appris les concepts et répondent aux questions correctement.</p> <p>La section 'Clients' du BMC est complète et démontre l'apprentissage de la classe</p> <p>L'étudiant identifie les structures de coûts et les sources de revenus dans son BMC</p>

Lecture suggérée:

1. “Business Model Generation” by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur

Informations en ligne:

1. <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Contexte	Critères d'évaluation
<p>Contexte pédagogique:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 24h de formation - 24h de travail à la maison - Ressources matérielles: salle de classe, vidéo projecteur et équipement audio - Matériel d'enseignement: plan et résumé des leçons, présentations PowerPoint, modèles de devoir <p>Contexte informationnel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cours en ligne - Textes obligatoires - Textes supplémentaires <p>Contexte technique:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accès à internet - Accès à la plateforme e-learning et aux outils de communication <p>Contexte managérial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alternance de cours académiques <p>Contexte relationnel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relation avec les clients, mener des entretiens avec des clients - Relations avec des entreprises expérimentées dans la validation du marché, le fait de faire des présentation et l'élaboration d'un BMC. 	<p>Critère d'évaluation:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaissance et compréhension des concepts abordés, mesurées par des tests et des questions en classe - La capacité de l'étudiant à appliquer les concepts appris à une entreprise de la vie réelle, mesurée avec des devoirs et des projets - <p>Critères de performance:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacité à effectuer les tâches assignées - Participation en classe - Capacité à travailler en équipe - Capacité d'abstraction - Compétences en communication - Capacité d'analyse critique <p>Attendus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Attitude positive face à l'apprentissage - Proactivité - Curiosité <p>Résultats attendus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obtention de 6 crédits - Adoption de nouveaux outils et compétences pour sa propre entreprise. Indicateur: élaboration d'un BMC, d'un pitch et d'entretiens clients - Satisfaction des élèves à l'égard des apprentissages obtenus (mesurée avec l'évaluation finale du cours)

9.Cours 3: Les opportunités de financements européens pour les entreprises

Objectif

L'objectif global de cette série de sujets est de donner aux entrepreneurs une connaissance complète du système des institutions européennes et des processus de décision.

Le but étant d'apporter aux apprenants les outils principaux concernant les cadres institutionnels et financiers européens, ainsi que les financements européens. Plus particulièrement, les apprenants vont acquérir des compétences pour écrire et manager un projet européen, à répondre à un appel à projet, à élaborer la structure du projet, à construire un partenariat et à créer un plan budgétaire.

Grille du Syllabus

9 unités d'apprentissages (2 unités pour 2 blocs de compétences)

Durée de la formation: 60h

3 crédits d'apprentissages – EQF niveau V

Bloc de compétences A1 – 1 crédits/20h – Comprendre le fonctionnement de l'UE

Bloc de compétences A2 – 2 crédits/40h – Les opportunités pour les entreprises dans le cadre européen.

Action 1: - Comment l'UE fonctionne?

Objectifs:

- Donner une connaissance de base concernant l'histoire de l'UE et les grands Traités
- Apprendre ce qu'est l'Union Européenne et connaître le fonctionnement de ses principales institutions.
- Apprendre ce qu'est le marché intérieur et ses avantages
- Comprendre le budget de l'UE et ses principaux programmes.

Résultats d'apprentissage

Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs
T1. Bases	<p>C1- Connaître les étapes principales du processus d'intégration européenne dans le contexte historique international.</p> <p>C2 -Connaître les traités européens depuis la CECA en 1954 jusqu'au Traité de Lisbonne en 2009.</p>	<p>A1. Décrire le processus historique d'intégration de l'Union.</p> <p>A2. Distinguer les principales caractéristiques des traités de l'UE</p>	<p>S1. Processus d'intégration historique de l'UE</p> <p>S2. Les principaux traités de l'UE</p>
T2. Les Institutions Européennes	<p>C1 Savoir distinguer les principales institutions européennes et connaître leur processus décisionnel.</p> <p>C2. Connaître les relations entre les différentes institutions européennes.</p>	<p>A1. Définir les institutions européennes</p> <p>A2. Décrire le processus de prise de décision</p> <p>A3 Définir les relations entre les différentes institutions.</p>	<p>S1. Les institutions européennes, leurs différences</p> <p>S2. Relations entre les institutions européennes</p> <p>S3. Processus de prise de décision</p>
T3. Le marché interne européen et le budget européen	<p>C1. Comprendre le processus historique qui mène au marché commun</p> <p>C2 Reconnaître les limites et les bénéfices du marché commun</p> <p>C3. Comprendre le système budgétaire européen</p> <p>C4 Expliquer les principaux programmes de financement européens</p>	<p>A1. Définir les étapes clés de la création du marché commun</p> <p>A2. Expliquer comment le marché commun fonctionne et connaître les acteurs clés impliqués.</p> <p>A3. Décrire le budget de l'UE et sa composition</p> <p>A4. Tracer les différences des programmes de financements européens</p>	<p>S1. Marché commun</p> <p>S2. Budget de l'UE</p> <p>S3. Programmes de financements européens</p>

Contexte des ressources	Evaluation
<p>Contexte pédagogique: 20h d’enseignement; « Apprendre en faisant » méthodologie; Matériel d’enseignement: présentations PowerPoint, sommaire des leçons;</p> <p>Contexte managérial: Cours académique, exercice en travaux de groupe et en individuel</p> <p>Contexte informationnel: Course en ligne; Bibliographie réalisée par le CCIB et publication de l’UE</p> <p>Environnement technologique Accès à internet; Pack office; Communication: logiciel de messagerie, navigateur.</p>	<p>Critère d’évaluation: - Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</p> <p>Critère de performance - Capacité de synthèse</p> <p>Résultats attendus - Obtention d’1 crédit - Satisfaction des apprenants (questionnaire d’évaluation)</p> <p>Indicateur: degré de satisfaction des apprenants (très satisfait – Modérément satisfait – non satisfait)</p>

Action 2: Les opportunités pour les entreprises dans le cadre européen

Objectifs:

- Comprendre la différence entre fonds directs et fonds indirects
- Comprendre ce qu’est un appel d’offre européen et ses avantages
- Exprimer la différence entre appels d’offre et projets
- Savoir comment candidater à un appel d’offre européen
- Comprendre qui est un manager de projet européen et son rôle
- Apprendre le management de cycle de projet
- Développer la structure d’une idée de projet
- Savoir comment construire un partenariat
- Rédiger un projet.

Résultats d'apprentissages

Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs
T1. Les opportunités des financements européens : appels d'offre et projet	C1. Expliquer ce qu'est un appel d'offres européen et décrire ses caractéristiques et avantages C2. Expliquer ce qu'est un projet européen et décrire ses caractéristiques et avantages	A1. Identifier un appel d'offres et comprendre les caractéristiques des appels d'offres européens A2. Identifier une proposition et comprendre les avantages et les opportunités d'un projet A3. Reconnaître la différence entre un appel d'offres et un projet	S1 Les appels d'offres européens et leurs caractéristiques et avantages S2. Propositions et aspects européens S3 Principales différences entre appels d'offre et projets
T2. Le management du cycle de projet	C1. Définir qui est un manager de projets européens C2. Expliquer le concept de gestion du cycle de projet et ses caractéristiques C3. Analyser les documents	A1. Décrire le rôle d'un manager de projet A2. Délimiter les principales caractéristiques de la gestion du cycle de projet A3. Identifier les principaux documents	S1. Manager de projet S2. Cycle de projet S3. Importance des documents
T3 - The logical framework	C1. Expliquer la structure de l'idée de projet C2. Comprendre comment construire un réseau C3. Apprendre à créer un partenariat C4. Acquérir des compétences de rédaction et d'édition de projet.	A1. Décrire la structure de l'idée de projet A2. Définir les étapes pour construire un réseau A3. Démontrer des aptitudes à développer un partenariat A4. Développer une idée de projet	S1. Structure de l'idée de projet S2. Concept de réseau S3. Concept de partenariat S4. Rédiger une idée de projet
T4 - Internationalisation d'une entreprise	C1 Comprendre comment internationaliser une entreprise	A1. Identifier les acteurs et les outils pour internationaliser une entreprise	S1. Internationalisation

Contexte des ressources	Evaluation
<p>Contexte pédagogique 40h d’enseignement; Méthodologie « Apprendre en faisant »; Matériel d’enseignement: présentation PowerPoint, sommaire des cours;</p> <p>Environnement managérial Cours académiques suivis d’exercice en groupe et en individuel</p> <p>Environnement informationnel: Course en ligne; Textes; Bibliographie réalisée par la CCBI et publications de l’UE</p> <p>Environnement technique : Accès à internet Pack office; Communication: logiciel de messagerie, navigateur.</p> <p>Environnement relationnel Rencontre avec des experts; Exercices pratiques.</p>	<p>Critères d’évaluations: - Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</p> <p>Critères de performance: - Capacité de synthèse - Capacité de communication écrites - Capacité d’analyse critique</p> <p>Attendus: - Motivation - Proactivité - Esprit d’équipe</p> <p>Résultats attendus: - Obtention de 2 crédits - Avoir la capacité de prendre part à un projet européen - Satisfaction de l’apprenant évalué par un questionnaire. - Indicateur: (très satisfait – modérément satisfait – non satisfait)</p>

Certification

Activité 1 – Le fonctionnement de l’UE

Tâches	Savoirs (S), Compétences (C), Aptitudes évaluées (A)	Méthodes d’évaluation	Critères d’évaluation
T1. L’histoire et les traités européens	<p><u>Savoirs:</u> S1. Le processus historique d’intégration de l’UE S2. Les principaux traités européens</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Reconnaître les principales étapes historiques du processus d’intégration de l’UE dans le contexte international</p>	<p>Pour T1+T2+T3 : questions ouvertes et QCM</p> <p>40% de la note globale</p>	<p>Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés; clarté de la présentation, argumentation</p> <p>Assiduité dans le travail, aptitude à synthétiser, recherche et analyse documentaire;</p>

	<p>C2. Connaître les traités européens de la CECA en 1951 au Traité de Lisbonne en 2009</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Décrire le processus historique d'intégration de l'UE A2. Distinguer les principales caractéristiques des traités de l'UE</p>		
<p>T2. Institutions européennes</p>	<p><u>Savoirs:</u> S1. Les institutions de l'UE et leurs différences S2. Les relations entre les différentes institutions S3 Le processus décisionnel de l'UE</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Distinguer les différentes institutions européennes et connaître leurs processus de décision C2. Connaître les relations entre les différentes institutions européennes</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Définir les Institutions de l'UE A2. Décrire le processus décisionnel A3. Définir les relations entre les différentes institutions européennes</p>		
<p>T3. Le marché intérieur de l'UE et le budget européen</p>	<p><u>Savoirs:</u> S1. Le marché intérieur S2. Le budget de l'UE S3. Les programmes de financements de l'UE</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Comprendre l'histoire de l'UE de sa création au Marché intérieur C2. Reconnaître les bénéfices et les limites du marché intérieur C3. Expliquer les principaux programmes de financements européens</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Définir les étapes clés de l'histoire de l'UE de sa création au marché intérieur. A2. Expliquer le fonctionnement du marché intérieur et les principaux acteurs impliqués. A3. Décrire les différences entre les principaux</p>		

	programmes de financements européen.		
--	--------------------------------------	--	--

Activité 2 - Les opportunités pour les entreprises dans le cadre européen

Tâches	Savoirs (S) Compétences (C), Aptitudes évaluées (A)	Méthode d'évaluation	Critère d'évaluation
T1. Les financements européens appels d'offre et projet	<p><u>Savoirs</u> S1 Les appels d'offres européens et leurs caractéristiques et avantages. S2. Les propositions et fonctions européennes. S3. Principales différences entre appel d'offre et projets</p> <p>+ <u>Compétences:</u> C1. Expliquer ce qu'est un appel d'offre européen, décrire ses caractéristiques et ses avantages. C2. Expliquer ce qu'est un projet européen, décrire ses caractéristiques et avantages</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Identifier un appel d'offre et comprendre les caractéristiques des appels d'offre européens. A2. Identifier une proposition et comprendre les bénéficiés et les opportunités d'un projet A3. Reconnaître la différence entre un appel d'offres et un projet</p>	<p>QCM et questions ouvertes : 15% de la note globale</p> <p>- Réalisation d'un fichier pour analyser les documents clés; recherche de base de données;</p>	<p>Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</p> <p>- Travail de l'apprenant: diligence; capacité de synthétiser, de recherche et d'analyse documentaire;</p> <p>- Maîtriser l'aspect technique du projet et gérer le temps;</p> <p>- Aptitude à présenter un projet en présentant clairement le sujet, en respectant un plan organisé et explicite.</p>
T2. Management du cycle de projet	<p><u>Savoirs:</u> S1. Le chef de projet S2. Le cycle de projet S3. L'importance des documents</p>	<p>Questions ouvertes et QCM</p> <p>20% de la note globale ;</p>	

	<p><u>Compétences:</u> C1. Définir ce qu'est un manager de projet européen C2. Expliquer le concept de gestion du cycle et ses caractéristiques C3. Analyser les documents</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Décrire le rôle du manager de projet A2. Reconnaître les principales caractéristiques de la gestion du cycle de projet A3. Identifier les principaux documents</p>	<p>Réalisation d'un fichier pour analyser les documents clés; recherche de base de données;</p> <p>Rédaction de projets</p>	
<p>T3. Le cadre logique</p>	<p><u>Savoirs:</u> S1. Structure d'idée de projet S2. Concept de réseau S3. Concept de partenariat C4. Rédiger une idée de projet</p> <p><u>Compétences:</u> C1. Expliquer la structure de l'idée de projet C2. Comprendre comment construire un réseau C3. Apprendre à créer un partenariat C4. Acquérir les compétences de rédaction et d'édition du projet</p> <p><u>Aptitudes:</u> A1. Décrire la structure de l'idée de projet A2. Définir les étapes pour créer un réseau A3. Démontrer des aptitudes pour créer un partenariat A4. Préparer l'idée de projet</p>	<p>Questions ouvertes et QCM/</p> <p>Réalisation d'un fichier pour analyser les documents clés; recherche de base de données;</p> <p>;</p> <p>Rédiger une idée de projet ;</p> <p>Enumérer les possible partenaires pour un projet</p> <p>20% de la note globale.</p>	

T4. Internationalisation de l'entreprise	<u>Savoir:</u> S1: internationalisation <u>Compétences:</u> C1. Comprendre comment internationaliser une entreprise <u>Aptitudes:</u> A1. Identifier les acteurs et outils pour internationaliser une entreprise	Dresser la liste des acteurs et des outils appropriés et adaptés pour internationaliser l'entreprise; Réalisation d'un fichier pour analyser les documents clés, recherche de base de données; 5% de la note globale	
---	---	--	--

10. Cours 4: Les écosystèmes entrepreneuriaux

Présentation

Les écosystèmes entrepreneuriaux peuvent être définis comme un ensemble d'acteurs interdépendants et de facteurs coordonnés de manière à rendre possible un entrepreneuriat productif sur un territoire donné.

Objectifs de la formation:

- Sensibiliser au rôle socio-économique de l'entrepreneuriat sur le territoire, car c'est la clé du dynamisme d'une région
- Comprendre le système d'interactions entre les différents acteurs au sein d'un écosystème.
- Identifier les liens qu'une entreprise ou un entrepreneur développe avec différents parties prenantes et réseau de l'environnement entrepreneurial
- Comment favoriser l'émergence d'un écosystème entrepreneurial et son utilisation par l'entreprise
- Comprendre les relations entre les écosystèmes et les concepts connexes tels que les districts industriels, les clusters et les systèmes d'innovation.

Bloc 1 : Créer et développer son entreprise dans un contexte d'écosystème entrepreneurial.

Action 1: Comprendre le concept d'écosystème entrepreneurial

Activité	Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs	Description
FRAMEWORK CONDITIONS Activité 1: Comprendre le concept d'écosystème entrepreneurial Comprendre les analogies avec les systèmes biologiques	T1 – Définition d'un écosystème entrepreneurial	C1 – Histoire du concept d'écosystème entrepreneurial C2 – Savoir que les idées fondamentales derrière les écosystèmes entrepreneuriaux ont été développés dans les années 1980 et 1990 dans le cadre d'une réorientation des études entrepreneuriales de la recherche individuelle individualiste vers une perspective plus large intégrant le rôle des forces sociales, culturelles et économiques dans l'entrepreneuriat. C3 – Être capable d'identifier tous les acteurs d'un écosystème: écoles, université, investisseurs, banque, centre de recherche, autorité locale, fondation privée etc. C4 – Connaître les principales conditions qui définissent un écosystème entrepreneurial C5 Promouvoir une activité entrepreneuriale, un processus par lequel les individus créent des opportunités ou des structures qui favorisent l'innovation: start-ups, brevets, etc.. C6 – Penser différemment l'entrepreneuriat, dans un	A1 Mesurer l'intérêt d'un chef d'entreprise à s'intégrer dans un réseau pour bénéficier d'économies d'échelle, alliées à la flexibilité et au dynamisme entrepreneurial A2 - Savoir choisir un écosystème entrepreneurial en fonction de son activité (réaliser un benchmark des écosystèmes): • Écosystème de démarrage • Écosystème d'entrepreneuriat universitaire • Cluster d'affaires • Économies d'agglomération • Réseau d'innovation collaboratif • Coworking • Système d'innovation • Capital de risqué A3 Mesurer l'importance du contexte social dans un écosystème entrepreneurial A4 – Analyse de faisabilité du projet Compétences spécifiques pour un (futur) entrepreneur: A5 Capacité à prendre en compte les priorités, la complexité des situations, les risques quotidiens et à faire face aux imprévus A6 Agir favorablement sur le	S1: Définition d'un écosystème entrepreneurial S2 – Les principaux penseurs et théoriciens de l'écosystème entrepreneurial : Harvard Business Review, Daniel Isenberg, Spigel, Stam, Wong, Freeman & Audia etc. S3- Facteurs de succès pour un écosystème entrepreneurial: • Est adapté à son propre environnement • fonctionne dans un environnement où les obstacles bureaucratiques sont réduits et où les politiques gouvernementales répondent aux besoins uniques des entrepreneurs et tolèrent les entreprises qui ont échoué • encourager les organismes financeurs à la prise de risque, [bien que l'accès au financement représente un obstacle pour les entrepreneurs]	Interprétation biologique: l'interprétation biologique de ce concept dans lequel l'interaction des organismes vivants avec leur environnement physique est au centre n'est évidemment pas à prendre au pied de la lettre. Au contraire, l'approche de l'écosystème entrepreneurial souligne que l'entrepreneuriat a lieu dans une communauté d'acteurs interdépendants Un écosystème entrepreneurial est composé de plusieurs éléments, acteurs ou domaines en interaction, chacun comprenant des sous-éléments qui, au sein d'une région ou d'un territoire, ont une influence sur la formation et le développement des entrepreneurs et des entreprises innovantes. Un écosystème de démarrage est un type particulier d'écosystème entrepreneurial (une start-up est une organisation temporaire dont la mission est de chercher un business model pour exploiter une opportunité dans un contexte incertain)

		<p>contexte global et en ayant une vision économique différente du rôle des personnes, des réseaux et des institutions</p>	<p>climat relationnel en cherchant à réduire les tensions, à prévenir et à participer au dépassement des conflits, accompagner le changement</p> <p>A7 - Proposer des méthodes de travail adaptées au contexte, en tenant compte de l'organisation dans son ensemble, gérer les dossiers nécessitant de la polyvalence</p>	<ul style="list-style-type: none"> est relativement libre de, ou est capable de changer les préjugés culturels contre l'échec ou l'exploitation d'une entreprise favorise les succès, qui à leur tour attirent de nouvelles entreprises soutenu par le dialogue entre les différents acteurs de l'entrepreneuriat <p>S4 – les différents écosystèmes entrepreneuriaux, par exemple les écosystèmes spécifiques à une branche d'industrie. (exemple BioRegio en Allemagne dans le domaine des sciences de la vie)</p> <p>S5 – Success stories: Silicon Valley, MIT's Entrepreneurship Ecosystem, London, New York, Toronto, Taiwan, Israel, Ireland...</p>	
--	--	--	--	--	--

Action 2: Le Marché – Marketing

Activités	Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs	Description
<p>Conditions générales</p> <p>Activité 2 Prendre en compte l'environnement</p>	<p>T2 L'important marché intérieur</p> <p>T3 – L'important marché étranger</p>	<p>C1 Savoir que l'approche de l'écosystème entrepreneurial contient un changement de la pensée économique traditionnelle sur les</p>	<p>A1 – Les écosystèmes entrepreneuriaux sont dynamiques. Les notions de marché et d'échec structurel sont essentiellement statiques: elles existent ou non. Les services écosystémiques</p>	<p>S1 – Accessibilité du marché et réactivité</p> <p>S2 – L'accès aux clients aux marchés national et international</p>	

<p>local et les évolutions du marché, mettre en place des actions commerciales et des opérations marketing pour booster les ventes tout en respectant l'image de la marque ou de la marque</p>		<p>entreprises, et en particulier sur les marchés et les défaillances du marché, vers une nouvelle vision économique des personnes, des réseaux et des institutions.</p> <p>C2 Capacité d'analyser de manière pertinente le contexte et la situation de l'entreprise sur son marché</p> <p>C3 – Capacité à analyser le marché avec des propositions motivées et le développement de business pertinents</p> <p>C4 –Etre capable de proposer une stratégie de développement pour une entreprise.</p> <p>C5 Mettre en place une démarche qualité au sein de l'entreprise</p> <p>C6 – Capacité de surveiller le marché : les pratiques, les produits, les règlements et les activités commerciales</p>	<p>entrepreneuriaux sont cocréés dans des interactions dynamiques entre ses parties prenantes</p> <p>A2 - Entrer ou créer un marché est une question de stratégie, que l'entrepreneur le reconnaisse ou non.</p> <p>A3 – Mesurer le potentiel des clients qui peuvent donner leur avis sur des produits ou services innovants</p>	<p>S3 - Importance de la propriété intellectuelle et de la protection par brevet</p> <p>S4 Analyse de la tendance du marché</p> <p>S5 - Intelligence commerciale et concurrentielle</p> <p>S6 – Surveiller l'évolution du marché</p> <p>S7 – La stratégie commerciale et sa mise en œuvre</p> <p>S8 – Techniques de fidélisation</p> <p>S9 – Identification des sources d'information pertinentes</p>	
--	--	---	---	---	--

Action 3: La culture d'entreprise

Activité	Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs	Description
FRAMEWORK CONDITIONS Activité : Etre capable de définir et de créer une culture d'entreprise spécifique en lien avec la stratégie et les objectifs de l'entreprise.	T1 - Tolérance de risqué et d'échec T2 Préférence pour le travail indépendant T3 - Success stories et modèles T4 - Programmes de recherche, d'éducation et de soutien T5 – Image positive de l'entrepreneuriat T6 – Célébration de l'innovation	C1 – Connaître les bases de la culture d'entreprise C2 Identifier les valeurs et les comportements qui facilitent le bon fonctionnement de l'entreprise C3 – Être capable d'écrire un projet d'entreprise en précisant les objectifs généraux, les valeurs, la philosophie de l'entreprise tout en affirmant son identité	A1 – favoriser une culture qui tolère l'erreur, l'échec, la prise de risque et la contradiction, qui considère l'entrepreneuriat comme un choix de vie positif A2 – Promouvoir le partage d'expériences: les personnes qui réussissent réinvestissent leur temps, leur argent et leur expertise pour encourager et soutenir de nouvelles activités entrepreneuriales A3 – Encourager la diversité en offrant une grande variété de programmes et de projets qui attireront une diversité d'entrepreneurs, de genres et de niveaux différents	S1 – Le développement d'un réseau dense de relations entre les différents acteurs S2 – Une culture d'entreprise spécifique qui unifie toutes les parties prenantes S3 – Formation à l'entrepreneuriat S4- tolérance du risque et des erreurs, statut social positif de l'entrepreneur	Un écosystème ouvert accepte facilement les nouveaux membres, permet l'échange d'informations entre les membres et soutient la diversité en leur sein. l'accès à des lieux de vie et de travail abordables est essentiel à l'épanouissement d'un écosystème entrepreneurial. Une forte densité d'entrepreneurs est pertinente, car elle permet de créer une dynamique pour les entrepreneurs établis, d'offrir des points d'accès aux nouveaux membres de l'écosystème et de favoriser l'échange d'information.

Action 4: Education et formation

Activité	Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs	Description
Conditions systémiques Activité 4: Reconnaître l'importance de l'éducation et de la formation	T1 – Formation pré universitaire T2 – formation universitaire T3 – Formation spécifique à l'entrepreneuriat	C1 – Connaître le processus de recrutement C2 – Définir le besoin et définir la position et le profil du candidat C3 – Savoir mettre en place une stratégie de recherche de candidats	A1 identifier les institutions / universités de haut niveau qui stimulent l'innovation par la promotion de la recherche A2 Identifier les centres de formation à l'entrepreneuriat et encourager la création de start-up	S1 – Proximité des centres universitaires / écoles de commerce, centre de recherche	Une entreprise en démarrage nécessite beaucoup de connaissances variées et d'apprentissage pour faire face à des contraintes de ressources généralement sévères. La connaissance entrepreneuriale est cruciale. Les connaissances sur le processus d'entrepreneuriat sont partagées entre les entrepreneurs et les mentors à travers des réseaux sociaux informels, des organisations d'entrepreneurs et des cours de formation offerts

Action 5: Mécanismes d'accompagnement

Activité	Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs	Description
SYSTEMIC CONDITIONS Activité 5: Connaître les principaux acteurs et dispositifs de soutien aux entreprises	T1 - Mentors / conseillers Services professionnels Incubateurs / accélérateurs / espaces de travail partagé Réseau de pairs entrepreneurs T2 – Talent technique T3 – Mise à disposition d'impartition T4 - Expérience entrepreneuriale: Gouvernance - Réseautage - Mentorat	C1 – Savoir auprès de qui demander de l'aide pour créer son entreprise	A1 - Identifier les leaders publics qui font la promotion de l'entrepreneuriat et des entrepreneurs A2 – Identifier les gouvernements / administrations qui font la promotion des institutions liées à l'entrepreneuriat et atténuer les obstacles législatifs A3 – Connaître les principaux acteurs et dispositifs pour démarrer une entreprise	S1 Existence de programmes de formation, conférences, séminaires → éducation informelle S2 – Présence de réseaux d'experts dans différents champs S3 Existence de programmes gouvernementaux favorisant le développement économique local S4 – Qualité de vie sur le territoire S5 Les différentes aides: <ul style="list-style-type: none"> • Aide sociale • Aides fiscales • Aide financière • Aide à l'information et au soutien <ul style="list-style-type: none"> • Soutenir les réseaux pour la création 	Divers types de soutien aux entreprises: institutions gouvernementales et non gouvernementales, incubateurs, espaces de coworking, coaching Soutien aux entrepreneurs pour l'internationalisation des entreprises La présence d'un cluster technologique profite significativement à l'entrepreneuriat Les entreprises les plus innovantes ont une influence positive sur les autres innovateurs locaux, bien que souvent avec un certain retard

Action 6: Cadre réglementaire

Activité	Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs	Description
FRAMEWORK CONDITIONS Activité 6: Infrastructure S'assurer un soutien public Connaître les politiques locales en matière d'aide au développement des entreprises Cadre réglementaire et infrastructures Politique gouvernementale	T1 – Incitations fiscales T2 – Accès aux transports T3 – Accès aux infrastructures de base (eau, électricité, telecom, internet) T4 – Législation, réglementation souple T5 – Infrastructures physiques	C1 - Comprendre que les conditions cadres sont constituées par les conditions sociales (institutions informelles et formelles) et physiques permettant ou contraignant l'interaction humaine. C2: Comprendre que les conditions systémiques sont le cœur de l'écosystème et inclure des réseaux d'entrepreneurs, de leadership, de finances, de talents, de connaissances et de services de soutien.	A1 Savoir prendre en compte l'importance des infrastructures existantes: télécommunication, transport, énergie, présence à proximité des pépinières, parcs d'activités, etc. A2 Mesurer l'accent mis par le secteur public sur l'entrepreneuriat A3 – Savoir comment limiter la fuite des cerveaux A4 – Identifier les entreprises performantes, qui servent de modèles, dynamisent la recherche scientifique et soutiennent l'entrepreneuriat local à travers des initiatives spécifiques A5 – Tenir compte des changements sociétaux futurs A6– Capacité à utiliser les ressources numériques du système d'information d'entreprise)	S1 – La politique et la réglementation constituent un facteur principal pouvant influencer le rôle d'autres éléments de l'écosystème	La proximité géographique aide en termes d'acquisition de connaissances et de création de liens de collaboration dans les startups. Aux premiers stades et avec des relations externes moins développées, la proximité géographique est particulièrement importante pour l'acquisition de connaissances, alors que son importance peut diminuer au fil du temps à mesure que la capacité de l'entreprise à investir dans la recherche et le développement augmente. L'agglomération, surtout dans les milieux urbains, facilite la légitimation de nouvelles entreprises, la découverte de débouchés commerciaux et l'accès à un marché du travail flexible. Par exemple, les entreprises multinationales créent des opportunités pour des services aux entreprises à forte intensité de connaissances. L'agglomération peut également faciliter le développement de produits axés sur le marché, tandis que la collaboration interrégionale est souvent plus importante pour les innovations scientifiques. La densité des entreprises dans un territoire / région spécifique crée des économies d'échelle grâce aux services spécialisés et aux bassins de talents nécessaires à la croissance des entreprises. "Donnez-nous un espace pour expérimenter, pour nous tromper au lieu de nous tuer avec toutes sortes d'interdictions, d'obligations et d'accusations".

Action 7: Capital humain / Disponibilité de la force de travail

	Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoirs	Description
SYSTEMIC CONDITIONS Activity 7: Savoir comment manager les ressources humaines/capital humain/ Disponibilité de la force de travail	T1 - Management des talents T2 – Mise à disposition d’impartition T3- Expérience entrepreneuriale: Gouvernance - Réseautage - Mentorat	C1 - Comment conserver le capital humain? comment attirer les talents? C2 – Savoir comment administrer en continu un flux de talents.	A1 – Favoriser la culture entrepreneuriale	S1 – le rôle de l’entrepreneur dans le capital humain <ul style="list-style-type: none"> ● lui-même ● tous les acteurs qui travaillent avec le chef d’entreprise ● la mise en commun des compétences et des différentes individualités S2 – Formation existante: Team-Building, coaching individuel ou d’équipe, mentoring, relaxation / bien-être, etc.	L’innovation résulte souvent de la propriété intellectuelle qui peut être exploitée de différentes manières. Savoir-faire: nous avons besoin d’ingénieurs, de développeurs, de concepteurs, de commerciaux, d’administrateurs, de gestionnaires ... de toutes les personnes dont nous avons besoin pour le lancement et la croissance d’entreprises innovantes.

Action 8: Financements et finances

Activités	Tâches	Compétence	Aptitudes	Savoirs	Description
SYSTEMIC CONDITIONS Activité 8: Savoir identifier et mobiliser les différentes sources de financement de l'entreprise	Rechercher des financements auprès de la famille et des amis Recherche de capital investissement Recherche de capital risque Recherche de business angels Accès à la dette / Prêts	C1 - Connaître les différentes sources d'investissement, les ressources financières externes et savoir comment susciter une décision d'investissement	A1 - Localiser les investisseurs privés et faciliter la détection des projets et l'accès des entrepreneurs aux fonds de financement	S1 – L'implication des banques et des investisseurs dans l'économie locale S2 Le rôle des business angels S3 - Les différents modes de financement des entreprises à fort potentiel en fonction de leur développement: <ul style="list-style-type: none"> • concours • aides • incubateurs • financement participatif • les business angels Capital risqué K4 – Méthodes de financement traditionnelles: <ul style="list-style-type: none"> Autofinancement Augmentation du capital Utilisation du prêt Location Financement du cycle d'exploitation (FDR) Concours de banque Crédit aux entreprises 	Capital: par définition, aucune nouvelle entreprise ne peut être lancée sans argent et infrastructure pertinente => capital investi dans des actifs tangibles

Contexte	Critères d'évaluation
<p>Ressources</p> <p>Webographie Bibliographie Cours en ligne Echange de bonnes pratiques / témoignages d'entrepreneurs Guide ESE de l'entrepreneur européen</p> <p>Données et informations disponibles</p> <p>Informations sur les décisions stratégiques et commerciales prises au sein de la PME, sur les objectifs fixés Documents commerciaux: bons de commande, bons de livraison, factures, contrats types, appels d'offres, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • réglementation associée aux marchés publics, contrats commerciaux • informations sur les produits et les prix, remises, conditions générales de vente, garanties - présentation des différents processus et procédures utilisés dans l'entreprise • documents fiscaux comptables, juridiques et professionnels - Informations sur les produits et services nécessaires à l'activité (normes) - des informations sur la politique d'approvisionnement de l'entreprise (critères de référencement, spécifications, quantités, allures, contraintes) - organisation comptable de l'entreprise, système d'information comptable - les documents comptables de l'entreprise <p>Équipement et logiciels disponibles pour les apprenants</p> <ul style="list-style-type: none"> • micro-ordinateurs multimédias connectés à des réseaux internes et externes, imprimante • matériel de communication (téléphones fixes et mobiles) • logiciels de bureautique: traitement de texte, tableur, outils de présentation, communication (messagerie par exemple) 	<p>Une analyse de la situation commerciale de l'entreprise prenant en compte les priorités, les contingences et les caractéristiques du marché</p> <p>Le choix des axes de développement en cohérence avec le modèle économique d'un écosystème entrepreneurial</p> <p>La capacité à réaliser une analyse stratégique pour déterminer les ressources disponibles pour l'entreprise et les facteurs de succès clés de l'environnement dans lequel elle opère afin de proposer, en fonction des caractéristiques du concours, des orientations stratégiques</p>

Référentiel de certification

Bloc de compétence 1

CREER SON ENTREPRISE DANS UN CONTEXTE D ECOSYSTEME ENTREPRENEURIAL

Savoirs, compétences et aptitudes évaluées	Méthodes d'évaluation	Critères d'évaluation
<p>Capacité à présenter un projet de création d'entreprise</p> <p>Choisir un écosystème entrepreneurial: contexte, type, localisation géographique, ressources financières, capital humain, etc.</p> <p>Capacité à développer une pensée construite sur des problèmes techniques liés au monde de l'entreprise.</p> <p>Aptitude à démontrer les compétences professionnelles et le savoir-faire attendus d'un étudiant spécialisé dans son domaine et conforme à son niveau.</p> <p>Aptitude à porter un jugement objectif sur le contenu et les résultats de l'étude ou du projet tutoré</p> <p>Pour la rédaction du mémoire / rapport de stage Le candidat doit être capable de s'exprimer par écrit en respectant les règles</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Style et orthographe <input type="checkbox"/> Avoir une pensée claire; <input type="checkbox"/> Organiser sa réflexion selon un plan organisé et explicite; <p>Respecter les exigences de présentation et de contenu définies dans le référentiel de test</p>	<p>Présentation d'une étude de cas existante et / ou d'un projet personnel de création d'entreprise</p> <p>Les étudiants présenteront leur projet de création ou de reprise d'entreprise. Ce projet sera présenté oralement (à l'aide d'un support informatique) et par écrit.</p> <p>Maîtriser les aspects techniques couverts dans la dissertation et montrer une réelle autonomie dans les domaines concernés.</p> <p>Démontrer son savoir-faire professionnel dans un contexte technique lié à sa spécialité et en fonction de votre niveau de formation CEC niveau V</p>	<p>Dissertation écrite + présentation orale</p> <p>Test écrit: Le document écrit doit représenter un effort de recherche, d'analyse et d'application concernant un aspect réel et bien défini de l'activité d'une entreprise et dans un contexte économique européen.</p> <p>Observer les pratiques de l'entreprise ou de l'organisation et / ou lire</p> <p>Les travaux théoriques en relation avec le sujet doivent permettre au candidat de poser un problème spécifique au contexte et lui donner l'opportunité de développer une analyse et des propositions concrètes qu'il doit pouvoir justifier</p> <p>Test oral - durée 1 heure Oral: présentation théorique (30 ') + questions / réponses avec le jury (30')</p> <p>Le candidat doit être capable de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Avoir un bon aperçu <input type="checkbox"/> Parlez correctement oralement et clairement; <input type="checkbox"/> organisez vos idées; <input type="checkbox"/> maîtriser le déroulement du test; <input type="checkbox"/> gérer votre temps <input type="checkbox"/> choisissez vos arguments pour convaincre; <input type="checkbox"/> montrer l'écoute active <p>Maîtriser parfaitement les documents qu'il apporte;</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Être à l'aise dans la présentation et l'utilisation de ces documents comme support de la communication orale. <input type="checkbox"/> Prendre du recul et mesurer l'intérêt et les avantages personnels et professionnels qu'il a tirés de ses recherches, enquêtes et contacts avec les entreprises.

Bibliographie indicative spécifique

Building Entrepreneurial Ecosystems Conducive to Student Entrepreneurship: New Challenges for Universities - Mireille Matt
Entrepreneurial Ecosystems: Place-Based Transformations and Transitions - [Allan O'Connor](#)
Entrepreneurial Ecosystem: Perspectives from Emerging Economies- [Mathew J Manimala](#)

Webographie

[L'écosystème entrepreneurial à Bordeaux Métropole](#)
[Entrepreneurship ecosystem - Wikipedia](#)
[Entrepreneurial Ecosystems](#)
[Entrepreneurial Ecosystems - OECD.org](#)
[Entrepreneurial Ecosystems: Research, Policy and Practice ...](#)

11.Cours 5 : La Responsabilité Sociale des Entreprises

Objectif

L'objectif est de former des professionnels capables de mettre en œuvre une approche de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) allant de l'identification des problèmes à l'élaboration d'un plan d'action, en passant par la rédaction d'un rapport RSE

Grille de présentation du Syllabus

Six unités d'acquis d'apprentissage (3 unités pour 2 blocs de compétence)

Durée de la formation : 35h - 60h de charge de travail

2 crédits d'apprentissage EQF niveau V

Bloc de compétences A : 1 crédits/ 17h – Comprendre la RSE

Bloc de compétences B : 1 crédits/ 18h – Mettre en œuvre une stratégie RSE

Acquis d'apprentissage

Action 1: Comprendre la RSE : enjeux, définition, cadre réglementaire

Action	Tâches – Unités d'acquis d'apprentissage	Compétences requises	Aptitudes	Savoir	Limites de connaissance
A1 – Bases de la RSE	T1 – Développement durable et RSE	<p>C1 - Connaître les fondements théoriques du développement durable et de la RSE</p> <p>C2 – Analyser les actions et pratiques RSE des entreprises</p>	<p>A1 Identifier les problèmes de durabilité et de responsabilité sociale</p> <p>A2 Comprendre la transversalité de la RSE pour la mettre en œuvre dans une entreprise</p> <p>A3 Analyser les pratiques de RSE à travers des informations professionnelles et académiques</p> <p>A4 - Comprendre les nouveaux modèles économiques (économie de fonctionnalité, économie circulaire, économie sociale et solidaire)</p>	<p>S1 – Les enjeux du développement durable et de la RSE</p> <p>S2 Cadre théorique de la RSE</p> <p>S3 – Actions et pratiques RSE des entreprises</p>	<p>Genèse du développement durable</p> <p>Approche conceptuelle du développement durable (forte/faible durabilité)</p> <p>Management stratégique et développement durable</p> <p>Evaluation des performances économiques, environnementales, sociales</p>
	T2 – Institutionnalisation de la RSE et norme ISO 26000	C1- Mobiliser les instruments juridiques et normatifs	<p>A1 - Identifier les principes directeurs de la RSE</p> <p>A2 - Organiser une veille juridique contextualisée pour la RSE</p> <p>A3 - Réglementations européennes et nationales appropriées</p> <p>A4 - Identifier les normes, les certifications, les labels pour une approche RSE</p> <p>A5 - Décrire les principes et les lignes directrices des</p>	<p>S1 – International Conventions and Recommendations, Global Compact</p> <p>S2 – European and national legal framework</p> <p>S3 – CST standards Certifications and labels</p>	<p>Appropriation des textes de lois</p> <p>Mise en œuvre des normes dans l'entreprise</p>

			normes ISO 26000		
	T3 – Reporting RSE et notation extra-financière	<p>C1 Maîtriser les outils de reporting extra-financier</p> <p>C2 – Comprendre les enjeux de la notation extra-financière</p>	<p>A1 S'appropriier le référentiel Global Reporting Initiative (GRI)</p> <p>A2 - Analyser les tableaux de bord, statistiques et documents de suivi des résultats</p> <p>A3 - Identifier les enjeux de la notation extra-financière</p>	<p>S1 – Référentiels de reporting extra financier</p> <p>S2 – Indicateurs RSE</p> <p>S3 – Notation extra-financière</p>	<p>Méthodes de notation financière</p> <p>Détermination d'indicateurs RSE</p>

Conditions de réalisation / « on donne » / Ressources pour produire les résultats Contexte	Critères d'évaluation / Critères de performance/ « on attend » / Résultats attendus/
<p>Contexte pédagogique</p> <ul style="list-style-type: none"> - 17 h d'enseignement - Mise à disposition de ressources matérielles (salle de cours, salle de sociabilité, mobilier de bureau, vidéo projecteur) - Supports pédagogiques : plan et résumé des enseignements, power point en appui de cours - Alternance de travaux de groupe et de travaux individuels <p>Contexte informationnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cours en ligne - Textes réglementaire - Bibliographie des articles scientifiques, revues professionnelles et sites de référence <p>Contexte technologique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accès au réseau internet - Logiciels de bureautique - Outils de communication : logiciel de messagerie, navigateur <p>Contexte managérial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alternance de cours académiques, travaux collectifs <p>Contexte relationnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relations avec des entreprises - - Conférence/débat avec un responsable RSE d'entreprises ou extraits de vidéos de responsables d'entreprises 	<p>Critères d'évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés - Travail de l'apprenant : assiduité ; réalisation d'exposés (oraux et écrits) ; recherche et analyse documentaire - <i>Indicateurs : Note aux contrôles continus des connaissances</i> <p>Critères de performance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacité de travail - Capacité de synthèse - Capacité d'analyse critique <p>« On attend »</p> <ul style="list-style-type: none"> - Motivation - Esprit d'équipe - Méthode et rigueur <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obtention des 2 crédits - Satisfaction des apprenants (utilisation d'un questionnaire évaluatif) - <i>Indicateur : degré de satisfaction des apprenants (Très satisfait- Moyennement satisfait – Non satisfait)</i> - Intégration dans le monde économique. <i>Indicateur : suivi des apprenants à 3 mois, 6 mois, 1 an après la formation</i> -

Référentiel de certification

Action 2 – Bases de la RSE

Tâches	Savoirs (S), Compétences (C), Aptitudes évaluées (A)	Méthode d'évaluation	Critère d'évaluation
T1 – Développement durable et RSE	<p><u>Savoirs</u> :</p> <p>S1 – Le développement durable et les enjeux de la RSE S2 - Cadre théorique de la RSE S3 – Actions et pratiques RSE des entreprises</p> <p><u>Compétences</u> :</p> <p>C1 - Connaître les fondements théoriques du développement durable et de la RSE C2 – Analyser les actions et pratiques RSE des entreprises</p> <p><u>Aptitudes</u> :</p> <p>A1- Identifier les enjeux de durabilité et de responsabilité sociétale A2 - Comprendre la transversalité de la RSE pour l'appliquer dans une entreprise A3 - Analyser des pratiques RSE au travers de l'information professionnelle et académique A4 - Appréhender les nouveaux modèles économiques</p>	<p>Contrôle continu de connaissances par des notes de synthèse et des questions de cours (méthodes au choix du formateur) : 20% de la note globale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés - Travail de l'apprenant : assiduité ; recherche et analyse documentaire ; réalisation de notes de synthèse ; - Capacité d'analyse et de synthèse de documents audio, vidéo, revues de presse spécialisée, articles scientifiques

<p>T2 – Institutionnalisation de la RSE et norme ISO 26000</p>	<p><u>Connaissances :</u> S1 – Conventions et recommandations internationales, Global compact S2 – Cadre juridique européen et national S3 – Normes, certifications et labels RSE</p> <p><u>Compétences :</u> C1- Mobiliser les instruments juridiques et normatifs</p> <p><u>Aptitudes :</u> A1 - Identifier les principes directeurs de la RSE A2 - Organiser une veille juridique contextualisée à la RSE A3 - S'appropriier les réglementations européennes et nationales A4 - Identifier les normes, certifications, labels pour une démarche RSE A5 - Décrire les principes et lignes directrices de la norme ISO26000</p>	<p>Contrôle continu de connaissances par des questions de cours (méthodes au choix du formateur) : 15% de la note globale</p>	<p>- Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés - Travail de l'apprenant : assiduité ; recherche et analyse documentaire</p>
<p>T3 CSR reporting and extra-financial rating</p>	<p><u>Connaissances :</u> S1 – Référentiels de reporting extra-financier S2 – Indicateurs RSE S3 – Notation extra-financière</p> <p><u>Compétences :</u> C1 - Maitriser les outils de reporting extra-financier C2 – Appréhender les enjeux de la notation extra-financière</p>	<p>Contrôle continu de connaissances par des questions de cours (méthodes au choix du formateur) : 15% de la note globale</p>	<p>- Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés - Travail de l'apprenant : assiduité ; recherche et analyse documentaire</p>

	<p><u>Aptitudes :</u> A1 - S'approprier le référentiel Global Reporting Initiative (GRI) A2 - Analyser les tableaux de bord, statistiques et documents de suivi des résultats A3 - Identifier les enjeux de la notation extra-financière</p>		
--	--	--	--

Action 3 – Mettre en œuvre une démarche RSE : cas pratiques

Action	Tâches – Clusters of Learning Outcomes (L.O.)	Compétence - Compétences	Skills - Aptitudes	Knowledge - Savoir	Limits of knowledge
A1 – Mise en œuvre d'une démarche RSE <i>- Difficulté : niveau III</i> <i>- 2 crédits</i> <i>d'apprentissage</i>	T1 – Stratégie RSE	C1 – Définir une stratégie RSE C2 – Maîtriser les techniques de gestion de projet, les opportunités et les risques liés au projet RSE	A1 - Présenter et expliquer la portée, les objectifs, les enjeux et les risques d'une stratégie RSE A2 Analyser un diagnostic RSE A3 - Définir des orientations stratégiques en accord avec les conventions et recommandations internationales et en tenant compte des besoins / contraintes (juridiques, économiques ou sociales) de l'entreprise	S1 – Management stratégique S2 – Technique de réalisation d'un projet RSE (diagnostic, enjeux, stratégie, plan d'action, évaluation)	Cas fictifs / non-immersion dans l'entreprise Contrôle partiel d'une approche de projet RSE
	T2 – Plan d'actions RSE	C1 – Développer un programme d'actions à mettre en œuvre C2 – Fédérer les parties prenantes autour d'une stratégie RSE C3 – Faciliter une approche RSE	A1 - Déclinaison de la stratégie en plan d'action dans les trois dimensions de la RSE (environnement, économique, social) A2 Rédiger des fiches actions (objectifs, initiatives, indicateurs de réalisation / résultats) A3 - Identifier la sphère d'influence de l'entreprise et de ses parties prenantes A4 -Communiquer et collaborer avec les parties prenantes (attentes, propositions) A5 Mobiliser en interne	S1 – Comment construire un plan d'action RSE	Cas fictifs / non-immersion dans l'entreprise Contrôle partiel de l'élaboration d'un programme d'actions

			(appropriation des problématiques RSE) A6 Construire des médias et des outils de communication Adaptée.		
	T3 – Pilotage de la démarche	C1 – Appliquer les méthodes de reporting RSE C2 – Mettre en œuvre un outil de pilotage pour assurer une surveillance et une amélioration continue des performances RSE	A1 - Rédiger et argumenter un rapport au regard des référentiels RSE A2 – Construire un tableau de bord d’indicateurs RSE contextualisé	S1 – Référentiels de Reporting RSE (global compact, GRI) S2- Indicateurs RSE	Cas fictifs/ non-immersion dans l’entreprise Maîtrise partielle des outils de pilotage

Contexte	Critère d'évaluation
<p>Contexte pédagogique</p> <ul style="list-style-type: none"> - 18 h d'enseignement - Mise à disposition de ressources matérielles (salle de cours, salle de sociabilité, mobilier de bureau, vidéo projecteur) - Supports pédagogiques : plan et résumé des enseignements, power point en appui de cours - Alternance de travaux de groupe et de travaux individuels <p>Contexte informationnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cours en ligne - Textes réglementaire - Bibliographie des articles scientifiques, revues professionnelles et sites de référence <p>Contexte technologique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accès au réseau internet - Logiciels de bureautique - Outils de communication : logiciel de messagerie, navigateur <p>Contexte managérial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alternance de cours académiques, travaux collectifs <p>Contexte relationnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relations avec des entreprises - Conférence/débat avec un responsable RSE d'entreprises ou extraits de vidéos de responsables d'entreprises 	<p>Critères d'évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Appropriation du contenu des savoirs identifiés - Travail de l'apprenant : assiduité ; mise en situation pour l'élaboration d'une stratégie RSE ; réalisation d'un dossier sur la mise en œuvre d'une démarche RSE dans une entreprise - <i>Indicateurs : mise en situation (clarté dans la présentation, argumentation, respect des consignes) ; Note de rapport de dossier</i> <p>Critères de performance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacité de travail - Capacité de synthèse - Capacité d'analyse critique - Capacité de communication écrite et orale - Force de proposition <p>« On attend »</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implication - Esprit d'équipe - Méthode et rigueur - Dynamisme <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obtention de 2 crédits - Être opérationnel dans le monde économique - Satisfaction des apprenants (utilisation d'un questionnaire évaluatif). <i>Indicateur : degré de satisfaction des apprenants (Très satisfait- Moyennement satisfait – Non satisfait)</i> - Intégration dans le monde économique. <i>Indicateur : suivi des apprenants à 3 mois, 6 mois, 1 an après la formation</i>

Référentiel de certification

Action 2 – Mise en place d'une approche RSE

Tâches	Savoirs (S) Compétences (C), Aptitudes évaluées (A)	Modalités d'évaluation	Critères d'évaluation
T1 – Stratégie RSE	<p><u>Connaissances :</u> S1 – Management stratégique S2– Technique de conduite d'un projet RSE (diagnostic, enjeux, stratégie, plan d'actions, évaluation)</p> <p><u>Compétences :</u> C1 – Définir une stratégie RSE C2 – Maîtriser les techniques de conduite de projet, les opportunités et les risques liés au projet RSE</p> <p><u>Aptitudes :</u> A1 - Présenter et expliquer le périmètre, les objectifs, les enjeux, les risques d'une stratégie RSE A2 - Analyser un diagnostic RSE A3 - Enoncer des orientations stratégiques en respectant les conventions et recommandations internationales et en tenant compte des besoins/ contraintes de l'entreprise</p>	<p>Contrôle continue des connaissances (15% de la note globale):</p> <p>Situation de jeu de rôle pour l'élaboration d'une stratégie RSE</p>	<p>- Mise en situation : respect des consignes (temps, objectifs...), clarté dans la présentation, argumentation</p> <p>- Capacité de l'apprenant à utiliser ses acquis académiques pour élaborer une stratégie</p> <p>- Compétences relationnelles de l'apprenant</p>
T2 – Plan d'actions RSE	<p>Savoirs: S1 – Comment construire un plan d'action RSE</p> <p>Compétences: C1 – Développer un programme d'action à mettre en œuvre C2 – Fédérer les parties prenantes autour d'une stratégie RSE C3 – Faciliter l'approche RSE</p> <p>Aptitudes : A1 – Décliner la stratégie en plan d'actions selon les 3 dimensions de la RSE (environnement, économique, social) A2 – Ecrire les fiche actions (objectifs, initiatives, indicateurs de réalisation / résultats) A3 Identifier la sphère d'influence de l'entreprise et de ses parties prenantes.</p>	<p>Contrôle continu des connaissance (35% de la note globale):</p> <p>- Réalisation d'un dossier sur une entreprise : élaboration d'un programme d'actions ; rédaction d'une fiche action ; réalisation d'un tableau de bord d'indicateurs RSE</p>	<p>Qualité du plan d'actions : pertinence des actions aux regard des objectifs RSE de l'entreprise, cohérence des actions, hiérarchisation des actions/mesures</p> <p>- Qualité de la fiche action : lisibilité d'ensemble, définition et temporalité des sous actions, indicateurs de réalisation/résultats</p> <p>- Qualité du tableau de bord (pertinence des indicateurs, lisibilité, fiabilité, facilité de mise à jour)</p>

	<p>A4 – Communiquer et collaborer avec les parties prenantes (attentes, propositions) A5 – Mobiliser en interne (appropriation des enjeux RSE) A6 – Construire des outils de communication appropriés</p>		
<p>T3 – Piloter une démarche RSE</p>	<p>Savoirs: S1 – Référentiel de reporting RSE (global compact, GRI) S2 – Indicateurs RSE</p> <p>Compétences: C1 – Appliquer les méthodes de reporting RSE C2 – Mettre en œuvre un outil de pilotage pour assurer une surveillance et une amélioration continue des performances RSE</p> <p>Aptitudes: A1 - Rédiger et argumenter un rapport au regard des référentiels RSE A2 – Construire un tableau de bord d’indicateurs RSE contextualisé</p>		

12.Cours 6: Les opportunités d’entrepreneuriat social pour les entreprises

Objectif

L'objectif global de cet ensemble de sujets est de donner aux entrepreneurs une connaissance de l'entrepreneuriat social en tant que concept qui a récemment gagné en popularité grâce à ses façons novatrices de faire des affaires. Les étudiants acquerront des connaissances sur ce qu'est l'entrepreneuriat social, sur le modèle économique de l'entrepreneuriat social et sur les formes d'entreprises sociales. Les étudiants acquerront des compétences et des compétences pour décrire les entreprises sociales en Europe et comparer le modèle avec les pays européens SE et la Chine. Les élèves apprendront à propos de la Triple Bottom Line - cadre de comptabilité spéciale

Grille du syllabus

4 unités d’acquis d’apprentissage (2 unités pour 2 blocs de compétences)

Durée de la formation: 50h

Activité	Charge de travail
Formation sur la plateforme	30 h
Travail individuel sur le sujet	10 h
Consultations de mentors	5 h
Développement du projet	5 h
TOTAL	50 h
Crédit d’apprentissage	2

Bloc de compétence A1 – 1 crédit/ 30 h – Le concept d’entrepreneuriat social et le modèle économique de l’entrepreneuriat social

Bloc de compétence A2 – 1 crédit/ 20 h – Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées

Action 1: Le concept d'entrepreneuriat social et le modèle économique d'entrepreneuriat social

Objectifs:

- Définir les concepts d'entrepreneuriat social, d'économie sociale et du « Triple Bottom Line »
- Expliquer les différences entre entrepreneuriat social, responsabilité sociale des entreprises et philanthropie.
- Donner des exemples de différents modèles économiques d'entrepreneuriat social.
- Interpréter différents contextes d'entrepreneuriat social
- Résumer le processus de Brook en entrepreneuriat social.

Acquis d'apprentissage:

Tâches	Compétences	Aptitudes	Savoir
T1. Qu'est-ce que l'entrepreneuriat social ?	C1- Connaissance des hypothèses de base de l'économie sociale C2. Comprendre les différentes définitions de l'entrepreneuriat social en Europe C3. Connaissance des concepts de base du management des personnes dans l'organisation de l'entreprise sociale	A1. Décrivez l'essence et expliquez le mécanisme de fonctionnement des entreprises sociales A2. Points de vue actuels sur les problèmes de l'économie sociale A3. Expliquer la différence entre entrepreneuriat social, Responsabilité Sociétale des Entreprises et philanthropie A4 Définir le concept de Triple Bottom Line	
T2. L'importance grandissante de l'entrepreneuriat social.	C1. Reconnaître les facteurs qui expliquent la croissance de l'entrepreneuriat social C2. Comprendre le concept de Responsabilité Sociétale des Entreprises	A1. Analyser un problème social spécifique dans l'environnement local: et proposer une activation au sein de l'économie sociale A2. Anticiper les effets sociaux multidirectionnels de l'entrepreneuriat social	S1. Indiquer l'importance du renforcement du capital humain pour le développement local S2. Fonction et développement de l'économie sociale.
T3. Les différents contextes d'entrepreneuriat social	C1. Savoir quels sont les types d'entreprises sociales et quels groupes cibles peuvent être embauchés dans des entreprises sociales	A1. Expliquer la différence entre entrepreneuriat social, Responsabilité Sociétale des Entreprises et philanthropie. A2. Donner des exemples de différents modèles économiques d'entrepreneuriat social.	S1 Initiation et organisation de la vie sociale et économique dans la région

T4. L'entrepreneuriat social en Europe	<p>C1. Reconnaître les définitions de l'économie sociale, des entités de l'économie sociale et de l'entrepreneuriat social développées par le Réseau thématique de l'économie sociale (TESSEA) et approuvées par la Commission européenne.</p> <p>C2. Comprendre et décrire le mécanisme de développement des entreprises d'économie sociale dans leur propre pays ainsi que dans d'autres pays de l'UE et hors UE</p>	<p>A1. Comparer les activités d'économie sociale dans les pays européens et en Chine.</p> <p>A2. Définir le champs d'activité des entreprises sociales en UE.</p> <p>A3. Expliquer deux approches efficaces d'expansion de l'économie sociale.</p>	<p>S1. Franchise sociale</p> <p>S2. Transférer et adapter des solutions éprouvées</p>
T5. Challenges pour l'entrepreneuriat social	<p>C1. Reconnaître les problèmes sociaux importants qui sont dans le champ d'intérêt de l'économie sociale.</p>	<p>A1. Peut utiliser les connaissances acquises pour interpréter les phénomènes sociaux et indiquer les moyens de résoudre les problèmes socio-économiques des personnes exclues, sans emploi et marginalisées.</p> <p>A2. Démontrer des défis pour différents modèles économiques de l'économie sociale</p>	<p>S1. Capacité de rechercher indépendamment des connaissances et de s'efforcer de les élargir et de travailler en groupe</p>

Ressources Contexte	Evaluation
<p>Contexte pédagogiques: 30h d'enseignement; Méthodologie d'approche pratique; Outils d'enseignement: présentation PowerPoint, résumé des leçons;</p> <p>Contexte managérial Travail individuel sur la plateforme; mentor disponible en ligne, travail de groupe</p> <p>Contexte informationnel: Cours en ligne; Bibliographie développée par Syntea</p>	<p>Critères d'évaluation: - Évaluation des connaissances par des questions de cours</p> <p>Critères de performances Les apprenants répondent aux questions correctement. Les apprenants développent des projets d'entrepreneuriat social</p> <p>Résultats attendus: Obtention d'un crédit Obtention d'un certificat de connaissance</p>

Action 2: Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées

Objectifs:

- Identifier les besoins sociaux et environnementaux;
- Expliquer comment les besoins sociaux et environnementaux peuvent être satisfaits avec l'utilisation de l'économie sociale.
- Capacité à comprendre que la création de valeurs partagées a un impact positif sur la performance de l'entreprise;

Besoins sociaux et environnementaux et création de valeurs partagées		
T1. Souligner l'importance de l'économie sociale en ce qui concerne les services d'intérêt général	C1. Connaissance des relations de base entre les organisations de l'économie sociale et les autres institutions qui créent leur environnement à l'échelle nationale et internationale	S1. Expliquer de manière critique comment les besoins sociaux et environnementaux peuvent être satisfaits avec l'utilisation de l'économie sociale
T2. Moyens clés pour que les entreprises puissent créer des opportunités de valeur partagée	C1. Définir des moyens pour créer des valeurs partagées.	S1. Justifier que la création de valeurs partagées a un impact positif sur la performance de l'entreprise

Ressources Contexte	Evaluation
<p>Contexte pédagogique: 20h d'enseignement; Méthodologie d'approche pratique Outil d'enseignement: présentation PowerPoint, résumé des leçons</p> <p>Contexte managérial: Travail individuel sur la plateforme; mentor disponible en ligne, travail en groupe</p> <p>Contexte informationnel: Course en ligne; Bibliographie développée par Syntea</p>	<p>Critère d'évaluation: - Appropriation par les apprenants des savoirs identifiés</p> <p>Critère de performance - Les apprenants répondent aux questions correctement - Les apprenants développent un projet d'entrepreneuriat social</p> <p>Résultats attendus - Obtention d'un crédit - Obtention d'un certificat de connaissance</p>

References

English and Polish sources:

1. Akhmetshin, R. and Gayazova, E. (2017). About the Features of Perception of Social Entrepreneurship in the World. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(4), 655-664.
2. Bjärsholm, D. (2017). Sport and Social Entrepreneurship: A Review of a Concept in Progress. *Journal of Sport Management*, 31(2), pp.191 -206.
3. Britton, J., Liger, Q. and Stefan, M. (2016). *Social Economy*. Brussels: European Parliament, Policy Department A: Economic and Scientific Policy. Available from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU\(2016\)578969_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU(2016)578969_EN.pdf) [Accessed 27th February 2018].
4. Brooks, A. (2009). *Social entrepreneurship*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
5. Caisl, J. et al. (2014). A map of social enterprises and their eco-systems in Europe Country Report: Czech Republic. European Commission.
6. CHORUM. (2014). La législation relatif a l'économie sociale et solidaire. Analyse comparé France-Europe. Chorum.
7. Chandra, Y. and Wong, L. (2016). *Social Entrepreneurship in the Greater China Region: Policy and Cases*. Routledge. Available from https://books.google.co.uk/books?id=kRfeCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [Accessed 19th February 2018].
8. Crescendo and Muflon. (2008). *Social Enterprises: Italian and Polish Experience*. Transnational Cooperation for Social Enterprises Development. Available from <http://www.sens.rs/en/social-entrepreneurship/publications/165-social-enterprisesitalian-and-polish-experiences> [Accessed 3rd December 2017].

9. Dave, R. and Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. Business Review. Available from https://www.researchgate.net/profile/Christine_Woods/publication/242320433_Changing_the_World_on_a_Shoestring_The_Concept_of_Social_Entrepreneurship/links/0c96052afbd9a7929d000000/Changing-the-World-on-a-Shoestring-The-Conceptof-Social-Entrepreneurship.pdf [Accessed 31st January 2018].
10. Department for Business Innovation & Skills (2011). A guide to legal forms for social enterprise. Gov.uk. Available from https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31677/11-1400-guide-legal-forms-for-social-enterprise.pdf [Accessed 5th December 2017].
11. Dicken, P. (2015). Global Shift. 7th ed. London: SAGE.
12. Educação para Sustentabilidade. (2011). The Triple Bottom Line. Educação para Sustentabilidade. Available from <http://blog.pucsp.br/educasustentabilidade/2011/08/06/the-triple-bottom-line/> [Accessed 1st February 2018].
13. Ekonomiaspoleczna.pl. (2009). The Emaus Association. Ekonomiaspoleczna.pl. Available from <http://lublin.ngo.pl/x/440114?ci=komentarze&did=983879&state=am> [Accessed 1st March 2018].
14. Euricse. (2013). Social Economy and Social Entrepreneurship. Social Europe guide / Volume 4. Available from <http://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/03/social-economy-guide.pdf> [Accessed 3rd February 2018].
15. Fraisse, L. et al. (2016). Social enterprise in France: At the Crossroads of the Social Economy, Solidarity Economy and Social Entrepreneurship? International Comparative Social Enterprise Models. Available from <https://www.iapsocent.be/sites/default/files/France%20-%20Fraisse%20et%20al.pdf> [Accessed 1st March 2018].
16. Gomez, E. (2016). 10 Social Enterprise Examples and the 7 Principles That Guide Them. Conscious Connection Magazine. Available from <https://www.consciousconnectionmagazine.com/2016/02/social-enterpriseexamples-and-principles/> [Accessed 18th January 2018].
17. Gosling, P. (2011). Social co-operatives in Italy: Lessons for the UK. SEL for cooperative solutions. Available from <http://socialeconomyaz.org/wpcontent/uploads/2011/06/SocialCooperativesInItaly.pdf> [Accessed 9th February 2018].
18. Gov.uk. (2013). Case study: Bristol Together. Gov.uk. Available from <https://www.gov.uk/government/case-studies/bristol-together> [Accessed 28th February 2018].
19. Hazard, N. (2013). Can French social enterprise succeed globally? The Guardian. Available from <https://www.theguardian.com/social-enterprisenetwork/2013/feb/19/french-social-enterprise-succeed-globally> [Accessed 27th February 2018].
20. Helmsing, A. (2015). Conditions for Social Entrepreneurship. International Journal of Social Quality, 5 (1), 51-66.
21. Inside Philanthropy. (2017). Warren Buffet. Inside Philanthropy. Who's Funding What, and Why. Available from <https://www.insidephilanthropy.com/wall-streetdonors/warren-buffett.html> [Accessed 04th February 2018].
22. Ioan, A., Mair, J. and Wolf, M. (2017). Study Finds that German Social Enterprises Lead in Collaboration and Innovation. Tbd. Available from <https://www.tbd.community/en/s/uk> [Accessed 28th February 2018].

23. Kickul, J. and Lyons, T. (2016). Understanding Social Entrepreneurship. London: Taylor and Francis. Available from <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=4Ra4CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT14&dq=The+concept+of+social+entrepreneurship+is+growing+rapidly+and+attracting+increasing+attention+from+many+sectors+kickul+and+lyons&ots=MgcwrNU75m&sig=IucKwiq0dlbRVSnp2FzDav5JPQw#v=onepage&q&f=false> [Accessed 3rd December 2017].
24. Kramer, M. and Porter, M. (2011). Creating Shared Value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review. Available from <https://myhbp.org/leadingedge/d/cla?c=24811&i=25967&cs=e3c4e5ddc7e9cb91d18872a098ee63b6> [Accessed 04th February 2018].
25. Krige, K. (2016). The future is social entrepreneurship. YouTube. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=mx9MEuxoWn0&t=163s> [Accessed 18th January 2018].
26. Kuratko, D. (2015). Entrepreneurship: Theory, Process and Practice, 10th ed. The United States of America: Cengage Learning. Available from <https://books.google.co.uk/books?hl=en&lr=&id=6v9UCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=In+general,+entrepreneurship+can+be+defined+as+establishing+and+managing+a+business+for+the+principal+purposes+of+profit+and+growth++&ots=f65fAm9HJc&sig=zOYBaiZBxW5UpaLS3u7iC6tadLw#v=onepage&q&f=false> [Accessed 3rd December 2017].
27. Neate, R. (2017). Bill Gates gives \$4.6bn to charity in biggest donation since 2000. The Guardian. Available from <https://www.theguardian.com/technology/2017/aug/15/bill-gatescharity-donation-microsoft-shares-foundation> [Accessed 09th February 2017].
28. Noya, A. (2006). Emerging models of social entrepreneurship: possible paths for social enterprise development in Central East and South East Europe. OECD. Available from <http://www.oecd.org/cfe/leed/37508561.pdf> [Accessed 24th January 2018].
29. OECD. (2010). Social Entrepreneurship and Social Innovation. SMEs, Entrepreneurship and Innovation. Available from http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/conference/oecd_en.pdf [Accessed 1st February 2018].
30. Porter, M. (2013). The case for letting business solve social problems. TED. Available from https://www.ted.com/talks/michael_porter_why_business_can_be_good_at_solving_social_problems [Accessed 5th December 2017].
33. Praszquier, R. et al. (2014). Social Enterprise, Social Innovation and Social Entrepreneurship in Poland: A National Report. EFESIIS. Available from <http://www.fp7-efeseiis.eu/national-report-poland/> [Accessed 03rd February 2018].
34. Roberts, D. and Woods, C. (2005). Changing the world on shoestring: The concept of social entrepreneurship. University of Auckland Business Review. Available from http://www.thebookshelf.auckland.ac.nz/docs/UABusReview/2005_07_i01-05-asd.pdf [Accessed 3rd December 2017].
36. Scaife, W. (2008). Venturing into Venture Philanthropy: Is More Sustainable Health and Medical Research Funding Possible Through Venture Philanthropy and Social Entrepreneurship?. Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing, 20(2), pp.245-260.

13. Les résultats

L'ensemble articulé d'enseignements, d'activités, de connaissances et de compétences résulte de la conception du programme E.S.E.

14.References utilisées

Littérature :

1. Gavrielidou K. (2014). Youth Entrepreneurship: A catalyst for job creation. <https://www.oneyoungworld.com/blog/youth-entrepreneurship-catalyst-job-creation> Reached: 18.5.2018
2. Kelly, A.V. (2009). The Curriculum: theory and practice (6th ed.). ISBN 9781847872746.
3. Wiles, Jon (2008). Leading Curriculum Development. p. 2. ISBN 9781412961417.
4. Slattery, J.M.; Carlson, J.F. (2005). "Preparing an effective syllabus: current best practices". College Teaching. 54 (4): 159–164. doi:10.3200/CTCH.53.4.159-164.
- 1.5. Entrepreneurship in vocational education and training (2008) European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry. Brussels.