



Entrepreneuriat, parcours du diplôme d'ingénieur de l'UTBM

Auteur : Fabienne Picard
Email : fabienne.picard@utbm.fr
Établissement(s) : Université de
Technologie de Belfort-Montbéliard .
Coauteur : Marion Mézerai

Entrepreneuriat, parcours du diplôme d'ingénieur de l'UTBM

À propos de la formation

Public visé :

Tous public (Bac+2 minimum)

Modalités pédagogiques : Présentiel,

Durée : Sur une période maximale de 2 ans

Suivi et évaluation :

- Suivi : Enseignants, formateurs, tuteurs académiques (+ tuteur FOAD)
- Évaluation continue de la participation et de la contribution individuelles au travail collectif (sur la plateforme de formation à distance ou en présentiel)
- Évaluation continue des savoirs, savoir-faire et savoir-être individuels et en groupe sous forme de projets sur cas réels de PME, étude de cas réel, exercices, dossiers, rapports et soutenances individuels et en groupe ou individuels
- Examens médian et final surveillés (en formation initiale uniquement)
- Évaluation des aptitudes personnelles

Validation du parcours : obtention d'une note minimale de B dans au moins 2 UV du parcours

Format : Formation longue diplômante

Objectifs pédagogiques :

Découvrir les différentes facettes de la création d'entreprise et les outils pouvant aider à la création

- Mettre en œuvre une démarche de création d'entreprise (PE01)
- Découvrir les diverses facettes du management de l'innovation et de la création d'activités innovantes.

- Proposer une stratégie de l'innovation intégrée à la stratégie de l'entreprise. Construire un business model pour soutenir une activité innovante (MG01)
- Comprendre le processus de décision de l'entreprise. Appliquer les concepts de base de comptabilité et d'économie pour gérer et piloter une entreprise dans un environnement concurrentiel et incertain simulé par ordinateur (MG03)
- Identifier le rôle stratégique de l'information pour l'entreprise. Comprendre les enjeux autour de la mise en place d'actions coordonnées de recherche, traitement, distribution et protection de cette information (MG05)
- Cerner les enjeux de l'intelligence économique en entreprise pour les futurs ingénieurs, face à la mondialisation, aux opportunités et menaces, à la recherche de compétitivité.
- S'initier aux pratiques et concepts de l'intelligence économique pour mieux appréhender les leviers d'actions (MG08)
- Sensibiliser le futur ingénieur au monde de l'entreprise, aux règles de fonctionnement et contraintes juridiques qui y prévalent et contribuent à son organisation. (DR02)

Formation initiale : Oui

Type de licence : InnovENT-E - Paternité - Droits reproduction réservés à l'institut InnovENT-E - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification

Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement :

- Cours, travaux dirigés, travaux pratiques
- Conférences, séminaires
- Stages
- Projets de fin d'Etude
- Plateforme de formation à distance

Méthodes d'apprentissage :

- Pédagogie active
- Plusieurs modalités de formations : FOAD, en présentiel, hybridés
- Projet réels d'entreprise
- Pédagogie par projet et en groupe (ou individuel si secret industriel)
- Mise en situation de secret industriel pour l'interaction au sein du groupe
- Recherche, analyse et synthèse d'information
- Co-construction de connaissances
- Auto-évaluation ; évaluation par les pairs.

Lieu :

Belfort-Montbéliard
Bourgogne-Franche-Comté

Pré-requis :

Aucun pré-requis

Certification : Référencé

Région : Bourgogne-Franche-Comté

Programme :

INNOVENT-E

- Cadre juridique des sociétés (DR02)
- Connaissances juridiques de l'ingénieur (DR04)
- Fondements de la gestion (GE01)
- Gestion des ressources humaines (GE03)
- Fondements du marketing (GE06)
- Gestion financière et investissement (GE07)
- Management de l'innovation et entrepreneuriat (MG01)
- Jeux d'entreprise : application des méthodes de gestion comptables et économiques (MG03)
- Management de l'information et intelligence économique (MG05)
- Intelligence économique : stratégie d'entreprise, démarche et outils (MG08)
- Projet de création d'entreprise (PE01)

Macrocompétences et habilités

1. Agir en créateur de valeur dans une entreprise élargie

1. Savoir identifier les sources de valeur internes et externes à l'entreprise.
2. Ecouter activement son environnement et conduire une analyse prospective
3. Travailler en transversal et en interdisciplinarité
5. Développer la culture de l'innovation dans l'entreprise
6. Savoir positionner l'entreprise dans son environnement
7. Proposer une stratégie de l'innovation intégrée à la stratégie de l'entreprise

2. Concevoir et mettre en œuvre une stratégie d'innovation

1. Identifier les attentes (direction et clients) pour élaborer sa stratégie d'innovation
2. Analyser forces et faiblesses de l'activité pour identifier des axes d'innovation
3. Analyser la position (économie et marché) de son activité pour orienter ses choix
4. Traduire la stratégie en plans d'action à moyen ou court terme

3. Développer des innovations en mode projet

1. Planifier un projet d'innovation

4. Développer ses aptitudes personnelles

1. Utiliser sa curiosité pour élargir son champ de vision, être en veille et sortir du cadre
2. Adopter une approche créative et originale pour produire fréquemment des concepts originaux
3. Faire preuve d'un esprit d'analyse et de synthèse
4. Se connaître précisément et savoir se décrire pour gérer les situations avec efficacité.

5. Manager les connaissances

1. Identifier les compétences, savoir-faire, expertises clés de l'entreprise.
2. Organiser, formaliser et capitaliser les retours d'expérience, des projets d'innovation

6. Manager les ressources technologiques

1. Elaborer une stratégie de Propriété Intellectuelle (PI).
2. Faire de la veille technologique et prospective pour évaluer les menaces ou opportunités
3. Faire un état de l'art
4. Identifier et évaluer les technologies de l'entreprise
5. Gérer l'évolution du portefeuille de technologies
6. Définir et gérer des accords de partenariat technologique

7. Optimiser la valeur créée par les technologies
 8. Valoriser les technologies en interne et en externe
-

7. Développer une stratégie d'ouverture et de partenariat avec les fournisseurs clés

1. Identifier les achats et partenaires stratégiques
 2. Définir la politique et les objectifs vis-à-vis de ces acteurs
 3. Définir les priorités et les axes d'action
 4. Organiser la veille d'opportunités achats et partenaires
-

8. Développer à l'international

2. Effectuer un diagnostic de l'entreprise face aux marchés internationaux
 4. Déceler des opportunités de ventes, de partenariats, d'implantation,...
 5. Evaluer les risques par rapport au pays visé
-

9. Manager une équipe multidisciplinaire et multiculturelle

1. Constituer une équipe projet pluridisciplinaire et multiculturelle.
 5. Répartir les tâches et les responsabilités des collaborateurs
 6. Evaluer, développer les compétences et accompagner ses collaborateurs
-

10. Conduire les changements liés aux projets d'innovation

1. Faire le diagnostic des impacts internes/externes du changement envisagé
 3. Créer les conditions d'appropriation de la démarche de changement
 5. Inscrire le changement dans une dynamique d'amélioration continue
-

11. Générer et sélectionner de nouveaux concepts

1. Détecter des problèmes, des contraintes
 2. Détecter des besoins pour générer des concepts
 4. Convaincre et fédérer autour de nouveaux concepts
 5. Evaluer et sélectionner les concepts qui feront l'objet d'un projet d'étude
-

13. Mobiliser les ressources financières

1. Identifier les besoins de financement et d'investissements et les comparer aux ressources
-

14. Concevoir un produit, un procédé, un service

1. Définir le périmètre du système objet de la conception
 2. Identifier les parties prenantes et leurs exigences
 3. Intégrer les parties prenantes dans le processus de conception
 4. Ecrire un scénario de vie d'un produit
 5. Analyser l'environnement du produit ou du process
 6. Définir les besoins fonctionnels (ex d'outil : analyse fonctionnelle)
 7. Définir l'architecture fonctionnelle du système
 8. Représenter et décrire un système technique (produit ou process)
 9. Identifier les différentes solutions et évaluer leur potentiel d'innovation
 10. Modéliser et concrétiser la solution retenue
 11. Valider la conception
-

16. Commercialiser l'offre innovante (y compris à l'international)

1. Identifier des cibles commerciales et leurs motivations d'achat
 2. Réaliser une étude de marché
 3. Définir, au lancement, une stratégie commerciale d'identification des cibles
 4. Elaborer un argumentaire de vente spécifique au pays ciblé
 5. Créer et/ou utiliser les outils et techniques de promotion adaptés au marché
-

17. Traiter une problématique éthique

1. Construire un esprit critique sur ce qui est socialement partageable et éthiquement responsable
 2. Comprendre l'influence de son système de valeur et de sa culture dans ses décisions
 3. Adopter une posture éthique
 6. Modéliser la situation en un système complexe précisant les interactions entre les parties (risques, objectifs, etc.)
 7. Développer sa capacité à se rapprocher d'un monde meilleur
 8. Identifier les différentes orientations possibles susceptibles de résoudre la situation de façon satisfaisante pour les parties impliquées
 10. Prendre des décisions responsables découlant de la démarche éthique
 11. Mettre en oeuvre un plan d'actions pour résoudre la problématique
-