

Jeux d'entreprise



En bref

- **Langues d'enseignement:** Français
- **Méthodes d'enseignement:** En présence
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

analyser

le jeu concurrentiel

les variables du mix

construire

des grilles de lecture

des tableaux de bord

opérationnaliser

des concepts marketing

des principes de stratégie

dialoguer

avec les parties prenantes externes

avec le groupe

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	7h
TD	Travaux Dirigés	13h

Pré-requis obligatoires

Bases en finance, marketingManipulation des fonctions de base sous Excel

Plan du cours

Le module consiste à gérer virtuellement un resort situé à Phuket (Thaïlande) Le module alterne des prises de décisions sur les variables du jeu (prix, communication, RH, finance) et des challenges qualitatifs sur des domaines variés :

- Plan stratégique : cible, définition du concept, de la proposition de valeur, business plan (compte résultat prévisionnel)
- Communication on line : création de support de communication
- Indicateurs cibles : identifier 4 indicateurs qui seront objectivés
- Tableaux de bord : sous Excel, construction des outils de pilotage de l'activité (indicateurs financiers, RH, marketing)
- Création du site Internet : architecture et plan du site sur carte heuristique. Réflexions autour du contenu en matière de parcours client, tunnel de conversion et référencement
- Note de conjoncture : note de synthèse sur le marché
- Stratégie digitale : politique référencements naturel & payant - usage des réseaux sociaux
- Challenge audit : détournements de fonds à retrouver
- Référencement TO : brochure à l'attention des TO pour intégrer leur catalogue
- Levée de fonds : présentation (5 minutes) d'un projet à des business angels ; 300 000 € à lever

Informations complémentaires

Responsable du cours : Anne QUEFFELEC

Compétences visées

Développer une capacité de diagnostic concurrentiel

Construire des outils d'aide à la décision

Extraire l'information et la rendre exploitable

Manager l'équipe et gérer des conflits

Gérer l'incertitude et le temps

Réagir face à des situations de crise

Bibliographie

Ouvrages recommandés : · Garett B., Dussauge P., Durand R., Strategor, Dunod, 6ème édition, 2013 · Godard C-E et Godard S., Le petit contrôleur de gestion, Dunod, 2014 · Lendrevie J., Lévy J., Lindon D., Mercator - théories et nouvelles pratiques du marketing, Dunod, 11ème Ed., 2014 · Frochet et P. Legohérel, Le Marketing du Tourisme, Dunod, 3ème édition, 2014 · Dupuis J., Eouzan G., Michalon C., Webmarketing : Définir, mettre en pratique et optimiser sa stratégie, Ed. ENI, 2ème Edition **Presse spécialisée & web :** L'écho touristique <http://www.journaldunet.com/> <http://www.orourkehospitality.com/blog/>

Infos pratiques

Lieux

➤ Thonon-les-Bains (74)