

Septembre 2000

Document de travail

Les Universités et l'entrepreneuriat

Thierry Verstraete

Maître de Conférences HdR, IAE-USTL

ADREG – CLAREE – IFRESI

<http://ww.adreg.net>

Vice-Président de l'AIREPME (Association de Recherche sur l'Entrepreneuriat et sur la PME)

Administrateur à l'Académie de l'Entrepreneuriat

Contact :

tverstraete@nordnet.fr

Thierry Verstraete

IAE – USTL

104 avenue du peuple belge

59043 Lille cedex

Tél. 03 20 12 34 50

Fax. 03 20 12 34 00

L'ADREG est l'association de diffusion de la recherche sur l'entrepreneuriat et la gestion (<http://www.adreg.net>). Il s'agit d'une équipe de 11 chercheurs du CLAREE (centre lillois d'analyse et de recherche sur l'évolution des entreprises – UMR CNRS 8020). Cette équipe travaille actuellement sur un programme de recherche portant sur la création d'entreprise par les chercheurs (projet APN – CNRS).

Ce dossier n'est pas totalement achevé, mais l'idée est de le diffuser afin de recevoir des commentaires et de favoriser les échanges. Il n'est que la mise à plat de divers aspects préoccupant les universités et concernant l'entrepreneuriat. Il conduit à la proposition de la création de "Centres Entrepreneuriat" pouvant servir autant l'offre de formation que la valorisation de la recherche (cette idée n'est pas résolument nouvelle, de tels centres, de forme plus ou moins proche, existent à l'étranger ; en France, certaines universités structurent également des offres se rapprochant des propos ici tenus). Il met un accent sur la question de l'enseignement, qui, seul, ne peut certes pas expliquer les propensions à entreprendre d'une population (il y a d'autres facteurs contingents), mais qui relève précisément de la responsabilité d'un établissement universitaire.

La présentation faite ici est synthétique et renvoie à bien d'autres questionnements, plus ou moins connus. Son message générique est le suivant :

Les universités, relativement à l'entrepreneuriat, sont aujourd'hui confrontées à 4 dimensions indissociables, mais irréductibles les unes aux autres car renvoyant à certains types d'actions. Ces différents types d'actions doivent être coordonnés, au risque de voir l'entrepreneuriat "éclaté". Ces dimensions sont les suivantes :

- Première dimension : la loi sur l'innovation de juillet 1999¹ et sa mise en œuvre (ce qui renvoie aussi largement vers les autres dimensions). Avant la mise en œuvre, peut-être faut-il mener des actions en allant vers le terrain et non l'attendre (tant dans les laboratoires publics que dans les PME par exemple, peu dotées de système de veille, encore moins de service d'intelligence économique et stratégique²). En effet, par discussion avec le terrain, force est de constater que peu de personnes connaissent les 4 volets de la loi ;
- Deuxième dimension : le transfert de technologies et les relations avec les entreprises (protection, brevets, contrats, etc.) ;
- Troisième dimension : la formation, ou plus globalement, l'interrogation sur les niveaux d'intervention (identification, accueil, sensibilisation, formation, accompagnement, conseil, voir plus bas) ;
- Quatrième dimension : l'incubation.

Pour coordonner ces 4 dimensions, la proposition est de créer, au sein des Universités, des "centres entrepreneuriat", pôles d'expertise en ce domaine. L'entrepreneuriat doit être vu comme une spécialité³. L'idée n'est pas de régir et de phagocyter la prise d'initiative, mais simplement de garantir une cohérence globale. La création de tels centres relève de choix politiques. Elle présente aussi l'avantage d'envoyer des signaux forts tant à l'interne (et ce n'est pas neutre pour que, au sein des universités, l'entrepreneuriat ne soit pas perçu comme hétérodoxe, voire "exotique") qu'à l'externe (monde économique et social). Appeler ces centres ainsi renforce, par la présence du terme entrepreneuriat, la puissance de ces signaux.

L'aspect essentiel de la démarche concerne ce que globalement on appellera la formation. En effet, si l'on admet que l'esprit d'entreprise est aussi une question de culture, alors à l'évidence le système éducatif a un rôle fondamental à jouer dans la diffusion d'une culture

¹ Les quatre volets de la loi peuvent être consultés sur le site du ministère de l'éducation nationale. Pour une synthèse et quelques remarques, voir aussi : Marion S., Philippart P., Verstraete T., "La valorisation de la recherche publique par la création d'entreprise", dans Verstraete T. (dir), Histoire d'entreprendre – les réalités de l'entrepreneuriat, Edition Management et Société, 2000

² Voir l'enquête menée par Bournois F., Romani P.-J., *L'intelligence économique et stratégique dans les entreprises françaises*, Economica, 2000

³ En témoigne les recherches dédiés à ce thème. A ce titre, la recherche sur l'entrepreneuriat doit être soutenue pour qu'un apport de connaissance scientifique soit opérée sur ce phénomène dont on voudrait encourager l'expression sans en connaître suffisamment les réalités.

entrepreneuriale. Sous réserve d'acquiescer à la pertinence de former à l'entreprise (dans les deux sens du terme, c'est-à-dire l'action d'entreprendre et l'entité résultant de cette action), l'éducation nationale, dont la finalité est l'insertion professionnelle et civique des individus, doit instaurer dans le cursus de ceux qui peuvent devenir des entrepreneurs (y compris les chercheurs) au moins des sensibilisations, voire des formations à l'entrepreneuriat. L'accompagnement et le conseil entrent dans la politique d'incubation (ce qui renvoie aussi à la problématique de la détection des recherches pouvant donner lieu à contractualisation avec des partenaires ou donner lieu à création d'entreprise).

L'entrepreneuriat peut se diffuser à quatre niveaux⁴

De façon résumée, on peut distinguer 4 niveaux d'action en faveur de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur :

- la sensibilisation consiste à démontrer qu'entreprendre est une carrière possible et accessible (il y a aussi la problématique de la sensibilisation à la vie en entreprise pour certains étudiants, a priori éloignés des problématiques socio-économiques) ;
- la formation consiste à développer les capacités entrepreneuriales des individus (sur les plans instrumental, cognitif et comportemental), sans qu'il s'agisse forcément de "créer des créateurs" ; il convient de distinguer les formations à l'entrepreneuriat des formations de créateurs d'entreprise⁵ ;
- l'accompagnement correspond au suivi d'un processus de création en cours, par une mise à disposition de diverses ressources (matérielles ou immatérielles) ;
- le conseil renvoie réellement au métier de conseil (et non pas au conseil occasionnel qu'un enseignant peut fournir).

On pourrait y ajouter l'accueil de candidats ainsi que la détection des potentiels.

Ainsi, à côté d'un discours souvent focalisé sur les questions du financement, sans doute faut-il, dans une action moins ponctuelle et de long terme, se préoccuper de la diffusion d'une culture entrepreneuriale.

L'Université a indéniablement un rôle à jouer pour les deux premiers niveaux (sensibilisation, formation), et doit se questionner de son intervention aux deux autres niveaux puisque l'idée n'est pas de se substituer à ce que font déjà très bien certains opérateurs locaux en matière d'accompagnement de créateurs par exemple. Mais la loi récente sur l'innovation (juillet 1999) conduit les établissements à intégrer ces niveaux dès lors qu'une politique d'incubation se développe en leur sein.

Il faut y voir un complément plutôt qu'une concurrence. En effet, en France, il semble admis que l'incubation commence à la détection des potentiels d'affaires jusqu'à ce qu'il convient commun désormais d'appeler le "premier tour de table" (premier appel de capitaux). Au delà et lorsque l'entreprise constituée démarre effectivement ses opérations commerciales, une pépinière prend le relais.

⁴ Voir : Senicourt P., Verstraete T, "Apprendre à entreprendre : quatre niveaux pour la diffusion d'une culture entrepreneuriale au sein du système éducatif", *Reflets et perspectives de la vie économique*, DeBoeck Université, 4, 2000 ; voir aussi la distinction sensibilisation – spécialisation – expérimentation proposée par : Albert Ph., Marion S., "Ouvrir l'enseignement à l'esprit d'entreprendre", in Birley S., Muzyka D. (dir), *L'art d'entreprendre*, Les Echos - Village Mondial 1998

⁵ Saporta B., Verstraete T, "Réflexion pour une pédagogie de l'entrepreneuriat dans les composantes en sciences de gestion des universités françaises", *Gestion 2000*, mai-juin, 2000 (article tiré d'un dossier spécial sur l'enseignement de l'entrepreneuriat, coordonné par A. Fayolle, de la revue *Gestion 2000*)

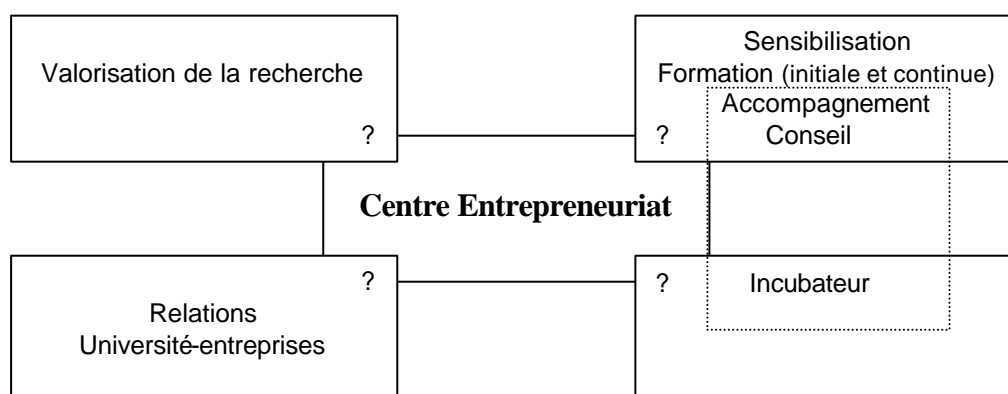
L'offre de formations

Les formations plus ou moins dédiés à l'entrepreneuriat ont connu ces dernières années un certain engouement. Leur multiplication pose, d'une part, le problème des débouchés des étudiants pour les programmes dont la visée n'est pas forcément de "créer des entrepreneurs"⁶, d'autre part, le problème du recrutement pour les formations dont la visée est de recruter des porteurs de projet.. Mais, indéniablement, il y a un besoin à couvrir au sein des viviers d'offres que constituent les universités, notamment dans les universités technologiques, même si toutes sont concernées. Ce qui importe, c'est de proposer une offre cohérente et structurée.

Les demandes en matière de formation à l'entrepreneuriat risquent, de façon croissante, de provenir des diverses UFR des universités ou comités de valorisation de la recherche parfois constitués, voire des cellules relations université-entreprises, notamment suite à la loi sur l'innovation de juillet 1999. Aussi, peut-être est-il opportun de proposer une plate-forme commune d'offres relativement à l'entrepreneuriat, plate-forme qui pourrait être sollicitée par les différentes composantes de chaque université.

La création d'un "Centre Entrepreneuriat"

Quatre dimensions, irréductibles mais indissociables, doivent être considérées par les universités, chaque dimension renvoyant à des actions nécessitant une cohérence que seule une coordination peut garantir.



L'idée est de construire des actions concertées et coordonnées par un "Centre d'Entrepreneuriat" au sein duquel tous ces aspects seraient traités.

La création de ces centres pourrait se faire en deux temps. Le premier consiste à laisser, au sein de chaque université et pour respecter la singularité des cas, une structure informelle de réflexion construire une offre globale adaptée à la dite université (offre pédagogique, articulation avec l'existant, etc.). Cette structure informelle est constituée de deux ou trois personnes ayant pour mission de présenter, quelques mois plus tard, la (ou les) structure formelle qui semble la plus adaptée (et qui peut comprendre la création de GIP, l'association

⁶ Il convient de distinguer les formations à la création d'entreprise, des formations à l'entrepreneuriat. Ce dernier est un phénomène dont les manifestations sont multiples et ne se réduisant pas à la création. Nous ne développerons pas ici des propos repris dans : Verstraete T., *Histoire d'entreprendre – les réalités de l'entrepreneuriat*, Edition Management et Société, 2000 ; Verstraete T., *Entrepreneuriat – connaître l'entrepreneur*, comprendre ses actes, L'Harmattan, collection Economie et Innovation, 1999

avec des partenaires financiers de sociétés gérant les contrats, finançant, etc.)⁷. Ce groupe de travail pourrait être assistées d'une personne du ministère détachée à cet effet (pour l'ensemble de la France) pouvant apporter les informations nécessaires (techniques, juridiques, présentation de ce qui se fait dans d'autres universités, ...). Le deuxième temps consiste à mettre en œuvre, après vote du CA d'université, la nouvelle structure formelle.

S'agissant de formations, l'annexe 1 présente un exemple.

Les annexes 2 et 3 présentent des exemples de plans de cours (celui de la MSG fonctionne depuis 5 ans).

Pour tout commentaires :

tverstraete@nordnet.fr

Thierry Verstraete

IAE – USTL

104 avenue du peuple belge

59043 Lille cedex

Tél. 03 20 12 34 50

Fax. 03 20 12 34 00

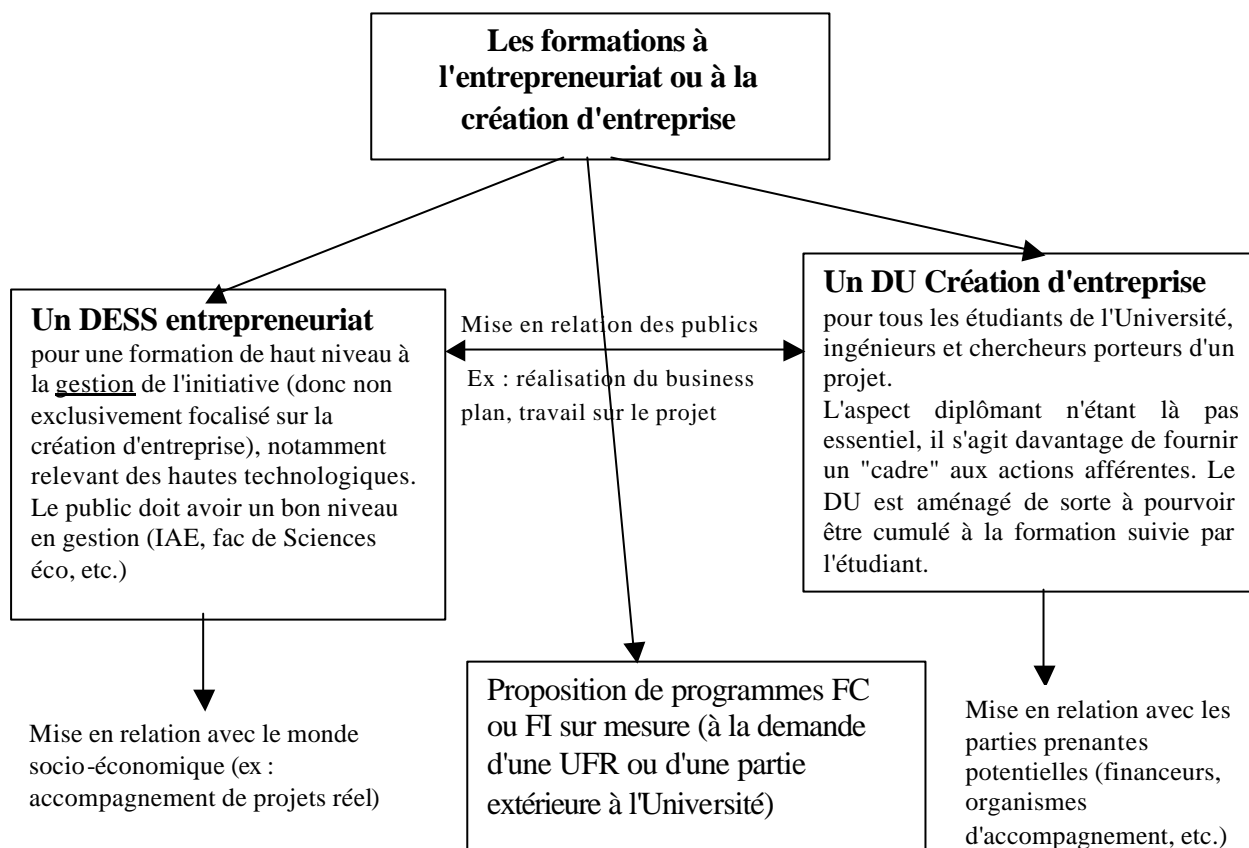
⁷ voir par exemple le GIP Crealys, <http://www.crealys.com> (qui regroupe toutefois plusieurs universités et écoles), la SA Insavealor, la SA Ezus sur la région Rhône-Alpes. Créalys sélectionne puis appuie les projets selon 4 formes :

- des études ponctuelles (étude technologique par exemple, étude de la solidité du processus proposé) ;
- des études de faisabilité des projets (côté business), c'est la forme qui consomme le plus de ressources (plus de la moitié) ;
- le financement d'une formation pour le porteur du projet (formation à la création d'entreprise) ;
- l'offre de conseil (cf. l'un des volets de la loi sur l'innovation) ;

S'ajoute un "challenge création".

Le directeur prépare les projets à soumettre, toutes les 3 semaines, au comité exécutif qui décide s'il y a octroi d'une aide sous une des 4 formes suscitées. Des membres de ce comité peuvent être affectés au suivi de projet. A côté de cet incubateur, INSAVALOR et EZUS gèrent pour le compte des laboratoires les contrats de recherche ou de conseil avec les entreprises. Ces SA ponctionnent 10% de frais de gestion, le reste va au chercheur ou au laboratoire. Ainsi, sont exploités les avantages du droit privé (comptabilité, rémunération, etc.).

Annexe 1 Exemple d'offres en termes de formation



S'agissant du DESS entrepreneuriat et gestion de l'initiative, il résulte de deux idées centrales. Premièrement, un étudiant en gestion peut, à défaut d'entreprendre en son nom, être amené à gérer l'initiative d'un autre. Deuxièmement, on ne gère pas l'initiative comme on gère le quotidien. La gestion de ce dernier diffère sensiblement de la gestion de l'initiative. Celle-ci a des implications multiples, tant sur le plan stratégique qu'opérationnel, voire légal. Dès lors, on peut raisonnablement considérer que l'insertion de gestionnaires formés à ces aspects devient très utile dans les créations d'entreprise de haute technologie. Alors qu'on pourrait croire qu'il y a suffisamment, voire trop, de managers sur le marché de l'emploi, les spécificités d'une nouvelle ou d'une petite entreprise ayant des opportunités de fort développement (donc de création d'emplois) exigent l'insertion d'individus formés à cette particularité. Sans en donner les détails, les cours pourraient s'articuler autour de trois pôles génériques :

- l'entrepreneuriat (les formes d'expression du phénomène, etc., voir annexe 3) ;
- la valorisation de la recherche (protection industrielle, la loi sur l'innovation, la SAS, l'entrepreneuriat technologique, etc.) ;
- le montage, l'aide et l'évaluation de projet. Son public pourrait être mis en relation avec des porteurs de projet (ingénieurs, chercheurs, etc.) en pépinière ou suivant le DU création d'entreprise, très souvent moins intéressés par les aspects liés à la gestion (logique d'association de compétences).

S'agissant du DU de création d'entreprise, il concerne les étudiants et personnels universitaires porteurs d'un projet (il n'est, *a priori*, pas ouvert à l'extérieur – il convient de ne pas oublier qu'il existe un "marché" de la création d'entreprise et que nombre d'institutions

offrent ce type de prestations, avec lequel les universités doivent coopérer). Son fonctionnement nécessite un soutien de l'Etat. Son contenu relève davantage des besoins des porteurs de projet en intégrant les préoccupations liées à la concrétisation de leur idée : appréciation de l'idée (ex : faisabilité technique), mesure de l'opportunité (de l'idée au marché), etc. Les problématiques afférentes sont celles que l'on relève dans les manuels de création d'entreprise⁸ ou les étapes présentées sur le serveur de l'APCE par exemple.

Il convient aussi de relever les compétences généralement admises comme nécessaires (ex: en gestion et en management, le minimum à savoir en droit, etc.), ce qui suppose de les former aux différents aspects auxquels ils devraient être sensibles pour espérer posséder un certain degré de maîtrise de l'organisation qu'ils initient. Le schéma suivant les résume :

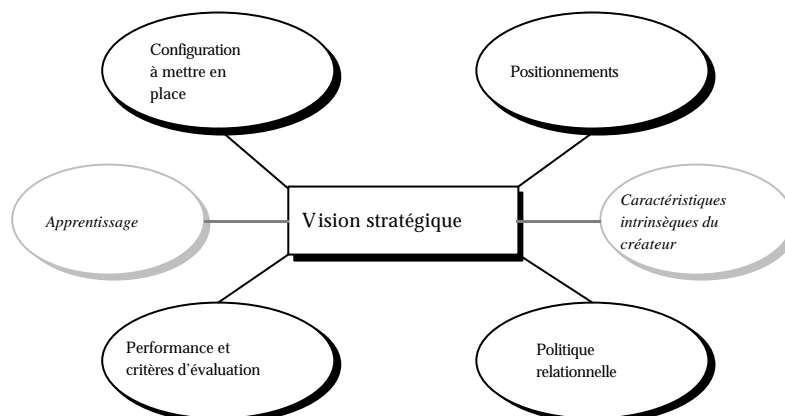


Figure 2. La vision stratégique du créateur : proposition des dimensions devant la composer⁹.

L'approche est intégrative, transversale et permet de dépasser les clivages fonctionnels souvent opérés. Très synthétiquement, voici les logiques prenant place derrière chacun des pôles du schéma.

Le pôle positionnement : le créateur se positionne dans des environnements multiples. De prime abord on pense à la logique marketing de positionnement des produits et services sur le marché (ce qui renvoie aussi à l'idée impulsant le phénomène). Mais le créateur se positionne également vis-à-vis de diverses parties prenantes : sa famille, les actionnaires, les banquiers, les clients, les fournisseurs, les salariés, etc. et il doit satisfaire (sauf à faire de temps à autre de nécessaires choix) chacun de ces acteurs, à qui il doit rendre des comptes en termes de performances. Cela renvoie à la politique salariale et au management de l'équipe, à la politique financière, à la politique marketing, etc.

Le pôle performances et critères d'évaluation : la jeune entreprise doit fournir des résultats conformes à ce qui est attendu par les différentes parties prenantes. Le critère prégnant est sans doute celui de performance économique (lequel intéresse particulièrement les actionnaires, la banque, etc.), mais il convient aussi de fournir des performances et résultats aux clients (service, prix, qualité, délai, etc.), aux fournisseurs (quantité commandée, contribution à l'image des produits, délai de paiement, etc.), à la famille (récompense aux sacrifices consentis), etc. Chaque partie prenante possédant ses propres critères d'évaluation de la performance, l'entrepreneur doit trouver un équilibre entre des logiques parfois antinomiques (par exemple le banquier souhaite que l'argent rentre le plus vite possible, le client souhaite payer le plus tard possible). Le créateur devra souvent jouer de l'exercice de conviction auprès des parties prenantes de sorte à "forcer" l'équilibre convoité.

⁸ En France la référence est "le Papin" : Papin R, Stratégie pour la création d'entreprise, Dunod,

Au Québec : Fillion LJ, Réaliser son projet d'entreprise, Edition Transcontinentales (l'auteur nous en a confié l'adaptation au marché français, l'équipe de l'ADREG se charge de cette adaptation).

⁹ Tiré de : Verstraete T., *Entrepreneuriat – connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, collection Economie et Innovation, L'Harmattan, 1999

Les caractéristiques intrinsèques du créateur : telle que sa motivation, sa ténacité, sa passion, ses émotions, etc. La capacité à convaincre est peut-être la caractéristique la plus importante. En premier lieu il faut éventuellement convaincre la famille de s'engager dans le projet (adhésion et soutien moral). Il faut convaincre les clients à acheter (le créateur a-t-il le sens commercial ?). Il s'agit auparavant d'obtenir les ressources permettant le démarrage des opérations. Parmi ces ressources on pense évidemment aux ressources économiques, mais il y en a d'autres types, notamment ce que l'on appelle les ressources cognitives ou informationnelles permettant à l'individu de structurer sa pensée et de se forger, par exemple, une représentation congruente de l'environnement investi (ce qui est d'autant plus important que l'environnement est peu malléable, la volonté du créateur pouvant alors plus difficilement s'exprimer). L'obtention de ce type de ressources nécessite bien souvent l'insertion dans des réseaux.

La politique relationnelle : être inséré dans un réseau (de dirigeants, d'accompagnement, d'acteurs d'un secteur, etc.) sous-tend une politique relationnelle qu'il serait dommageable de négliger. A l'évidence une personne introvertie souffrira du manque d'information. La politique relationnelle doit s'étendre à tous les acteurs influant ou susceptibles d'influer sur la trajectoire que prendra l'entité créée. Cela renvoie à la notion de capital social. De plus, chaque rencontre est une opportunité d'apprentissage. La formation doit pouvoir favoriser la mise en relation.

L'apprentissage : il faut être conscient que dans une création d'entreprise il faut apprendre avant (prendre conscience qu'il faudra peut-être de temps à autre prendre du recul, qu'il faudra trouver une façon de combler ses lacunes présentes et à venir), pendant (les capacités réflexives sont largement mobilisées, le créateur apprend en structurant, en pratiquant) et après (savoir créer n'est pas savoir diriger). Les capacités d'apprentissage ne sont pas à négliger.

La configuration à mettre en place : il convient de mettre en place une configuration organisationnelle afin de produire ce qui est attendu (ou ce que l'on croit être attendu...) par le marché (qu'il faut rencontrer). Pour se positionner, le créateur va devoir organiser les disponibles pour fournir aux acteurs un produit d'échange. Cette organisation correspond à la configuration qu'il convient de mettre en place afin de concevoir les services ou produits qui seront les fruits de l'échange et aussi pour relayer le dirigeant dans ses positionnements et dans la mise en œuvre de la stratégie. Ce pôle renvoie à la structure à mettre en place (organigramme, système de gestion, etc.).

Les six pôles sont interactifs et seuls quelques liens ont été mis en exergue dans les propos précédents. Chacun renvoie aussi à des problématiques de gestion bien connues. Le créateur devrait avoir conscience de l'importance ces six pôles, des logiques auxquelles ceux-ci renvoient ainsi que la possibilité que l'on a de décliner cette approche globale à des situations locales de façon très pragmatique. Cette déclinaison peut mettre en évidence le besoin de recourir à une méthode plus ou moins formelle d'analyse stratégique, marketing, comptable, organisationnelle, etc.

Annexe 2

Module de formation à l'entrepreneuriat ; exemple de l'ENIC

Proposition du la base du test de l'année 1999-2000

Coordinateur du cours : Thierry Verstraete

Durée du module 30H

Travaux annexes : à discuter

Cours n°1

Histoire de vie d'un entrepreneur (intervenant Thierry Verstraete)

Etude d'un cas, s'inspirant de la métaphore biologique du cycle de vie pour relever les difficultés rencontrées par un entrepreneur sur une trajectoire de vie.

Montrer qu'être entrepreneur est une carrière possible.

Lien avec les styles de management et la notion d'accompagnement du créateur

3H

Cours n°2

L'accompagnement du créateur (intervenant Thierry Verstraete)

Présentation d'une méthode originale d'accompagnement et travail sur la notion de vision stratégique (construction mentale du *business-model*)

1,5H

De quoi parle-t-on lorsqu'on parle d'entrepreneuriat ? Les différentes façons d'entreprendre (création, reprise, etc.) ; approche sur la base d'un modèle plutôt académique pour relever ce qui est dans le champ ou non de l'entrepreneuriat. Le discours académique ne dure qu'une petite heure, ensuite sont relevées les "formes d'entreprendre".

1,5H

Cours n°3

Les phases génériques du processus de création et établissement de son plan d'affaires (intervenant Thierry Verstraete)

Moins qu'une présentation linéaire des phases, il s'agit d'inventorier les compétences qu'il est bon de posséder. Ce cours aborde aussi la question du plan personnel, des acteurs régionaux (d'accompagnement, de soutien etc.), du financement (sur le financement, les cours 4 et 6 y reviennent sur des aspects spécifiques), de la stratégie de création (notamment à travers la notion de Facteurs Clés de Succès et de vision stratégique).

Visite du site Web de l'APCE.

3H

Cours n°4

La protection industrielle (intervenant André Tordeux)

+ une présentation des structures mises en place au sein de l'USTL

3H

Cours n°5

L'ingénieur entrepreneur (intervenant Alain Fayolle, EM Lyon, Ingénieur et Docteur en Sciences de Gestion)

3H

Cours n°6

S'installer en profession libérale (intervenant Hubert Tondeur)

et les relations avec l'expert comptable

Cette heure et demie répond à une demande des étudiants désirant s'installer en cabinet de conseil.

L'introduction en bourse (intervenant Hubert Tondeur)

Notamment cas de Start-up, travail sur leur business plan.

Cours n°7

Entrepreneuriat et NTIC (intervenant Christophe Benavent)

Avec un accent particulier sur les aspects marketing

3H

Cours n°8 et 9

La Noix Gaillarde

étude d'un cas de création d'entreprise dans le secteur industriel (PMI), plaçant les étudiant en situation de conseil. L'évaluation du module peut se faire sur ce cas.

1 x 2H + 1 x 4H.

Annexe 3

Module de formation à l'entrepreneuriat ; exemple de la MSG (maîtrise de sciences de gestion, option GPMS, gestion des petites et moyennes structures)

Cette formation a moins comme visée de créer des créateurs que de former à la gestion de l'initiative (qui diffère sensiblement de la gestion du quotidien).

Le plan ci-dessous est suivi plus ou moins rigoureusement selon les années.

Tous les mardis après-midi de l'année sont réservés au cours d'entrepreneuriat, qu'il y ait un cours afférent programmé ou non (les étudiants travaillent alors sur leur projet de création ou les dossiers thématiques).

Cours

Présentation de l'option GPMS, du module entrepreneuriat et des intervenants.

Présentation des travaux demandés :

Création d'une entreprise et réalisation d'un business plan

4 dossiers thématiques de 5 pages sur une thématique liée à l'entrepreneuriat

Cours 1. Qu'est-ce que l'entrepreneuriat ?

Proposition d'une acception du phénomène entrepreneurial

Les formes d'expression du phénomène

Les contingences à l'incitation à l'entreprise

Cours 2. Entrepreneur : gènes ou choix de carrière ?

Entrepreneur : question de profil, de motivation, de capacité, ... ?

L'entreprise comme choix de carrière : créer, reprendre, relancer ou développer une affaire

Différence entre entreprise et direction : de l'initiative à la gestion de l'entité (y mettre les styles de commandement)

Cours 3. La créativité au service de l'entreprise

Qu'est-ce que la créativité ?

Mobiliser la créativité de l'entrepreneur

Réveiller le potentiel créatif des collaborateurs

Présentation d'une technique d'accompagnement et expérience en groupe appliquée au dossier de création d'entreprise demandé

Cours 5. La vision stratégique de l'entrepreneur

La vision stratégique : un guide pour l'action

Les aspects globaux apparaissant comme essentiels dans la pensée de l'entrepreneur

Mettre au point sa vision : articuler heuristique et analyse

Cours 4. Les phases génériques du processus de création d'entreprise

De l'idée à l'opportunité d'affaires

Le business plan

Les sources de financement (classiques, "nouvelles" type Business Angel, aides, etc.)

Cours 6. Le contrôle de l'initiative

Qu'est-ce que le contrôle ? (Du contrôle informel au tableau de bord de l'entrepreneur)

La recherche des hypothétiques FCS et mise en place du contrôle : le principe de déclinaison de la stratégie

De la gestion de l'initiative à la gestion du quotidien (de l'entrepreneur au manager)

Cours 7. Le plan d'affaires ou business plan

Se convaincre avant de convaincre (+ le plan personnel)

Déployer l'exercice de conviction de façon rationnelle par un document clair et écrit

Contenu d'un pan d'affaires

- + des séances réservées à des études de cas,
 - + des séances de travail sur des thématiques particulières organisées par les étudiants (ex : entrepreneuriat et NTIC), ou sur le projet de création des étudiants
 - + cas la *Noix Gaillarde* (3 séances)
 - + interventions de une ou plusieurs séances de :
 - Pascale Faber : sur la créativité et la motivation
 - Philippe Vaesken : sur les concepts de territoires (+ pépinières etc.)
 - Me Levant : sur une forme particulière, l'association
 - M Marmouzet : les relations avec la banque
 - Jean-Paul Legrand, créateur : expérience + holding
 - Laurence Lecœuvre : sur la fonction de direction d'une PME
 - Jean-Marie Helleboid : la PMI et les normes iso.
 - etc.
 - + 5 dossiers (4 thématiques, 1 création)
- Prévu pour l'année 2000-2001
La protection industrielle
La loi sur l'innovation et la SAS (PP et TV)