

Université 08 mai 1945-Guelma

**Faculté des sciences économiques commerciales et sciences de
gestion**

Département des sciences commerciales

24/01/2024

Examen final du Module « Entrepreneuriat »

2^{ème} année master Option : MDS+ FCI +MHT

Durée : 1h 20 min

Question1 : (7pts)

Citer les différentes sources d'inspiration pour générer une idée innovante ?

Question2 : (8pts)

Expliquer les similitudes entre le design thinking et l'approche marketing ?

Question3 :(5pts)

Expliquer brièvement les différentes études de faisabilités que le porteur de projet doit mener pour la validation de son projet ?

Corrigé type de l'examen final du module « Entrepreneuriat »

Réponse1 : (7pts)

*Son milieu de travail : amélioration possible des produits / services, de la production, de la commercialisation...**2pts**

*La vie quotidienne : famille, amis, relations personnelles, activités extra professionnelles...**2pts**

*Vie économique : presse spécialisée, économique et industrielle, voyages à l'étranger (observations de nouveaux produits, nouvelles pratiques...)...**2pts**

*Idée d'autres personnes : opportunisme, exploiter une franchise, achat d'un brevet ou d'une licence de fabrication ou de distribution...**1pt**

Réponse2 : (8pts)

*Le design thinking s'intéresse au clients au même titre que le marketing, les deux approches sont orientées vers le client, **1pt**

*Le design thinking permet de comprendre les réels besoins exprimés et/ou non exprimés des individus, en même temps, le marketing permet d'identifier et de déceler les besoins des individus, que ce soit des besoins explicites ou latents.

1.5 pt

*En plus les techniques utilisées dans le but de collecter des données tout au long du processus du design thinking (empathie, définition, idéation, prototypage, test), sont celles utilisées dans les études de marché de nature qualitative, ex ; interview individuel, focus group, entretien directif, entretien semi directif...ect
2pts

*Les deux approches dépendent du feedback des clients potentiels pour apporter les ajustements nécessaires au prototype avant de se lancer dans la production et la commercialisation du produit **1.5 pt**

*L'aspect humain est omniprésent dans les deux pratiques, il se trouve au centre des préoccupations du design thinking, il se traduit par l'empathie envers les individus vulnérables, en détresse économique, sociale..., le design thinking intervient en espérant diminuer les souffrances et les douleurs des individus en leur apportant les solutions adéquates après avoir compris les douleurs et les obstacles auxquels les individus sont confrontés, en ce qui concerne l'aspect humain dans le marketing, on constate que ce dernier met en avant le savoir-faire des ressources humaines (formés, motivés, responsabilisés,) pour être à l'écoute et avoir de l'empathie envers les clients, cette pratique est très courante dans le marketing des services où l'interaction entre les employés du front office et les clients est très élevée sans oublier l'interaction qui se fait entre les clients, **2pts**

Réponse 3 : (5pts)

Les études de faisabilité que le porteur de projet doit mener pour valider son projet sont ;

Etude de faisabilité marketing ; consiste à vérifier si l'idée contribuera réellement à la résolution d'un réel problème, et aussi voir si le marché acceptera cette idée. **1.5 pt**

Etude de faisabilité financière ; vérifier la rentabilité financière du projet **1pt**

Etude de faisabilité technique ; durant laquelle le porteur de projet étudie l'aspect technique de son projet (identification du besoin, machines, programmes, choix du site de réalisation du projet, physique ou virtuel, conformité des procédés de production aux normes...ect) **1.5 pt**

Etude de faisabilité légale et environnementale ; permet d'être en conformité avec les lois en vigueur et s'assurer que le projet réponde aux normes environnementales. **1pt**