

ECT

Business School
TAHITI

COMMUNIQUE DE PRESSE BUSINESS GAME 2013

Prêts pour la compétition ?

LES 10, 11 ET 12 JUIN PROCHAIN, L'ECOLE DE COMMERCE DE TAHITI ORGANISE POUR LA DEUXIEME ANNEE CONSECUTIVE « UN BUSINESS GAME »

- PRINCIPES DU BUSINESS GAME
- LES CHALLENGES
- PARTENAIRES
- PROGRAMME
- ANNEXES (REVUE DE PRESSE BG 2012)



Evènement organisé avec le soutien

EDT
GDF SUEZ

LES PRINCIPES DU BUSINESS GAME



Trois jours durant, les étudiants de deuxième année de l'Ecole de Commerce de Tahiti et de la licence économie gestion de l'UPF vont prendre les rênes d'entreprises virtuelles en compétition sur un même marché. Grâce à un logiciel simulant les réactions des marchés, chaque entreprise aura connaissance de ses résultats à la fin de la période de jeu.

L'objectif de ce Business Game est de montrer de manière ludique l'impact des décisions quotidiennes sur la rentabilité – et donc la viabilité – de l'entreprise.

Cette formidable expérience permettra aux étudiants de mettre en pratique leurs acquis théoriques dans les domaines de la finance, du marketing, du commercial et des ressources humaines.

QU'EST-CE QU'UN BUSINESS GAME ?

- ⊙ Les participants sont regroupés en équipes
- ⊙ Chaque équipe gère une entreprise
- ⊙ Ces équipes sont en concurrence
- ⊙ Le simulateur et l'équipe d'animateurs «simulent» les réactions de l'environnement
- ⊙ Nombre d'équipes : 4
- ⊙ Nombre de participants par équipe : 5
- ⊙ Une période = un an d'activité simulée
- ⊙ Au début de chaque période, les équipes prennent des décisions stratégiques
- ⊙ Ces décisions sont saisies dans le simulateur
- ⊙ Ce dernier simule alors les réactions du marché et fournit les résultats obtenus par chaque entreprise
- ⊙ Ces résultats sont analysés par chaque équipe qui prend une autre décision...



LES CHALLENGES

Des challenges seront aussi à relever tout au long des trois jours sur des thèmes aussi variés que :

- ⊙ **Choix d'investissements**
- ⊙ **Analyse et prévision d'états financiers (compte de résultat, trésorerie, bilan)**
- ⊙ **Rédaction d'un plan de communication WEB**
- ⊙ **Face à face de vente et propositions commerciales**
- ⊙ **Recrutement de collaborateurs**
- ⊙ **Gestion de conflit**



PARTENAIRE DU BUSINESS GAME 2013

Cet évènement est organisé avec le soutien



REMISE DES PRIX

EDT remettra à la meilleure équipe une enveloppe de 200 000F XFP

**La remise des prix aura lieu le mercredi 12 juin à 16h45 dans l'auditorium du
Pôle Formation de la CCISM
Rue du Dr Cassiau**

A l'issue du jeu, les meilleur(e)s directeur(rice)s
seront identifié(e)s selon leur spécialité :

- ✓ Gestion / Finance
- ✓ Marketing / Communication
- ✓ Commercial / Vente
- ✓ Gestion des Ressources Humaines



PROGRAMME

Le Business Game démarrera le **lundi 10 juin à 8h30 dans l'auditorium de la CCISM**. Les étudiants de l'ECT et de l'UPF seront ensuite présents dans les locaux de l'ECT durant ces 3 jours de simulation. Nous vous invitons à suivre au jour le jour le parcours de ces entrepreneurs en herbe qui relèveront de nombreux challenges afin que leur entreprise soit compétitive et devienne leader sur leur marché.

REMISE DES PRIX

La remise des prix aura lieu le mercredi 12 juin à 16h45 à l'auditorium et sera suivi d'un cocktail de remerciement. Seront présents :

- Les étudiants des 3 promotions de l'ECT, l'équipe en compétition de l'UPF ainsi que leur responsable
- En présence de notre partenaire EDT



CONTACT

Vous souhaitez en savoir plus, n'hésitez pas à contacter Kentia Boulay ou Nadège Meurisse au 54 88 93 ou kentia@ccism.pf & nadege@ccism.pf

4 Le tout image

FENUA



ÉCOLE DE COMMERCE DE TAHITI. Les étudiants en commerce jouent pour apprendre à manager

En partenariat avec la CCISM et l'agence française de développement (AFD), les étudiants de 2^e année de l'École de commerce de Tahiti ont expérimenté pendant trois jours les joies du business game. Répartis en quatre entreprises virtuelles évoluant sur un même marché, les équipes en compétition se sont mises dans la peau de cadres d'entreprises et ont dû prendre des décisions stratégiques (investissement, placement, recrutement, exportation...). Au terme de ces trois journées, l'AFD a récompensé vendredi l'équipe gagnante lors de la cérémonie de clôture : Kathleen Vongue, Herenui Haereraaroa, Ariirai Manutahi et Khen Min Siu, ici en compagnie de Frédéric Audras, directeur de l'AFD.

JEU - Durant trois jours à l'école de commerce de Tahiti

Première édition du *Business Game*



Christophe Gomez, directeur de l'école de commerce de Tahiti, en compagnie de Kentia Boulay, responsable des études à l'ECT.

À partir d'aujourd'hui et jusqu'à vendredi, les étudiants de deuxième année de l'ECT vont participer au tout premier jeu d'entreprise, connu sous le terme anglophone de *Business Game*. Organisée par l'école de commerce de Tahiti, cette simulation de création d'entreprise est destinée à inciter les élèves à "prendre les rênes d'entreprises virtuelles en compétition sur un même marché".

"Recrutements, investissements, financement, fixation des prix, budget communication, toutes les grandes décisions stratégiques seront abordées", l'objectif de ce *Business Game* étant "de montrer de manière ludique l'impact des décisions quotidiennes sur la rentabilité et donc la viabilité de l'entreprise" explique l'école de commerce locale.

À noter que l'Agence française

de développement (AFD) récompensera l'équipe d'étudiants lauréate de cette 1^{ère} édition du *Business Game*. La cérémonie de remise des prix se tiendra vendredi 15 juin en fin d'après-midi. "À travers ce projet, l'AFD souhaite encourager les étudiants de l'Ecole de commerce de Tahiti à valoriser leurs compétences et à développer leur esprit d'entreprise afin de contribuer, au cours des prochaines années, au développement économique et social de la Polynésie française" explique l'ECT.

Dix-huit étudiants, répartis en 4 groupes, se lanceront dans cette aventure : reste à souhaiter que ces créations virtuelles se concrétisent sans tarder par des créations réelles d'entreprises pour relancer l'économie du pays ! ■

Jean-Marc Monnier

► Parole à

Kentia Boulay

Responsable des études à l'ECT

"Un temps fort de la scolarité"

D'où vient cette idée d'organiser un *Business Game* ?

Cette idée a été inscrite au sein de la maquette de formation de l'école de commerce de Tahiti.

C'est une activité traditionnelle dans les écoles de commerce car elle permet d'utiliser les connaissances acquises pendant les deux premières années. En plus les étudiants deviennent acteurs de leur formation en participant à ces trois jours, un temps fort de la scolarité. L'objectif est de permettre aux élèves de mettre en pratique leurs acquis et montrer des qualités de management tels que l'esprit d'équipe ou la prise de décision.



« Business Game » pendant 3 jours à l'École de commerce

Publié le mardi 12 juin 2012 à 10H39

L'ECT (École de commerce de Tahiti) organise du 13 au 15 juin une opération baptisée « Business Game » à l'attention des étudiants de deuxième année. Ils vont prendre les rênes d'entreprises virtuelles en compétition sur un même marché. Recrutements, investissements, financement, fixation des prix, budget communication, toutes les grandes décisions stratégiques seront abordées. Selon l'ECT, l'objectif de ce « Business Game » est de montrer de manière ludique l'impact des décisions quotidiennes sur la rentabilité – et donc la viabilité – de l'entreprise. Grâce à un logiciel simulant les réactions des marchés, chaque entreprise aura connaissance de ses résultats à la fin de la période de jeu.

A l'issue du jeu, la meilleure équipe sera récompensée par l'AFD (Agence française de développement) partenaire de cet événement.

► "Business game" à l'ECT

L'École de commerce de Tahiti organise, du 13 au 15 juin, une opération baptisée "Business game", à l'attention des étudiants de 2^e année. Ces derniers vont prendre les rênes d'entreprises virtuelles en compétition sur un même marché. Recrutement, investissements, financement, fixation des prix, budget communication : toutes les grandes décisions stratégiques seront abordées.

Selon l'ECT, l'objectif de ce "Business game" est de montrer de manière ludique, l'impact des décisions quotidiennes sur la rentabilité – et donc la viabilité – de l'entreprise. Grâce à un logiciel simulant les réactions des marchés, chaque entreprise aura connaissance de ses résultats à la fin de la période de jeu.

À l'issue du jeu, la meilleure équipe sera récompensée par l'Agence française de développement, partenaire de cet événement.