

Université Abou Berk Belkaid Tlemcen

Faculté des sciences de la nature et de la vie et des sciences de la terre et de l'univers (SNVSTU)

Département des sciences biologiques

Master 2 13/01/2026

Correction de l'examen de l'entrepreneuriat

Réponse 01 : Mentionnez et Cochez les bonnes réponses (05pt)

1. L'entrepreneur, c'est quelqu'un qui voit des possibilités et sait saisir ces opportunités; mentionnez quatre autres caractéristiques : **L'innovation** (0,5pt), **Les connaissances**(0,5pt), **les compétences**(0,5pt), **Création des richesses** (0,5pt).
2. Innovation Selon le degré de nouveauté est :
 - ✓ ☐ Innovation radicale (0,5pt)
 - ✓ ☐ Innovation graduelle (0,5pt)
3. SWOT est une analyse de l'environnement général fondée sur les facteurs politiques, économiques, écologiques, technologiques, juridiques, sociaux et culturels.
 - ✓ ☐ Faux (01pt)
4. Le Crowdfunding est un mode de financement innovant qui permet à des projets de lever des fonds auprès d'un grand nombre de personnes, souvent via internet.
 - ✓ ☐ Oui (01pt)

Exercice 02 : (03pt)

Quelles sont les étapes de la création d'un projet entrepreneurial ?

1. Identification d'une opportunité d'affaires
2. Élaboration du plan d'affaires
3. Mobilisation du financement
4. Création juridique et organisationnelle de l'entreprise
5. Mise en place des ressources et de l'infrastructure
6. Lancement de l'entreprise
7. Gestion et développement de l'entreprise

Exercice 03 : (12 pt)

1. Utilisez le business model canevas (BMC) pour représenter graphiquement le modèle économique de l'entreprise Touché en identifiant les neuf blocs.
2. Analysez comment chaque bloc du BMC contribue à la proposition de valeur globale de l'entreprise Touché.

Business Model Canvas		Conçu pour:	Conçu par:	Date:	Version:
		Touché	Étudiant	13/01/2025	
8/ Les partenaires clés (1,25 pt)	7/ Les activités Clés (1,25 pt)	2/ La propositions de Valeur (2 pt)	4/ Les Relations Clients (1,25 pt)	1/ Les segments de la Clientèle (1,25 pt)	
Fournisseurs d’ingrédients et de packaging.	Développement & formulation de produits.		Service client personnalisé (conseils beauté)		
Distributeurs / points de vente.	Production, packaging, contrôle qualité.	Produits cosmétiques adaptés à différents types de peau.	Communautés sur les réseaux sociaux.	Consommateurs finaux intéressés par les soins de la peau (adolescents, adultes).	
Influenceurs / partenaires média.	gestion des réseaux sociaux	Qualité accessible et naturelle si applicable.			
	6/ Les ressources clés (1,25 pt)	Formulations efficaces (sérum, crèmes hydratantes).	3/ Les canaux (1,25 pt)	Boutiques & revendeurs de cosmétiques (distribution locale).	
	Formulateurs /experts produits.		Vente directe en boutique physique.		
	Chaîne d’approvisionnement et stocks.		Plateformes e-commerce et marketplaces locales.	Influencers/beauty bloggers.	
	Marketing digital et branding.		Réseaux sociaux (Instagram, TikTok) pour promotion et vente		
	Canal de distribution (magasins, e-shop).				
9/ Les coûts (1,25 pt)		5/ Les revenus (1,25 pt)			
Achat de matières premières & fabrication.		Vente de produits cosmétiques (prix unitaire).			
Marketing & publicité		Packs / coffrets beauté.			
Logistique et distribution.		Possibilité de redevances sur ventes B2B via revendeurs.			
Salaires & frais opérationnels					