

Descriptifs des cours

3^{ème} Année ESC – Parcours Management
Ecole Supérieure de Commerce
Grenoble Ecole de Management

Programme 2010-2011



Accréditations



ECOLE SUPÉRIEURE DE COMMERCE DE GRENOBLE
12, rue Pierre Sémard - BP 127 - 38003 Grenoble Cedex 01 - France
Tél : +33 4 76 70 60 60 - Fax : +33 4 76 70 60 99
E-mail : info@esc-grenoble.com - www.esc-grenoble.com

Sommaire

Informations générales	4
Organisation de l'année	4
Organisation du catalogue	4
Principe de choix	4
Planning des plages	4
Fiche de choix	5
Spécialisations 3^{ème} année – Premier semestre	6
Gestion Droit Finance	6
Common Law	6
Comptabilité des sociétés et des groupes.....	6
Contrôle de Gestion et Pilotage.....	7
Contrôle Interne et Gestion du Risque	7
Diagnostic d'entreprise et défaillance	8
Droit de l'environnement.....	8
European Law	9
Evaluation financière.....	9
Finance approfondie	9
Fusions, Acquisitions et Capital Investissement	10
Gestion et valorisation des actifs immatériels.....	10
International Finance (Finance internationale en anglais).....	11
La Mesure de Performance	11
Optimisation Fiscale	12
Sport, gestion droit et finance	12
Stratégie financière	12
Management & Comportement	13
Culture, sociétés et communication.....	13
Ecriture Créative et Scénario	13
Efficacité Individuelle et Collaborative	14
Environnement Culturel	14
EU : Policies, Economics and Business.....	15
Gestion des Conflits	15
Introduction à la Paix Economique	16
Invitation aux arts de la table	16
La Mondialisation vue de Chine et Inde.....	16
Management des Compétences	17
Management des organisations à but non lucratif	17
Management du Changement Organisationnel	18
Managing Cultural Diversity	18
Microeconomics of Competitiveness	19
Microfinance et Problématique du Développement.....	19
Politique et acteurs du développement durable	20
Sport et Management	21
Stress, équilibre et performance	22
Théâtre d'entreprise : le théâtre pour accompagner le changement	22
Western Intellectual Heritage	22
Marketing	23
Design Graphique & Identité visuelle	23
Marketing Sensoriel	23
Social Marketing	24
Sport and Marketing	24
Web Marketing.....	25
Management de la Technologie et de la Stratégie	26
Certification PMI.....	26
Intégration des SI - PGI	26
Management de Start-up.....	27
Qualité de l'Information	27
Langues Vivantes & Cultures Etrangères	28
LV1 - Advanced Communication Skills.....	28

LV1 - Advertising and Public Relations	29
LV1 - American Civilization.....	29
LV1 - Art in Our Time	30
LV1 - British Civilisation	30
LV1 - Business minds : the psychology of business	31
LV1 - English Linguistics	32
LV1 - Humanitarian & development intervention.....	33
LV1 - Media studies.....	33
LV1 - The history of Rock n' Roll.....	34
LV1 - The Luxury Goods Market.....	34
LV2 - Arabe	35
LV2 - Allemand Niveau 1	35
LV2 - Chinois	35
LV2 - Communication interculturel Niveau C1/C2	36
LV2 - Consumidor hispanico y Publicidad Niveau B1	37
LV2 - Consumidor hispanico y Publicidad Niveau B2	37
LV2 - Debate Niveau B2	38
LV2 - Economie / Entreprise / Marchés / Management - Niveau 2.....	38
LV2 - Economie / Entreprise / Marchés / Management - Niveau 3.....	39
LV2 - Espagnol Langue Etrangère Niveau A2	39
LV2 - Français	40
LV2 - Italien	40
LV2 - Russe	40
Tronc Commun de synthèse – Second semestre	41
Gestion Droit Finance.....	41
Gouvernement d'entreprise	41
Management & Comportement	42
Géopolitique	42
Management et Leadership.....	42
Marketing	43
Global Marketing	43
Management de la Technologie et de la Stratégie.....	44
Business Plan Challenge	44
Décisions Avancées	44
Stratégie appliquée.....	44
Stratégie et Globalisation	45

Informations générales

Organisation de l'année

Premier semestre en « Spécialisation », choix de cours à la carte suivant des orientations métier.
Second semestre en tronc commun sous forme de synthèse, pas choix de cours.

Organisation du catalogue

Ce catalogue donne la liste des cours proposés en période de spécialisation du programme de 3^{ème} année de l'ESC : le premier semestre.

Cette liste est donnée par ordre alphabétique et par département formation recherche (DFR).

Chaque cours proposé sera planifié pour 27H de face-à-face sur des plages de cours définies, une plage étant un créneau de 1H30 à 4H30 de cours répétée chaque semaine pendant 7 à 8 semaines. Il n'est pas possible de choisir 2 cours ayant lieu sur la même plage

Le semestre est divisé en 2 périodes :

- Période 3 à partir du 05/09/2011
- Période 4 à partir du 31/10/2011

Pour guider les choix des étudiants les cours sont affectés à une orientation métier, ce qui permet de regrouper plusieurs cours dans la même orientation métier et de construire un parcours cohérent avec son projet professionnel.

Principe de choix

3 cours maximum à choisir par période et un par plage

1 cours supplémentaire « en secours » si l'affectation est annulée faute d'inscrits suffisant (8 minimum)

1 cours d'Anglais (LV1) *

1 cours de LV2 – attention non débutant*

***Soit les 2 (LV1 et LV2) sur la même période, soit 1 par période**

Planning des plages

Périodes 3 & 4 sur semestre 5 Durée des périodes 7 semaines environ

Pour les 3A 2010-2011 (étudiants arrivés en Septembre 2008)

Période 3	5 septembre 2011 - semaine n°37 Vacances semaine n°44 - 24 octobre 2011
Période 4	2 novembre 2011 - semaine n°45 Vacances semaine n°52&1

Emploi du temps type

N°	Lundi		Mardi			Mercredi		Jeudi		Vendredi	
	8h/13h	15h-20h	8h/11h15	13h15/16h30	16h45/20h00	8h/13h	15h-20h	8h/13h	Après-midi	8h/11h15	13h15/18h15
sem NB semaines : 7	Rentrée		Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 3
37 05-sept.-11	Plage 4	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 5
38 12-sept.-11	Plage 1	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 3
39 19-sept.-11	Plage 4	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 5
40 26-sept.-11	Plage 1	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 3
41 03-oct.-11	Plage 4	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 5
42 10-oct.-11	Plage 1	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 3
43 17-oct.-11	Plage 4	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 5

Emploi du temps type

N°	Lundi		Mardi			Mercredi		Jeudi		Vendredi	
	8h/13h	15h-20h	8h/11h15	13h15/16h30	16h45/20h00	8h/13h	15h-20h	8h/13h	Après-midi	8h/11h15	13h15/18h15
45 31-oct.-11	Toussaint		Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 3			
46 07-nov.-11	Plage 4	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 3
47 14-nov.-11	Plage 1	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 5
48 21-nov.-11	Plage 4	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 3
49 28-nov.-11	Plage 1	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 5
50 05-déc.-11	Plage 4	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 3
51 12-déc.-11	Plage 1	LV	Plage 3	Plage 4	Plage 2	Plage 1	Plage 5	Plage 2	Assoces	Plage LV	Plage 5

Fiche de choix

Nom	
Prénom	
Date de naissance	
Email	
Ecole référente	

Période 1	03/01/2011	
Choix 1		Plage _____
Choix 2		Plage _____
Choix 3		Plage _____
Choix complémentaire		Plage _____
Langue 1 ou 2		Plage _____
Période 2	07/03/2011	
Choix 1		Plage _____
Choix 2		Plage _____
Choix 3		Plage _____
Choix complémentaire		Plage _____
Langue 1 ou 2		Plage _____

À retourner par mail de préférence : beatrice.nerson@grenoble-em.com

Spécialisations 3^{ème} année – Premier semestre

Gestion Droit Finance

Common Law

Responsable : Ferraud-Ciandet Nathalie - GDF

Description :

Ce module a pour objet le droit anglo-saxon

Après en avoir présenté les caractéristiques, les séances portent successivement sur le droit des contrats, le droit des sociétés et l'environnement des affaires

Objectifs :

A l'issue du cours, les étudiants seront en mesure de différencier les systèmes de Common Law de ceux de droit européen et seront capables d'appréhender l'environnement juridique anglophone (principales formes de sociétés, leurs régimes, le cadre des relations juridiques transatlantiques).

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (<i>pour info</i>)
02/11/2011	Plage 5	Management International

Comptabilité des sociétés et des groupes

Responsable : - GDF

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 27heures

Période	Plage	Orientation (<i>pour info</i>)
02/11/2011	Plage 2	Audit
02/11/2011	Plage 2	Droit des Affaires
02/11/2011	Plage 2	PME

Contrôle de Gestion et Pilotage

Responsable : Poissonnier Hugues - GDF

Description :

Comment le système de contrôle de gestion peut-il accompagner au mieux la stratégie de la firme ?
Ce module fait suite aux modules de tronc commun de comptabilité de gestion (1A) et de Fondements du contrôle de gestion (2A), ainsi qu'aux modules de spécialité Comptabilité de gestion approfondie et Outils du contrôle de gestion pour les étudiants classiques ou du parcours alterné Comptabilité Gestion Finance. Les étudiants n'ayant pas suivi les cours de spécialisation devront se mettre à niveau a minima par un travail sur des synthèses de cours. Les thèmes traités sont les suivants : le contrôle de gestion et le contrôle organisationnel ; stratégie, contrôle de gestion et comportements ; les outils de pilotage (contrôle budgétaire, rolling forecast, tableaux de bord et Balanced Scorecard, etc.) ; l'aide à la décision stratégique. La pédagogie s'appuie essentiellement sur des études d'articles et des études de cas. A la fin du module, les étudiants sont capables de faire appel au bon outil du contrôle de gestion pour répondre à une problématique donnée.

Objectifs :

A la fin du module, les étudiants sont capables de faire appel au bon outil du contrôle de gestion pour répondre à une problématique donnée, et savent l'adapter à une situation spécifique. Ils sont capables d'exercer leur esprit critique vis-à-vis de tout système de contrôle de gestion en fonction du contexte de l'entité concernée (stratégie, taille, culture, environnement externe) et de proposer des évolutions pertinentes en fonction des besoins identifiés.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 2	Contrôle de Gestion

Contrôle Interne et Gestion du Risque

Responsable : Gumb Bernard - GDF

Description :

Trois thèmes bien distincts et néanmoins complémentaires:

- Théorie et concepts du contrôle interne
- Outils de gestion des risques
- L'assurance en tant qu'outil de gestion des risques

Objectifs :

Les obligations en termes de contrôle interne et de gestion de risque tendent à se renforcer, à tel point que ces fonctions concernent tous les acteurs de l'organisation. L'objectif de ce cours est une sensibilisation aux notions de contrôle interne et de gestion des risques pris dans leur sens large. Découverte des méthodes et outils utilisés dans ces métiers : cartographie des risques, référentiels, techniques d'audit, assurances...

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 5	Droit des Affaires

Diagnostic d'entreprise et défaillance

Responsable : Moulin Françoise - GDF

Description :

Ce cours permet d'approfondir la démarche de diagnostic d'une entreprise. Il propose des méthodes alternatives et complémentaires au diagnostic orienté actionnaires, tel qu'il est enseigné en tronc commun. Il traite également la question de l'insolvabilité et plus largement de la défaillance. Il procure l'occasion de découvrir les sûretés à mettre en place, les solutions pour éviter les impayés et propose un panorama des solutions mises en place par les pouvoirs publics en matière de prévention (procédure d'alerte, règlement amiable...). Il définit et étudie les conséquences d'une liquidation judiciaire.

Objectifs :

Le cours se déroule en deux parties, un aspect financier, enseigné par un intervenant financier; et un aspect juridique enseigné par juriste.

L'objectif du module de diagnostic financier est de rendre les étudiants capables de transformer, par une analyse critique, l'information comptable en informations fonctionnelles et en données financières opérationnelles, puis de construire et d'interpréter des outils d'évaluations dans le but de prévoir une éventuelle défaillance.

D'un point de vue juridique, les étudiants acquièrent une connaissance des moyens juridiques à la disposition de l'entreprise, lui permettant de prévenir par des interventions internes et externes les difficultés financières, de prendre les mesures nécessaires pour redresser une situation dégradée, et d'appliquer la législation adaptée en matière de dépôt de bilan lorsque la situation d'état de cessation des paiements est constatée.

Au terme de ce cours les étudiants sauront appréhender les risques de défaillance. L'anticipation sera rendue possible par la maîtrise d'outils de diagnostic de solvabilité et de diagnostic fonctionnel. Le management d'une procédure de cessation de paiement sera possible par la connaissance du déroulement des procédures afin d'anticiper la liquidation.

Volume horaire : 24 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 4	Droit des Affaires
02/11/2011	Plage 4	Finance d'Entreprise
02/11/2011	Plage 4	PME

Droit de l'environnement

Responsable : - GDF

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 1	Droit des Affaires
05/09/2011	Plage 1	Management Sociétal et Durabilité

European Law

Responsable : - GDF

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 27 heures

Période **Plage**

05/09/2011

Plage 4

05/09/2011

Plage 4

Orientation (pour info)

Droit des Affaires

Management International

Evaluation financière

Responsable : Thevenin Dominique - GDF

Description :

Après un rappel sur les règles d'évaluation des actifs, le cours porte sur les techniques et méthodes d'évaluation des entreprises. Nous les présentons dans des situations où l'évaluation est particulièrement utilisée: prise de participation en non coté, introduction en Bourse, regroupements d'entreprise. L'accent est mis sur les entreprises technologiques.

Objectifs :

Compréhension et assimilation des principales techniques utilisées en matière de diagnostic et d'évaluation d'entreprise. A l'issue du module l'étudiant doit être capable d'estimer une fourchette de valeurs à une entreprise.

Volume horaire : 27 heures

Période **Plage**

05/09/2011

Plage 1

05/09/2011

Plage 1

Orientation (pour info)

Banque et Finance de Marché

Finance d'Entreprise

Finance approfondie

Responsable : Bonnet Christophe - GDF

Description :

Ce cours traite des décisions financières des entreprises dans une perspective de création de valeur pour les actionnaires. La première partie est consacrée à l'évaluation du couple rentabilité/risque des projets d'investissement. La deuxième partie s'intéresse aux différents moyens de financement (fonds propres, dettes financières, crédit-bail), à l'évaluation de leur coût, et aux modalités de levée de fonds par les entreprises (augmentations de capital, émissions obligataires). Enfin le cours traite de deux aspects essentiels de stratégie financière: la politique de dividende et le choix d'une structure de financement globale de l'entreprise et son impact sur le coût moyen pondéré du capital et la valeur de la firme.

Ce module fait partie des six modules de 2ème année qu'il est obligatoire d'avoir validé en fin de 2ème année pour pouvoir accéder en 3ème année (après sélection) au Parcours "Préparation aux métiers et aux examens de l'expertise comptable et de l'audit".

Objectifs :

L'objectif de ce cours est d'approfondir la compréhension des mécanismes financiers de l'entreprise. Suite à ce cours vous serez capable d'évaluer le couple rentabilité/risque des projets d'investissement, de calculer le coût des fonds propres et des différentes sources de financement par dette ainsi que le coût moyen pondéré du capital des entreprises. Vous saurez également évaluer l'impact d'une modification de la structure financière de l'entreprise sur son coût du capital et sa valeur.

Volume horaire : 27 heures

Période **Plage**

05/09/2011

Plage 4

05/09/2011

Plage 4

Orientation (pour info)

Banque et Finance de Marché

Finance d'Entreprise

Fusions, Acquisitions et Capital Investissement

Responsable : Bonnet Christophe - GDF

Description :

Les fusions et acquisitions, les acquisitions à effet de levier (LBO), le recours au capital-développement ou au capital-risque sont des opérations financières importantes dans la vie des entreprises qui nécessitent des compétences et des savoir-faires spécifiques.

Le cours présente la logique financière de ces opérations et les principales techniques utilisées. Il inclut de la modélisation financière sur tableur (projections financières, structuration d'opérations).

Il permet également aux participants de se familiariser avec les métiers de la banque de financement et d'investissement et du capital-investissement (private equity).

Objectifs :

A l'issue du cours les participants:

- Seront sensibilisés à l'importance économique des fusions, acquisitions, OPA, OPE, LBO, et financements par capital-risque
- Connaîtront les différents types d'opérations et leurs processus
- Connaîtront les principes de calcul des ratios d'échange en cas de fusion
- Seront avertis de l'importance de la gestion de la phase post fusion (intégration, synergies), ainsi que des principales causes d'échec des fusions et acquisitions
- Connaîtront les spécificités du capital investissement (private equity): cycle, acteurs, impact sur la performance et la gouvernance
- Seront capables de concevoir la structure financière d'une opération de LBO en réalisant des projections financières, en utilisant les techniques d'évaluation appropriées et les différents types de financements utilisés dans ces opérations(capital, prêts subordonnés, mezzanine, dettes senior,...).

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 2	Banque et Finance de Marché
02/11/2011	Plage 2	Finance d'Entreprise

Gestion et valorisation des actifs immatériels

Responsable : Gumb Bernard - GDF

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 3	Management de l'Innovation

International Finance (Finance internationale en anglais)

Responsable : Thevenin Dominique - GDF

Description :

Après avoir présenté le contexte financier international et les principaux marchés financiers, le cours expose:

- comment gérer le risque de change subi par les entreprises exposées à l'international,
- les précautions à prendre en commerce international,
- les règles de décisions d'investissement à l'étranger,
- les financements disponibles sur les marchés internationaux de capitaux

Objectifs :

Être capable d'intégrer l'impact de l'environnement international dans les décisions financières d'entreprise, notamment le risque de change, les investissements et les financements internationaux.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 5	Finance d'Entreprise
05/09/2011	Plage 5	Management International

La Mesure de Performance

Responsable : Gumb Bernard - GDF

Description :

Aujourd'hui, toutes les fonctions d'une organisation sont amenées à mesurer leur propre performance : la qualité, le marketing, la supply chain, la production, la trésorerie etc. N'a t-on pas tendance aujourd'hui à mesurer (ou évaluer, ou noter) tout et n'importe quoi ?

Cette dispersion des mesures complique l'analyse, notamment lorsque les conditions de mesure des performances sont mal maîtrisées ou par trop hétérogènes.

Ce module pose la question de l'utilité des mesures de performance, de leur pertinence dans une organisation et un contexte précis. Tous les types de critères et d'indicateurs seront analysés.

Objectifs :

A l'issue de ce cours, les étudiants seront à même de mener une réflexion cohérente préalable à la mise en place d'un processus de mesure de performance. Ils sauront proposer au sein de chaque organisation (ou/et fonction) une bonne articulation entre performance globale et performance partielle.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 3	Contrôle de Gestion

Optimisation Fiscale

Responsable : Dinh Yanick - GDF

Description :

Cet électif se propose d'initier les étudiants à la démarche générale d'optimisation fiscale (arbitrage entre minimisation de l'impôt et risque de contentieux notamment, choix des structures juridiques les moins coûteuses sur le plan fiscal) et à sa mise en application dans les grandes étapes de la vie d'une entreprise et du développement du patrimoine personnel : création d'une entreprise, développement, restructuration, transmission, épargne, succession...

Objectifs :

Suite à ce cours, les étudiants sauront :

- trouver et interpréter les textes juridiques nécessaires à la résolution d'un problème fiscal
- élaborer une démarche globale d'optimisation fiscale
- comprendre et accompagner une entreprise ou un particulier face à un contrôle fiscal
- repérer systématiquement les situations où il est possible d'utiliser la variable fiscale comme facteur de réduction des coûts
- résoudre des problèmes simples d'optimisation fiscale

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 3	Comptabilité
05/09/2011	Plage 3	Droit des Affaires

Sport, gestion droit et finance

Responsable : - GDF

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 4	Compétences transverses

Stratégie financière

Responsable : Albouy Michel - GDF

Description :

Ce cours de stratégie financière a pour vocation d'intégrer les acquis théoriques de la finance dans des situations pratiques rencontrées par les entreprises. L'accent, dans toute la mesure du possible, sera mis sur l'étude des comportements des entreprises de haute technologie.

Objectifs :

Le principal objectif du cours est d'apprendre aux étudiants à utiliser leurs acquis théoriques en finance pour analyser et prendre des décisions financières stratégiques : investissements importants, distribution de dividendes, augmentation de capital et/ou d'obligations convertibles.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 1	Finance d'Entreprise

Management & Comportement

Culture, sociétés et communication

Responsable : Duymedjian Raffi - M&C

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 1	Management Sociétal et Durabilité

Ecriture Créative et Scénario

Responsable : Copeta Alba - M&C

Description :

Cet électif permet aux étudiants de développer leur imaginaire, leur créativité en utilisant la plus intellectuelle des pratiques artistiques : l'écriture. "Tous capables" telle est la devise de cet électif, car tout le monde est capable d'écrire, sans douleur et avec plaisir. Aussi, à travers des propositions diverses : jeux d'écriture, écriture spontanée ou à contrainte, écriture individuelle ou collective, chacun imagine un texte et lit ensuite sa production. Après quelques séances d'écriture créative et surtout ludique, les étudiants se lanceront dans la création d'un scénario individuel ou collectif, qui prendra différentes formes : nouvelle, conte, brève,...

Les textes aboutis pourront faire l'objet d'une publication sous forme d'un recueil (forme à définir).

Objectifs :

Ce module d'écriture créative permet de:

- Développer et enrichir son rapport à l'écrit
- Développer son imaginaire et stimuler sa créativité à travers l'usage des mots
- Développer ses capacités rédactionnelles
- Produire un texte abouti : nouvelle ou conte.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 2	Compétences transverses

Efficacité Individuelle et Collaborative

Responsable : Copeta Alba - M&C

Description :

Ce module propose aux étudiants d'aborder 3 composantes du développement personnel et collectif qui sont : la connaissance de soi, sa relation à l'autre et Soi en qualité de Manager d'équipe en position hiérarchique ou de projet.

Il propose une alternance d'apports théoriques et des mises en situation permettant l'appropriation des concepts. Les stagiaires aborderont le modèle de la Process Communication à travers leur propre structure de personnalité (questionnaire réalisé en ligne et restitué collectivement).

Objectifs :

- Développer une meilleure connaissance de soi à travers l'utilisation d'un modèle de personnalité éprouvé : La Process Communication.
- S'approprier les techniques de communication afin d'optimiser sa relation à l'autre
- S'imprégner de sa future identité de manager d'équipe ou de projet

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 3	Compétences transverses
05/09/2011	Plage 3	PME

Environnement Culturel

Responsable : Lesavre Laurent - M&C

Description :

Introduction aux particularités de l'environnement culturel

Objectifs :

Connaître l'environnement du secteur culturel et appréhender les différents aspects du management des structures et ou des événements culturels

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 2	Management Sociétal et Durabilité

EU : Policies, Economics and Business

Responsable : O Sullivan Patrick - M&C

Description :

The course will cover a range of topics regarding aspects the European Union which are directly of relevance to business management and to the environment in which business in Europe is conducted. After a very rapid review of the EU institutional framework the topics to be covered will include: The Single European Market and its evolution to date; EMU - single currency for the single market; EU Competition Policy both in its internal market impact and its role in relation to world trade; trade conflicts - the EU and WTO; tax issues and tax harmonisation in the Single Market; ultraliberalism v. the European social model. Other immediately topical subjects may also be dealt with as appropriate and if time permits.

Objectifs :

By the end of the course a student should:

- Have a clear understanding of the functioning and of the economic rationale which underpins the functioning of the European Single Market
- Have an understanding both theoretical and practical of how EU competition policy impacts on business activity within and outside the EU
- Have an understanding of the theoretical underpinning and of the practical business implications of the adoption of the single currency, the Euro
- Have an understanding of the complexities surrounding taxation and tax harmonisation in the EU
- have an awareness of the political dimensions and related controversies surrounding all of the above areas of EU activity
- Be able to formulate well-informed opinions on a range of these more controversial issues and to make articulate presentations on these.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 1	Management Sociétal et Durabilité

Gestion des Conflits

Responsable : Muir-Poulle Agnès - M&C

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 1	Compétences transverses
02/11/2011	Plage 1	Organisation & Conseil
02/11/2011	Plage 1	PME

Introduction à la Paix Economique

Responsable : Duymedjian Raffi - M&C

Description :

Ce cours vise à poser les bases d'un état de production de valeur s'appuyant sur des principes différents de ceux de la guerre économique, état que nous désignerons par celui de Paix Economique. Il nous importera ici d'en définir les contours, les valeurs qui le fondent et les conditions de sa mise en oeuvre.

Objectifs :

Les étudiants sauront sur quels mécanismes se construit l'actuel état de guerre économique, et "connaîtront" les conditions qui rendent imaginable et praticable un état de Paix Economique, i.e. le développement d'un état de paix intérieure, la mise en place d'une logique du don et du partage, les tactiques et les stratégies de coopération.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 3	Management Sociétal et Durabilité

Invitation aux arts de la table

Responsable : Coste Dorina - M&C

Description :

Ce cours cherche à initier ses participants aux savoirs de base qui pourraient se résumer en "comment bien se comporter à table". A travers huit thèmes il intégrera des connaissances historiques, culturelles et économiques, l'ensemble étant associé à la mise en pratique de dégustations.

Objectifs :

- Connaissance de l'histoire de la cuisine et de la culture gastronomique
- Maîtrise des techniques d'analyse sensorielles
- Connaissance et maîtrise de la dégustation des Vins et fromages.
- Mise en pratique des accords mets et vins
- Savoir organiser une réception
- Observer et analyser le déroulement d'un service

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 5	Compétences transverses

La Mondialisation vue de Chine et Inde

Responsable : Huissoud Jean-Marc - M&C

Description :

Ce cours a pour vocation à faire mieux comprendre l'univers culturel, institutionnel et managérial des entreprises chinoises et indiennes, et d'en montrer les particularités dans la mondialisation. Il s'agit à la fois d'interculturalité, de sciences sociales et de management.

Objectifs :

Connaître les concurrents et partenaires originaires de ces deux pays, mais aussi le contexte de leurs marchés respectifs.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 5	Management International

Management des Compétences

Responsable : Sanseau Pierre-Yves - M&C

Description :

La Gestion des Compétences constitue un axe transversal de fonctionnement et de développement des entreprises depuis maintenant 20 ans. Ayant atteint une certaine maturité il nous permet aujourd'hui de mieux comprendre comment les entreprises et leurs acteurs sont passés d'une logique de qualification dans le travail à celle de compétence. En introduisant cette nouvelle approche basée sur l'action, la connaissance, la prise d'initiative dans le travail, l'individu et ses particularités, les entreprises seraient davantage en mesure de faire face aux défis sans cesse renouvelés qui s'offrent à elles. Nous introduirons également les limites de la gestion des compétences autour de ses difficultés de mise en oeuvre concrète et comme nouvel instrument de régulation dans l'entreprise.

Objectifs :

Objectifs d'apprentissage

- Développer une connaissance théorique et opérationnelle autour de l'approche « Gestion des compétences »
- Comprendre et analyser les pratiques de mise en oeuvre à partir de cas d'entreprise
- Mesurer le potentiel et les limites de l'approche et des instruments qui en découlent dans un contexte d'économie de la connaissance

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 2	GRH

Management des organisations à but non lucratif

Responsable : Molina Yves-Claude - M&C

Description :

Méthode pédagogique : une large place est faite à des témoignages de professionnels en activité.

Les apports théoriques en finances, stratégie, marketing, droit et ressources humaines rentreront dans le cadre de méthodes pédagogiques pratiques et concrètes : études de cas, rencontres et collectes d'informations auprès des professionnels des métiers de l'économie sociale et solidaire.

Objectifs :

- Les étudiants doivent être capables à l'issue du module de valider ou d'infirmier leurs projets professionnels dans les métiers du management des organisations à but non lucratif
- Les étudiants doivent être capables également à l'issue du module d'identifier leurs atouts, compétences personnelles ou celles acquises à GEM pour pouvoir être engagés et évoluer dans les métiers du social solidaire et culturel
- Comprendre et connaître les spécificités des organisations du secteur non marchand en terme de performance stratégique, organisationnelle, marketing, ressources humaines, finances et juridique.

Ce module est mis en oeuvre sur la base d'un partenariat avec un organisme de formation AROBASE GRENOBLE spécialisé dans la formation du management des organisations du secteur de l'économie sociale et solidaire.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 1	Management Sociétal et Durabilité

Management du Changement Organisationnel

Responsable : Matmati Mohammed - M&C

Description :

Le changement est une problématique présente dans toutes les entreprises. Qu'il s'agisse de l'introduction de nouvelles procédures, de structures, d'applications technologiques ou de changement de comportements et de culture, l'entreprise est interpellée pour réussir les changements qui s'imposent. De nombreux projets de changement échouent à cause de la prise en compte des perceptions et des comportements des acteurs concernés. Le changement fait appel à des stratégies et des méthodes pour assurer son appropriation par les utilisateurs et atteindre les objectifs.

Objectifs :

- Analyser la nature des changements organisationnels et identifier les actions appropriées pour les transformer en projets;
- Connaître les stratégies de changement;
- Apprendre à construire un projet de changement organisationnel;
- Savoir identifier les sources de résistances au changement et faire des propositions pour transformer les comportements induits;
- Connaître les méthodes de conduite du changement, notamment le coaching et le team-building
- Prendre conscience de l'importance de l'apprentissage organisationnel et du développement des compétences dans la gestion du changement;

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 1	Organisation & Conseil

Managing Cultural Diversity

Responsable : Herrig Harald - M&C

Description :

In today's developing global village, characterised by massive migration and multiple intercultural encounters, people at work at large and managers, especially, need to develop soft skill competencies to cope with related emerging human realities. Various domains, from management in international corporations, negotiation with foreign business partners, marketing and communication policies in different world markets are all concerned.

The course combines varied materials, - readings, models, concepts, typologies - and pedagogical approaches - role plays, discussions, witness reports, experience confrontation - to raise self-awareness, intercultural sensitivity and professionalise central issues as, for example, perception and attribution.

Objectifs :

Develop awareness and knowledge with respect to the relativity of specific cultural orientations, as well as a sense and a capacity of empathy.
Dispose of a variety of grids that allow to read culture issues in an objectivated manner and help generate hypotheses of positive interaction.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 3	Management International

Microeconomics of Competitiveness

Responsable : Esposito Mark - M&C

Description :

This course explores the determinants of national and regional competitiveness from a bottom-up, microeconomic perspective. The course probes the ultimate determinants of a nation's or region's productivity, rooted in the strategies and operating practices of locally-based firms, the vitality of clusters, and the quality of the business environment in which competition takes place.

Objectifs :

- To understand the fundamentals and variables that determine the competitiveness
- To discriminate relevant levels of competitiveness and the interrelationship between them
- To identify the characteristics of the business environment in order to enhance productivity, efficiency and social achievements
- To decide on the location of greatest potential in the process of internationalization

Volume horaire : 24 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 4	Management International

Microfinance et Problématique du Développement

Responsable : Ansart Sandrine - M&C

Description :

Introduction : Qu'en est-il de la microfinance aujourd'hui ? État des lieux, rappel historique, actualité...

1ère Partie : La microfinance, la pauvreté et le développement

2ème Partie : Les mécanismes de la microfinance : De la multiplicité des acteurs à des enjeux contradictoires

3ème Partie: De nouveaux défis pour microfinance : Vers l'intégration à la finance classique ? Quels impacts réels sur le développement ?

Objectifs :

L'ONU avait proclamé 2005 année de la microfinance. Ce mode de financement des plus pauvres s'inscrit également dans les objectifs du millénaire. En 2006, Muhammad Yunus et la Grameen Bank ont reçu et accepté le prix Nobel de la Paix. Aujourd'hui, on peut dire que la microfinance a atteint un certain stade de maturité : voilà quelques 30 ans qu'elle se développe, quelques 10000 institutions de Microfinance (IMF) existent, 90 millions de personnes bénéficieraient de ces financements. Mais du même coup la microfinance doit faire face à un processus de consolidation qui se couple à la question son intégration à la « sphère financière classique ». Des problématiques clefs comme de nouveaux enjeux émergent :

- Concurrence et qualification des acteurs de la microfinance (question de responsabilité sociale, de l'éthique,...)
- Maintient des flux de capitaux vers ces instituts
- Relations avec les différentes organisations nationales et internationales
- Réel impact des actions de microcrédit sur le processus de développement

L'objectif de ce module sera très clairement de comprendre :

- les enjeux de ce secteur économique
- qui se caractérise par sa relation avec une problématique clef de nos sociétés en général et plus particulièrement des sociétés les plus pauvres qu'est la question de leur développement.

Ainsi, en droite ligne avec les besoins exprimés par les IMF, il s'agira d'amener une compréhension des caractéristiques de ce secteur et de son lien fort avec le contexte marco-économique qui pourra venir en complément de techniques et compétences financières vues par ailleurs.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 4	Management Sociétal et Durabilité

Politique et acteurs du développement durable

Responsable : Ansart Sandrine - M&C

Description :

Introduction : Qu'en est-il du développement durable aujourd'hui ? État des lieux, rappel historique, actualité...

1ère partie : Le développement durable : De nouveaux principes pour l'économie (le développement économique, la rareté des ressources)

2ème partie : Domaines et Enjeux du développement durable (l'eau, l'énergie, agriculture)

3ème partie : Le développement durable et les acteurs internationaux : Vers quelle gouvernance ? (les ONG, la régulation)

Objectifs :

Depuis le déclenchement de la crise économique et financière, les initiatives en matière de développement durable se multiplient et le mouvement semble s'accélérer. Après de longues hésitations, les constructeurs automobiles proposent enfin de réelles alternatives aux véhicules à moteur thermique. Les États-Unis, archétypes d'une société énergivore, ont annoncé une relance verte de leur économie. Des réflexions sérieuses sur la mesure de la richesse dans le monde, menées par des prix Nobel d'Économie, recommandent la prise en compte des questions de bien-être et de qualité de vie.

Ainsi, l'environnement des entreprises évoluent rapidement, les caractéristiques et exigences du Développement Durable s'affirment de plus en plus.

Aussi, dans la mesure où ces problématiques de Développement Durable affectent l'ensemble des économies et appellent des mesures à l'échelle des États voire au niveau supranational, elles requièrent d'en comprendre leurs enjeux à une échelle macro-économique.

L'objectif de ce module sera : d'explicitier l'évolution du contexte macroéconomique en matière de développement durable, afin de saisir l'étendu des enjeux pour les entreprises.

Il s'agit d'amener à une compréhension globale des enjeux relatifs au développement durable, compréhension qui pourra s'inscrire en complément de techniques et de compétences vues par ailleurs.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 4	Management Sociétal et Durabilité

Sport et Management

Responsable : O Sullivan Patrick - M&C

Description :

Les qualités d'un bon manager résident d'abord dans un ensemble de comportements et d'attitudes qui ne peuvent s'acquérir qu'en confrontant sa personnalité aux autres, pour grandir et faire grandir.

Le sport est à ce titre un support formidable d'apprentissage du fait de l'implication « corporelle » qu'il implique et des valeurs qu'il véhicule. Ce cours vise à introduire l'étudiant aux apports divers que le sport peut contribuer au savoir faire et surtout au savoir être d'un bon manager. Les grands thèmes abordés seront:

LE TERRAIN

- Mise en situation sur un terrain de rugby.
- Debriefing avec le staff : exemple de transfert de compétences du terrain vers l'entreprise

SPORT et MANAGEMENT

- L'importance de temps et de rythme de vie pour un sportif et ses parallèles au monde du travail en général et du management en particulier
- La gestion d'une équipe sportive et ses parallèles avec la gestion d'équipes dans les organisations. Le rôle du capitaine d'équipe dans des sports divers et ses rapports avec des styles de management et de leadership.

PERFORMANCE COLLECTIVE

- Efficacité individuelle et collective/ Lien entre motivation dans le sport et dans l'entreprise ; savoir repérer les différents types de personnalités dans une équipe ; se connaître et connaître les autres pour travailler en équipe
- L'équipe, sa cohésion et son manager/capitaine : fragilité, équilibre et gestion des conflits. Les styles de management

PERFORMANCE INDIVIDUELLE

- Apprendre à se connaître; discipline personnel; gestion du stress; solidarité d'équipe
- Transfert de compétences du monde du sport à celui de l'entreprise
- Rôle du capitaine

ARBITRAGE et ETHIQUE

- Le rôle de l'arbitre en facilitant le jeu; le "fair play" et la notion d'équité. Les parallèles avec le rôle d'éthique et de l'état dans les affaires. Kant, Rawls et les principes d'équité à l'enceinte d'une entreprise.

SYNTHESE FINALE

Objectifs :

A la fin de ce module l'étudiant

- aura compris les apports et les parallèles entre la pratique de sport (surtout de moyen à haut niveau) et le management
- saura mettre en oeuvre une discipline personnel pour un rythme de travail et de vie équilibré
- comprendra comment au mieux contribuer à un travail collectif d'équipe
- se sera sensibilisé aux questions d'équité et de leur importance pour un bon fonctionnement non seulement de n'importe quelle compétition sportive mais aussi dans le monde des affaires

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 2	Management Sociétal et Durabilité
02/11/2011	Plage 2	Organisation & Conseil

Stress, équilibre et performance

Responsable : Steiler Dominique - M&C

Description :

Le but de cette intervention est de permettre aux étudiants de vivre de l'intérieur, d'expérimenter et d'acquérir de manière réflexe les habiletés nécessaires à leur autonomie de gestion des situations de tension et de performance dans un cadre de satisfaction et d'efficacité personnelle et professionnelle.

Objectifs :

Suite à ce cours les étudiants seront en mesure :

- de déterminer ses causes et symptômes de stress personnelles et professionnelles,
- de savoir analyser une situation de stress
- de savoir distinguer les différentes méthodes de gestion ainsi que leur adéquation à la situation rencontrée,
- de mettre en oeuvre les méthodes de bases de la gestion du stress.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 3	Compétences transverses
02/11/2011	Plage 3	GRH

Théâtre d'entreprise : le théâtre pour accompagner le changement

Responsable : Lesavre Laurent - M&C

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 27heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 4	Organisation & Conseil

Western Intellectual Heritage

Responsable : Huissoud Jean-Marc - M&C

Description :

Le cours commencera d'une considération des philosophies de l'histoire humaine proposées par Hegel et Marx. Puis il va traiter certains grands thèmes de l'histoire de la pensée et de la culture occidentale : la naissance de l'occident, le Christianisme, les Lumières et l'universalisme. Après cette étape introductrice le cours regardera en séquence chronologique la pensée de l'antiquité grecque ; la philosophie chrétienne ; les apports orientaux et l'ouverture ; la philosophie du progrès à travers l'application des connaissances et des sciences ; Rationalisme (Descartes, Leibniz etc) l'Empiricisme (Locke, Hume)la représentation du monde (Kant) ; Hegel, Marx et la dialectique ; Positivismisme et la philosophie linguistique ; Post-modernisme ; Phénoménologie et Existentialisme;

Objectifs :

Le but de ce cours est de sensibiliser les étudiants européens aux présuppositions qui se trouvent à la racine de leur vision caractéristique du monde; et pour les non-européens de leur introduire aux fondements de la mode de pensée et de visionner le monde des européens..A la fin du cours l'étudiant aura maîtrisé les thèmes principaux de la philosophie européenne de l'époque des Grecs jusqu'aujourd'hui et il aura compris le lien entre ces courants principaux et le contexte socio-économique où ils se sont produits. Il va acquérir un sens de de l'importance (au moins pour la culture occidentale) de l'esprit critique et d'une prédisposition à mettre toute opinion reçue toujours en cause dans la recherche de la vérité ; et il comprendra la traduction de cet esprit critique en uune idée de progrès continu et de développement social ert économique.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 5	Management Sociétal et Durabilité

Marketing

Design Graphique & Identité visuelle

Responsable : Coste Dorina - MKT

Description :

A partir d'une base théorique du domaine de la recherche fondamentale artistique et les arts appliqués ce cours a comme intention de donner des outils pour comprendre quels sont les problèmes liés à l'identité visuelle de l'entreprise : création d'un logo, packaging, plaquette.

Ce cours permet d'utiliser les outils du domaine de l'art appliqué pour développer des compétences dans le champ managérial, plus précisément dans le domaine de la communication visuelle.

Objectifs :

Partant d'une base culturelle artistique le module a pour objectif de développer les capacités à communiquer avec des designers et agences de communication, à faire l'interface entre les entreprises et des acteurs du domaine artistique. Pour acquérir un langage commun, il faut passer par un processus commun aux processus de créativité spécifique aux écoles d'art appliqués. Autrement dit ce cours a comme ambition de s'approprier des techniques du champ des arts appliqués et les transposer dans le champ de l'entreprise pour créer des supports de communications institutionnelles.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 1	Communication
05/09/2011	Plage 1	Ingénierie Marketing
02/11/2011	Plage 4	Communication
02/11/2011	Plage 4	Ingénierie Marketing

Marketing Sensoriel

Responsable : De Gaudemar Christine - MKT

Description :

Ce cours permet aux étudiants de découvrir un aspect nouveau du Marketing, le Marketing sensoriel, d'en connaître les fondements, les concepts, et d'en avoir une approche très opérationnelle avec l'intervention de professionnels du secteur.

Objectifs :

- Appréhender les principaux concepts et théories du comportement du consommateur.
- Connaître les processus de réponse des consommateurs à des stimuli sensoriels.
- Savoir analyser l'impact marketing des opérations comportant des éléments sensoriels.
- Savoir évaluer l'avantage concurrentiel des opérations sensorielles.
- Savoir évaluer l'identité sensorielle d'une marque ou d'un produit.
- Savoir mettre en oeuvre un marketing opérationnel prenant en compte la dimension sensorielle.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 1	Communication
02/11/2011	Plage 1	Ingénierie Marketing
02/11/2011	Plage 1	Management des Services

Social Marketing

Responsable : Werle Carolina - MKT

Description :

Le cours "Marketing sociétal" a comme objectif l'application des principes du marketing à la promotion d'idées sociales. Ces idées sociales sont, par exemple, comment stimuler les consommateurs à économiser de l'argent pour leur retraite, comment amener les individus à prendre soin de leur santé (manger équilibrée, avoir une activité physique, arrêter de fumer, entre autres), comment convaincre les individus à investir leur temps et/ou leur argent dans des causes sociales (donation, participation à des missions humanitaires, etc). Les défis du marketing sociétal sont différents de ceux du marketing traditionnel. Il ne s'agit pas ici de vendre un produit ou un service, il s'agit de convaincre les gens à CHANGER leur comportement.

Ce cours présentera la préparation, le design, la mise en place et l'évaluation d'une campagne de marketing sociétal. Le cours abordera également la responsabilité sociale de l'entreprise, comment développer ce concept et comment le communiquer aux différents publics concernés.

Objectifs :

- Apprendre à mettre en oeuvre des stratégies de marketing sociétal au sein d'une entreprise;
- Apprendre à développer une stratégie de marketing sociétal spécifique aux associations et/ou aux organisations sans but lucratif, en tenant compte des différences en termes de mission, structure et ressources;
- Apprendre à appliquer les processus de marketing sociétal afin de développer des campagnes ayant comme objectif promouvoir le changement social.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 2	Communication
02/11/2011	Plage 2	Management des Services

Sport and Marketing

Responsable : Polski Michel - MKT

Description :

Cours d'initiation au marketing du sport sous ses différents angles:

- les articles de sport
- le spectacle sportif
- la pratique sportive

et sous ses dimensions :

- sport-loisir amateur
- compétition professionnelle.

Les aspects les plus en vogue du marketing seront abordés: gérer sa marque, conquérir et fidéliser ses clients, lancer des innovations et bien communiquer, ainsi que gérer ses sponsors et partenaires par l'événement (cas des clubs).

Objectifs :

Les étudiants auront les bases pour aborder sans inquiétude la fonction d'assistant-marketing dans des clubs sportifs professionnels ou chez les grands fabricants d'équipements sportifs.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 5	Communication
05/09/2011	Plage 5	Ingénierie Marketing
05/09/2011	Plage 5	Management des Services

Web Marketing

Responsable : Chatelain Yannick - MKT

Description :

Ce syllabus est indicatif des thématiques qui seront abordées, il peut être amené à évoluer en fonction des recherches et évolutions dans le domaine. Ex twitter, FB, qui depuis quelques temps servent de plus en plus de "pumping traffic" Il est également tributaire du déroulement du nombre d'heures alloué au cours : 36 heures, ou, si groupe restreint : 9 heure en face a face, 9 heures en ligne !

1. Introduction générale :

- La naissance d'Internet
- Internet, comment ça marche
- Les acteurs du réseau
- 1 heure et mon premier site
- Introduction au cas fil rouge

2. Marketing des services et e-Commerce :

- du marketing des services à l'e-Commerce
- cas pratique ooshop
- Marketing online opérationnel VRAR (faire Venir, Rester, Acheter, Revenir)
- cas pratique iTune Music Store

3. Web Design (1/2)

- Les langages de descriptions de contenu et de style
- Les éditeurs WYSIWYG
- Les langages "dynamiques"
- Travaux pratiques

4. Référencement et liens sponsorisés

- La position dominante d'un certain Google
- Google, comment ça marche
- Optimisation des pages Web en vue du référencement
- Critères "Off the Page", notion de PageRank
- Trucs et astuces pour tromper les moteurs de recherche
- Cas pratiques, google bombing

5. Analyse de trafic

- Intérêt du trackingn les outils
- Informations trackable en vue d'une optimisation du VRAR
- Analyse des fichiers logs des serveurs Web
- Les outils en FAH (sniffer)
- Travaux pratiques

6. Web design (2/2)

- Rappels et approfondissement
- Les outils de stickiness (real chat)
- L'email marketing
- Travaux pratiques

7. Audit de site (entraînement)

8. Audit de site (évaluation)

Objectifs : Etre en mesure d'integrer le marketing on line dans une problematique marketing globale

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 5	Communication
02/11/2011	Plage 5	Ingénierie Marketing
02/11/2011	Plage 5	Management des Services

Management de la Technologie et de la Stratégie

Certification PMI

Responsable : Volsy Robert - MTS

Description :

Préparation à l'examen CAPM (Certified Associate in Project Management) du PMI (Project Management Institute) en appui sur l'ouvrage de référence qu'est le PMBOK (description des processus et des connaissances en management de projet).

L'examen est en anglais, le cours oral est en français mais avec des supports écrits en anglais.

Objectifs :

- Etre prêt à passer la certification et en réussir l'examen.
- Comprendre et être capable de restituer et d'expliquer les processus de management de projet.

Le PMI est bien connu des entreprises à caractère international qui emploient des chefs de projet.

La certification CAPM est un élément nouveau néanmoins reconnu (plus indéniable) par plusieurs entreprises et regroupements dont le CIGREF, entreprises qui recrutent les détenteurs en priorité en dépit de leur manque d'expérience dans le management de projet.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 3	Compétences transverses
02/11/2011	Plage 3	Opérations, Achats et Logistique
02/11/2011	Plage 3	Système d'Information

Intégration des SI - PGI

Responsable : Vitari Claudio - MTS

Description :

Il ne s'agit pas d'un cours pour ingénieurs mais bien d'un cours orienté vers les utilisateurs/décideurs/responsables métiers qui doivent faire face à des problématiques de manque d'information et donc d'amélioration du Système d'Information métier.

Ce cours montrera les conditions qui amènent à l'adoption d'un PGI et le déroulement d'un projet d'adoption d'un PGI. On s'arrêtera particulièrement sur les recettes utilisateurs et le paramétrage pour lesquelles des activités pratiques de mise en situation à travers l'accès à un PGI.

Le cours se conclura avec une évaluation des bénéfices de l'adoption d'un PGI.

Objectifs :

- Apprendre à évaluer les besoins en SI d'une organisation et les différents choix d'adoption d'un SI.
- Apprendre à tester un nouveau SI, à identifier les erreurs, à corriger les erreurs de paramétrage.
- Apprendre à évaluer les écarts entre planifié et accompli.

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	Plage 4	Système d'Information

Management de Start-up

Responsable : Barrant Jerome - MTS

Description :

Ce module de cours vise à expliquer aux étudiants les différentes phases et les principaux enjeux de la création d'entreprise. Il vise à les faire travailler sur des situations réelles. Cette création d'entreprise ne peut réussir que si elle est envisagée avec l'adoption de comportements propres à l'agilité.

Objectifs :

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 3	Management de l'Innovation

Qualité de l'Information

Responsable : Buer-Chemin Sophie - MTS

Description :

L'information est un produit de l'entreprise. De sa qualité dépend la prise de décision. Le cours vise à démontrer l'utilisation et l'utilité des outils de management de l'information et de sa qualité.

Objectifs :

- Savoir manager la qualité de l'information
- Savoir décrire un processus

Volume horaire : 27 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
02/11/2011	Plage 2	Système d'Information

Langues Vivantes & Cultures Etrangères

LV1 - Advanced Communication Skills

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

Advanced Communication Skills is the final step of the three-year Sup de Co English program. It enables students to draw on the experiences, competencies and techniques acquired throughout the Sup de Co curriculum and gives them the opportunity to apply them in a structured and guided environment. By touching on a wide array of business contexts and using varied resources, Advanced Communication Skills takes an in-depth look at the professional facets of oral and written expression, while increasing the student's awareness of the socio-linguistic features of English and strengthening their confidence and overall language proficiency.

Objectifs :

The Advanced Communication Skills course will arm students to face any situation they may encounter involving native or foreign English speakers. Students will develop their capacity to function in English as a member of a group and more specifically, will master the techniques needed to:

- Reach a consensus within a group
- Conduct debates and discussion
- Negotiate contracts and terms
- Actively participate and contribute to problem-solving and decision-making processes

Students will also considerably expand their knowledge of key business vocabulary and will develop their oratory skills so that they feel comfortable in a wide range of professional contexts and business situations such as:

Crisis Management

- Finance
- Marketing
- International Trade
- Supply Chain Management
- Corporate Communication
- Human Resources

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - Advertising and Public Relations

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

This course will take an in-depth look at how announcers use the English language to attract, inform and persuade consumers, by means of positive or negative connotations and associations, in a conscious effort to influence behaviour and attitudes towards certain products and services.

While analyzing the techniques and traditional features of advertising, we will also observe that publicity does not suffice to ensure a company's competitive edge or market credibility. Customers often detect what they consider to be 'marketing hype' in an ad. For reassurance, they will turn to reviewers, columnists, reporters who are directly influenced by good public relations and specifically, a well-written press release. A well-written release can dramatically increase sales, expose a company to the masses, and greatly enhance the image of businesses or products.

So, this course will also examine the fundamental elements of a press release. Using critical analysis, comparison and creative narration effects, students will become familiar with the skills required to target an audience, captivate a reader, embellish facts and maximize market exposure.

By the end of this course students will have acquired comprehensive knowledge about how companies shape their credibility, build their brand equity and control their advertising message.

Objectifs : CEF Target level : C1/C2

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - American Civilization

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

America? The land of the free and the home of the brave. The self made man, Veep, Running mate, muckrakers, checks and balances, Joseph Smith, embedded journalists, yellow press, Gospel of Wealth. Do these expressions ring a bell? These notions are quintessentially American.

Americans? Well, you either love them or hate them, don't you? But, in a world where American values are more than ever dominant, one thing is certain: you will have to understand them.

America is a much more complex country than is generally assumed, a country made of conflicting myths, races and ideologies. In our class, we will try to define what it means to be American today, and we will challenge the preconceived ideas about the ultimate global superpower. We will introduce you to many aspects of American history and culture including the minorities issue, the gender issue, the American political system, and many other important themes. A special and conscious effort will be made to help you discern trends in American civilisation instead of remembering a tedious list of dates and names. We will also help you think critically and empathetically with regards to other cultures, in order to go beyond clichés about American society, and to articulate your own opinions both in oral and written form.

Objectifs :

CEF Target level: C1/C2

Following this course, from a cultural perspective, the students will:

- Have understood the fundamental American myths
- Have a broader vision of the forces at play in American society today

From a language perspective, they will:

- Have improved written English skills
- Have improved oral presentation skills and mastered the specific language
- Have refined grammatical knowledge and skills for the following points:
- Reformulation and reporting – written and oral
- Idiomatic expression

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - Art in Our Time

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

This course will explore the current movements shaping Contemporary Art in English speaking countries. Artists working today are exploring the world through painting, sculpture, videos and installations. They are influenced by many themes; politics and pop culture, personal experiences, the environment. Providing guidelines, this class will teach students to understand and appreciate this subject. We will also look at how artists survive financially with patrons, grants, competitions and fellowships. An emphasis will be placed on visual vocabulary to understand and appreciate the workings of the art world. Visits to the Grenoble Museum and The Contemporary Art Center (Le Magasin) will give students a chance to experience and understand what Contemporary Artists are saying with their work from the inspirations and ideas that translate into compelling finished objects.

From a cultural perspective the students will have learned about Contemporary Artists and understood the workings of the Art World.

Objectifs :

From a language perspective the students will:

- Have improved written English skills
- Have improved oral presentation and debating skills

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - British Civilisation

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

Britain: the birthplace of Shakespeare, the Beatles, David Beckham and JK Rowling. It is the world's largest foreign exchange market, the fourth largest world trading nation with an ethnically diverse population of 58 million and proud owner of the world's most expensive football club (Manchester United). From John O'Groats to Land's End, Britain is full of customs and traditions – morris dancing, trooping of the colour, cheese rolling.

But what does it mean to be British in the 21st century? Are we really a nation of cricket, cream teas and cucumber sandwiches? Some describe us as a land of beer, football and bad weather. Others are much kinder and praise us for our politeness, self-discipline and especially, for our sense of humour. Very few mention the 400 varieties of cheese – while many can't wait to sample the other delights of British cuisine: spotted dick, toad-in-the-hole and, as you will in class, marmite (oh yes you will!!!!).

To understand more about modern Britain we will analyse current concerns and ideas in areas such as press, monarchy, politics, education, music, the arts, food, etc. Using video, newspapers and personal input, this course provides an ideal opportunity to discuss, share and compare your impressions about the island next door; to come to your own conclusions about one of your closest neighbours.

Objectifs :

CEF Target level: C1

By the end of this course students should have

GENERAL OBJECTIVES:

1. Improved their written and oral skills in English
2. An enlightened awareness of Britain and the British

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - Business minds : the psychology of business

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

Psychology is a vast science. The purpose of this course is to provide students with a basic introduction to psychology. Students will be provided with a general background of several areas of psychology, what they emphasize, and why they are important. As well as appreciating and understanding the field of organizational psychology, this course also emphasizes understanding individual behaviour (motivation, self-awareness and leadership) and group-dynamics (decision-making, conflict, power and stress). The course demonstrates the role of psychology in job performance, job satisfaction and role behaviour in work settings. Students will broaden their knowledge about topics related to psychology, while strengthening their reading, listening and speaking skills.

Objectifs :

CEF Target level : C1/C2

While developing the four basic skills in English, the purpose of this course is also :

- To provide students with a broad knowledge base in occupational psychology and organizational behaviour
- To help develop skills of critical thinking to enable students to evaluate psychological theory and assess its application to their own work situation
- To enable students to understand managerial psychology
- To increase awareness of ethical issues in business
- To enable students to develop basic career counselling skills
- To help students improve the thinking process, encourage creative thinking, improve communication and speed up decision-making
- To expand knowledge of key business vocabulary and develop a better capacity to function in English, actively improving problem-solving processes.

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - English Linguistics

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

Why is it that French speakers of English have so much trouble pronouncing 'th' and distinguishing between the words 'sleep' and 'slip', 'cheap' and 'chip'? What are the differences between colloquial spoken English and formal written forms of English? How does the English spoken by young Americans differ to the English spoken by young Australians or young Brits? These are just some of the questions we will examine in 'English Linguistics'. This subject is designed for lower level students and is an introduction to English linguistics. In particular, it is aimed at students who wish to improve their English pronunciation and gain confidence in speaking English in front of others. Throughout the semester, we will look at the physical mechanics of English pronunciation and we will contrast the sounds of English with the sounds of French in order to gain a greater linguistic self-awareness. Regional features of English grammar and vocabulary will also be studied. Through the use of authentic documents such as extracts from radio, television, film, and the written press, this course will examine some of the peculiarities of English pronunciation.

Objectifs :

By following this course, students should:

- Develop and improve generic language skills such as public speaking, essay writing, aural comprehension and reading proficiency. In particular, students should develop a critical self-awareness of their own language learning, thereby improving their self-confidence and language production.
- Develop skills in perceiving, articulating and describing English speech sounds with the aim of improving their own English pronunciation.
- Gain a general understanding of English intonation patterns and liaisons/elisions
- Gain a general understanding of the varieties of English spoken throughout the world, including differences between form and register.

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - Humanitarian & development intervention

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

The Aid 'Industry' is currently expanding as lines between emergency response, humanitarian development and sustainable economic development become harder to define.

Three demand factors have emerged to compound this situation; the demand for human rights and security, accelerating global wealth disparity and vastly increased transparency through media and communications. Several supply factors have concurrently arisen to feed these demands; unprecedented wealth in developed countries, geo-political competition amongst government donors and the increase in private and corporate interest in humanitarian activities.

The 'Aid Worker' must be able to competently communicate on several levels in the relevant operating language. On the same day, he or she may have to pacify a drugged and trigger happy rebel at a road block and later present a complex progress report on powerpoint to visiting donors and Government officials.

The course approach is therefore to combine a functional and lexical approach to learning and production within the broad framework of the 4 language skills. The vocabulary is very wide-ranged, but would be of particular benefit to students hoping to find employment or placements within institutional or private development/aid organisations. It must be stressed that most organisations look for writing skills at competent + level and this is reflected in the skills output of most class sessions.

Factual situations and contemporary authentic material will be maximised and wherever possible, external native speakers involved in the industry will be involved.

Objectifs : CEF Target level: C1/C2

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - Media studies

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

Learn to think critically with this course that offers you the opportunity to improve your oral and written skills, while working on original materials taken from the American and British media. You will look at world current events and develop your cultural awareness, taking part in activities such as analysing editorials, writing letters to the editor, simulating interviews. Practice your communication skills (remember the 1st year presentation stuff??!!) as you take over the class by presenting the Buzz of the week, and debating on current issues. By interpreting cartoons and caricatures and by analysing symbolic representations, and rhetorical devices used in op-eds, you will become aware of the journalistic techniques used to manipulate the reader.

As a class and individually, you will focus on expressing your opinions by analysing, interpreting, building up, refining and presenting arguments. You will also be working on word impact, paraphrasing, creating effect, exaggerating and the use of symbols and humour in televised and written media.

Objectifs :

CEF Target level : C1/C2

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - The history of Rock n' Roll

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

Rock and Roll is undoubtedly the most popular music ever to have existed. The primary objective of this course is to learn about the most influential artists and bands associated with the last sixty years of Rock and Roll while improving students listening, written and oral skills in the English language. The course will begin with the study of the roots of rock and roll, followed by a breakdown of each decade of rock. Students will have the opportunity to present their favorite artist, learn about other great musicians, and tie in the social, political and cultural events associated with the history of Rock and Roll. Finally, students will be able to choose their favorite rock songs and the class will compile CD with album cover.

Objectifs :

This course will allow students to become familiar with the many faces of Rock and Roll from it's roots to where it is today. However, the primary goal of the course is to help students refine their:

- oral presentation skills
- research and short essay writing ability
- listening and auditory processing aptitude
- skills in reading, understanding and answering questions from given articles and case studies

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV1 - The Luxury Goods Market

Responsable : Pouydebasque Amanda - LVE

Description :

How are recent global economic trends affecting the luxury goods market? Is the profile of the 'luxury consumer' evolving? Who are the boomlets and why are they targeted as the luxury consumers of tomorrow? Examining the history of the luxury goods market through case studies, this module will also analyze and explore the current trends in the industry, the major players, strategies and customer behaviour. The ever-broadening range of products and services (personal, home, experientiel) feeding the market will be tagged. The course will additionally dissect different world markets, track trends, and analyze challenges to brand marketers in their quest to get a piece of the pie in the declining? age of conspicuous consumption.

The acquisition of luxury goods may be a lifestyle for some, a professional endeavor for others, but the study of the luxury goods market is a fascinating subject for any business student today. Of particular relevance to French business students is France's relationships with the emerging Asian 'tigers', countries such as China, India and Malaysia, where a booming affordability of authentic, high end goods is creating a reverse trend of manufacturing and marketing originating in Europe. This is particularly the case for French luxury brands.

Objectifs :

CEF Target level C1

Volume horaire : 15 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Arabe

Responsable : Zahner Martin - LVE

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Allemand Niveau 1

Responsable : Laboissière-Kettenbach Andrea - LVE

Description : Expression orale dans un contexte social et professionnel

Objectifs :

Pouvoir communiquer dans des situations quotidiennes (se présenter, présenter quelqu'un, fixer des rendez-vous, demander un renseignement, converser autour d'un repas), répondre au téléphone, pouvoir prendre part à une conversation sur les sujets familiers (famille, loisirs, voyage, actualité...), s'exprimer dans un langage social, formuler des réponses appropriées. Pouvoir comprendre des textes en langue courante relatifs à la vie politique, sociale, économique et culturelle (avec aide linguistique).

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Chinois

Responsable : Zahner Martin - LVE

Description :

Ce cours est en continuité avec de l'année précédente, il portera sur des aspects généraux de l'actualité économique et sociale de la Chine.

Nous utiliserons des articles de presse ou d'internet.

Objectifs :

- Pouvoir comprendre des textes en langues courante relatifs à la vie sociale, économique et culturelle.
- Améliorer la capacité de lecture
- Préparer les étudiants à la soutenance du grand oral

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Communication intercultural Niveau C1/C2

Responsable : Cerro Sanchez Ana - LVE

Description :

Ce cours s'adresse à des étudiants misant à consolider le niveau C1 (Autonome/Compétence efficace) du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues du Conseil de l'Europe (CECRL). Le CECRL prévoit six niveaux de langue – A1, A2, B1, B2, C1, C2 – étant A1 le niveau débutant total et C2 le niveau maîtrise.

Un étudiant ayant acquis le niveau C1 peut :

- Comprendre une grande gamme de textes longs et exigeants, ainsi que saisir des significations
- S'exprimer spontanément et couramment sans trop apparemment devoir chercher ses mots
- Utiliser la langue de façon efficace et souple dans sa vie sociale, professionnelle ou académique
- S'exprimer sur des sujets complexes de façon claire et bien structurée et manifester son contrôle des outils d'organisation, d'articulation et de cohésion du discours

Contenus du programme :

Le principal objectif de ce cours concerne la Communication Interculturelle.

Objectifs :

- Acquérir des outils et des techniques pour optimiser les relations avec des partenaires internationaux.
- Comprendre, se faire comprendre, arriver à des accords qui présentent des avantages pour les deux parties.

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Consumidor hispanico y Publicidad Niveau B1

Responsable : Cerro Sanchez Ana - LVE

Description :

Ce cours s'adresse à des étudiants misant à consolider les niveaux B1, B2 ou C1 du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues du Conseil de l'Europe (CECRL). Le CECRL prévoit six niveaux de langue – A1, A2, B1, B2, C1, C2 – étant A1 le niveau débutant total et C2 le niveau maîtrise.

Contenus du programme :

Observer et analyser le monde hispanique contemporain au travers la publicité dans les médias. Les particularités du consommateur dans les pays hispanophones.

Objectifs :

- S'exprimer à l'oral sur des thèmes précis en relation avec la publicité et le monde hispanique.
- Exprimer et commenter une opinion, comprendre l'information publicitaire, décrire, comparer, persuader.
- Etre capable d'analyser les messages implicites dans un publicité.
- Connaître les caractéristiques du consommateur(profils, produits, ses pratiques...)
- Travailler des contenus linguistiques (grammaire et fonctions) propres au niveau du groupe (B1, B2 ou C1).

Volume horaire : 13.5 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Consumidor hispanico y Publicidad Niveau B2

Responsable : Cerro Sanchez Ana - LVE

Description :

Ce cours s'adresse à des étudiants misant à consolider les niveaux B1, B2 ou C1 du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues du Conseil de l'Europe (CECRL). Le CECRL prévoit six niveaux de langue – A1, A2, B1, B2, C1, C2 – étant A1 le niveau débutant total et C2 le niveau maîtrise.

Contenus du programme :

Observer et analyser le monde hispanique contemporain au travers la publicité dans les médias. Les particularités du consommateur dans les pays hispanophones.

Objectifs :

- S'exprimer à l'oral sur des thèmes précis en relation avec la publicité et le monde hispanique.
- Exprimer et commenter une opinion, comprendre l'information publicitaire, décrire, comparer, persuader.
- Etre capable d'analyser les messages implicites dans un publicité.
- Connaître les caractéristiques du consommateur(profils, produits, ses pratiques...)
- Travailler des contenus linguistiques (grammaire et fonctions) propres au niveau du groupe (B1, B2 ou C1).

Volume horaire : 13.5 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Debate Niveau B2

Responsable : Cerro Sanchez Ana - LVE

Description :

Ce cours s'adresse à des étudiants misant à consolider le niveau B2 (niveau avancé) du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues du Conseil de l'Europe (CECRL). Le CECRL prévoit six niveaux de langue – A1, A2, B1, B2, C1, C2 – étant A1 le niveau débutant total et C2 le niveau maîtrise.

Contenus du programme :

Pour convaincre en langue étrangère l'étudiant doit se forcer d'utiliser au maximum ses connaissances en langue, ordonner ses pensées, faire attention à la logique de l'exposée, ce qui n'est pas toujours une tâche simple. Le débat sportif permet d'améliorer la capacité de débattre et la capacité de le faire en espagnol. Développant la pensée critique, la pratique du débat permet pratiquer la langue d'une façon motivante, les sujets de débats sont choisis par les étudiants eux mêmes.

Objectifs :

- Débattre en espagnol avec aisance. Seront valorisés des éléments comme l'humour, les gestes, le maintien du contact visuel, l'exposée élégante, la rapidité pour répondre aux questions, la qualité des arguments.
- Phraséologie et Gestes d'usage fréquent.
- Travail sur l'exposée fluide, sans pauses
- Elargir le Vocabulaire dans des sujets qui intéressent les étudiants
- Confiance en soi
- Capacité de réaction plus spontanée devant des questions inattendues
- Travailler des contenus linguistiques (grammaire et fonctions) propres au niveau B2

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Economie / Entreprise / Marchés / Management - Niveau 2

Responsable : Laboissière-Kettenbach Andrea - LVE

Description : Expression orale dans un contexte social et semi professionnel

Objectifs :

Selon les différents niveaux, les cours de la 3^{ème} année sont orientés vers le monde de travail, c'est-à-dire ils touchent les domaines de l'entreprise, de l'économie, des marchés et du management. A la fin de la 3^{ème} année les étudiants doivent avoir les connaissances nécessaires pour soit pouvoir travailler en Allemagne, soit travailler avec des Allemands en France.

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Economie / Entreprise / Marchés / Management - Niveau 3

Responsable : Laboissière-Kettenbach Andrea - LVE

Description :

Sous l'intitulé "Autour de l'Entreprise", ce cours d'allemand met en scène les différences organisationnelles et managériales entre les pays voisins France et Allemagne. Le cours s'inscrit dans le domaine du management interculturel.

Objectifs :

A travers différents types de sources - textes, recherche sociologique, documentaires - il s'agit d'acquérir la connaissance des variables culturelles qui permettent une approche relativement plus objective et professionnelle des relations interculturelles dans la vie professionnelle.

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
05/09/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Vendredi Matin	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Espagnol Langue Etrangère Niveau A2

Responsable : Navarro-Fortuno Silvia - LVE

Description :

Ce cours s'adresse à des étudiants misant à faire le passage entre le niveau A2 (Niveau de survie) et le niveau B1 (Niveau seuil) du Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues du Conseil de l'Europe (CECRL). Le CECRL prévoit six niveaux de langue – A1, A2, B1, B2, C1, C2 – étant A1 le niveau débutant total et C2 le niveau maîtrise.

Un étudiant ayant acquis le niveau A2 peut :

- comprendre des phrases isolées et des expressions fréquemment utilisées en relation avec des domaines immédiats de priorité (par exemple, informations personnelles et familiales simples, achats, environnement proche, travail)
- communiquer lors de tâches simples et habituelles ne demandant qu'un échange d'informations simple et direct sur des sujets familiers et habituels
- décrire avec des moyens simples sa formation, son environnement immédiat et évoquer des sujets qui correspondent à des besoins immédiats

Contenus du programme :

Le principal objectif de ce cours concerne la communication à l'orale, à partir des sujets d'actualité, des jeux de rôle et d'autres activités communicatives.

Objectifs :

- être capable d'échanger en espagnol sur des sujets variés de la vie quotidienne et professionnelle
- être capable de faire une présentation formelle en espagnol
- révision des contenus essentiels (grammaire et vocabulaire) pour faciliter le passage de A2 à B1, en misant l'épreuve de l'examen de sortie.

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Français

Responsable : Gally Carole - LVE

Description :

L'objectif de ce cours est de préparer les étudiants à l'épreuve orale de langue du DESMA. Ils apprendront à organiser leurs recherches, argumenter et affirmer leur opinion ou un point de vue. Ils apprendront également à appréhender un sujet de société, le traiter avec discernement et le présenter devant un public.

Objectifs :

A la fin de ce cours l'étudiant sera capable :

- de parler pendant 20 minutes de façon fluide sur un sujet de société.
- de se documenter sur un sujet de société dans le but de le présenter à un public non expert.
- d'argumenter de façon construite et d'affirmer son opinion.
- de comprendre l'environnement culturel français, et les évolutions de la société.

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Italien

Responsable : Zahner Martin - LVE

Description :

Ce cours portera sur la plus récente actualité économique et sociale de l'Italie pour préparer à la soutenance du grand oral.

Objectifs :

En plus de consolider les acquis des années précédentes, ce cours a pour but de préparer les étudiants au grand oral de l'examen final.

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères

LV2 - Russe

Responsable : Zahner Martin - LVE

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 18 heures

Période	Plage	Orientation (pour info)
05/09/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères
02/11/2011	LV Lundi Après-midi	Langues et Cultures Etrangères

Tronc Commun de synthèse – Second semestre

Gestion Droit Finance

Gouvernement d'entreprise

Responsable : Bonnet Christophe - GDF

Description :

La gouvernance d'entreprise traite du cadre dans lequel les entreprises sont dirigées: Qui fixe leurs objectifs? Quels sont les pouvoirs respectifs des dirigeants, des actionnaires, et des autres parties prenantes? Comment les dirigeants sont-ils contrôlés et évalués?

Les principaux thèmes abordés dans le cours sont: la société et ses actionnaires (droits des actionnaires, création de valeur, prises de contrôle,..), la société et ses dirigeants (règles légales, codes et pratiques, rémunération, éthique et responsabilité sociale). Par ailleurs un cas de synthèse permet aux étudiants d'appliquer les concepts de finance, comptabilité et contrôle étudiés en tronc commun.

Objectifs :

A l'issue du cours les participants :

- Sauront resituer et utiliser les concepts et techniques de finance, de contrôle de gestion, et de droit acquis en tronc commun dans un cadre d'analyse plus global,
- Auront assimilé les règles légales de la gouvernance des entreprises,
- Seront au fait des évolutions actuelles des pratiques et des principaux débats relatifs à la gouvernance d'entreprise,
- Seront capables d'établir un diagnostic sur la qualité de gouvernance d'une entreprise.

Volume horaire : 27 heures

Management & Comportement

Géopolitique

Responsable : Matmati Mohammed - M&C

Description :

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants d'acquérir des connaissances à caractère géopolitique et économique sur certaines zones et pays du Monde en émergence ou à risque.

Dans ce cadre pédagogique, les thèmes ci-dessous seront abordés:

- La globalisation de l'économie et les acteurs de ce processus, notamment l'Etats nationaux, les organisations internationales et les organisations non gouvernementales;
- l'analyse de certains pays ou zones sous l'angle géopolitique et économique: Le Brésil, la Russie, la Chine, la Méditerranée et l'Afrique;
- La problématique de l'Afghanistan et du Pakistan sera également abordé;
- l'Europe sera étudiée au travers de l'analyse des différents thèmes cités ci-dessus.

Objectifs :

A l'issue de ce cours, les étudiants seront en mesure de:

- Acquérir les base d'une culture en géopolitique permettant de construire une grille de lecture de l'actualité géopolitique et économique ;
- Comprendre les conditions géopolitiques de réalisation des affaires dans certains contextes géopolitiques en émergence et/ou à risque.

Volume horaire : 27 heures

Management et Leadership

Responsable : Rüling Charles-Clemens - M&C

Description :

This course addresses the realities of management and leadership in organizations. It seeks to develop students' capacity to understand complex situations of organizational decision making. Considering management as an essentially political task, its main emphasis is on power, politics and culture in organizational decision making.

Objectifs :

- Understand the nature of power and analyze sources of power in organizational decision making.
- Understand the essence of leadership and analyze political tactics in the decision arena.
- Understand the interaction among leadership, power and culture in organizations in the organizational decision process.

Volume horaire : 13.5 heures

Marketing

Global Marketing

Responsable : Patel Chirag - MKT

Description :

Objectifs :

Volume horaire : 27 heures

Management de la Technologie et de la Stratégie

Business Plan Challenge

Responsable : Genet Corine - MTS

Description :

Ce cours est une mise en situation concrète d'évaluation et de formalisation d'un projet de création d'entreprise basée sur une innovation technologique. Il est articulé autour des concepts de proposition de valeur, d'architecture de valeur et de business model et permet d'appliquer des connaissances transversales à la gestion (marketing, stratégie, finance, organisation). Ce module bloqué sur une semaine adopte une logique progressive de sélection de projet, d'analyse en profondeur d'un projet d'innovation et de conception d'un business modèle et d'un plan d'action stratégique.

Objectifs :

A l'issue de ce module, les étudiants doivent:

- Etre capables d'identifier et d'appliquer des méthodes et outils de base de la gestion et du management;
- Montrer une capacité à appréhender la technologie avec une approche managériale ;
- Etre capable d'évaluer le potentiel de création de valeur d'un projet d'entrepreneuriat basé sur l'innovation technologique ;
- Savoir modéliser et positionner la création de valeur d'un projet innovant ;
- Formaliser de business model d'une entreprise ;
- Concevoir un plan d'action stratégique pour exploiter la valeur d'un projet innovant ;

Volume horaire : 13.5 heures

Décisions Avancées

Responsable : Rennard Jean-Philippe - MTS

Description :

Ce cours présente les principaux outils quantitatifs de modélisation et de simulation pour l'aide à la décision.

Objectifs : Maitrise des outils quantitatifs d'aide à la décision

Volume horaire : 13.5 heures

Stratégie appliquée

Responsable : Cateura Olivier - MTS

Description :

Ce cours propose aux participants de consolider leurs connaissances en matière d'analyse stratégique à travers une série d'études de cas appliqués. Les étudiants sont chargés de réaliser en groupes, une série d'analyse et de les restituer. Des thèmes d'approfondissement sont proposés (Innovation, Business Models, Fusions-Acquisition, Implémentation stratégique). Ce cours est dans le prolongement du cours fondamental de tronc commun de 2ème année "Stratégie d'entreprise - Concepts, modèles et outils".

Objectifs :

Basé sur une pédagogie originale, ce cours de synthèse comporte plusieurs objectifs :

- Renforcer le raisonnement stratégique des participants, en mettant leur « intelligence stratégique ».
- Revoir indirectement et sous un nouvel angle la méthodologie et les outils d'analyse stratégique du cours de tronc commun de 2ème année "Stratégie d'entreprise - Concepts, modèles et outils"
- Développer une intelligence globale de la firme et de la performance à travers la pensée systémique
- Approfondir des thématiques essentielles en management stratégiques et utiles pour l'Oral de Management Technologique.

Volume horaire : 13.5 heures

Stratégie et Globalisation

Responsable : - MTS

Description :

Le cours commencera par une discussion critique de la notion de globalisation de l'économie et des marchés. Au terme de celle-ci nous montrerons que la plupart des marchés ne sont ni strictement locaux, ni globalisé au sens où l'on l'entend habituellement, mais plutôt semi-globalisé. De ce fait, les entreprises ne sont pas 'contraintes' d'utiliser toutes la même stratégie.

Après avoir présenté ce concept de semi-globalisation, nous expliquerons les raisons qui incitent les entreprises à se globaliser. La seconde partie du cours aura pour objectif de présenter les différentes stratégies qui permettent de créer de la valeur à savoir : l'adaptation, l'agrégation, l'arbitrage. En conclusion nous présenterons un cadre intégrateur de ces stratégies.

Objectifs :

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'analyser et/ou de construire des stratégies d'internationalisation sur des marchés/industries semi-globalisés

Volume horaire : 13.5 heures