

ESPAS ESTICE

Syllabus S1 Courses

2023 - 2024



SUMMARY

COURSES FOR INTERNATIONAL STUDENTS ONLY	2
E1 COURSES	6
E2 COURSES	19
E3 COURSES	39
E4 COURSES	60
E5 COURSES	81
TEC1 COURSES	87
TEC2 COURSES	94
TEC3 COURSES	105
TEC4 COURSES	110

Within sections, courses are listed by alphabetic order.

- E1, E2 and E3** refer respectively to 1st, 2nd, 3rd year (bachelor) and **E4 and E5** is the 4th and 5th year (=1st and 2nd year of master degree). E1 to E5 refers to courses taught at our school **ESTICE**.

The same goes for **TEC1** up to **TEC5** for courses taught at our school **ESPAS**.

 - ➔ You can choose courses either taught to ESTICE or ESPAS students, or to both.
 - ➔ Master courses (E5/TEC5) have a specific planning and usually cannot be taken along with Bachelor's courses.
- Courses at ESPAS ESTICE are taught in **English** or **French**.

 - ➔ Please note that courses in German, Spanish, Chinese, Japanese, Russian and Portuguese are **language acquisition** courses, and can't be chosen by native speakers of that language.
- Courses described as "**Elective**" are usually happening at the same time for a dedicated year (3rd, 4th or 5th year).

 - ➔ Please note that you shouldn't select several electives with the same number in the same year (i.e: [selecting 2 courses tagged as "Elective 1 – 3rd year"](#)).

All classes are taught in the **same building** (Building E, Saint Raphaël Campus, 83 boulevard Vauban)

COURSES FOR INTERNATIONAL STUDENTS ONLY

Contemporary French Business and Society

Promo/Year: INTER1

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 3

Language: English

Type of course: Only for international students

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ To gain an insight into French Business, Life and Culture

Content:

- Key moments in French history
- Key socio-cultural, political and economic indicators of French society
- Get a glimpse into everyday life to make the “French experience”
- Know more about Lille
- Behavioral tendencies linked to cultural values
- Corporate best practices and areas of excellence

Teaching methods:

- Lectures
- Team work
- Kahoot quizzes
- Group discussions
- Movies’ abstracts

FLE - Débutants complets (A0)

Promo/Year: INTER1

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 3

Language: French

Type of course: Only for international students

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ To get the very basics of French language

Content:

- Acquire essential French skills
- Course designed for students who have never studied French

FLE Débutants (A1)

Promo/Year: INTER1

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 3

Language: French

Type of course: Only for international students

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ Practice French as a Foreign Language

Content:

- Improve French skills
- Course designed for students who have already studied French and have approximately a A1 level

FLE intermédiaire (B1)

Promo/Year: INTER1

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 3

Language: French

Type of course: Only for international students

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ Practice French as a Foreign Language

Content:

- Improve French skills
- Course designed for students who have already studied French and have approximately a B1 level

E1 COURSES

Chat GPT self learning

Promo/Year: E1

Nb of hours: 15.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Communication orale

Promo/Year: E1

Nb of hours: 12.00 hours

ECTS Credits: 1,5

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Développer sa présence devant un auditoire.
- ✓ Apprendre à construire un discours et à structurer sa pensée.
- ✓ Choisir une forme adaptée au public visé.
- ✓ Élaborer des stratégies afin de conserver l'attention du public.

Content:

- Choisir son espace, sa scénographie
- Comment préparer son intervention
- La posture
- Travail de la voix
- L'art de variation
- Savoir écouter l'auditoire

Teaching methods:

- Exercices pratiques de prises de parole précédés de temps d'échauffement, de préparation

Bibliography:

- Porter sa voix - S'affirmer par la parole (Stéphane DE FREITAS)
- Quelques textes proposés aux étudiants (Peter Brook, « Poème aux jeunes » de Bertolt BRECHT...)

Deutschland - Das Land der Dichter und Denker

Promo/Year: E1

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: German

Type of course: Language Acquisition course (LV2)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Développer ses compétences linguistiques en langue allemande (lire, écrire, écouter et parler) en examinant la culture populaire et la société allemande

Content:

- Se présenter pour faire un stage (dates et temps/ poser des questions / parler de soi / parler des règles / écrire un mail)
- Présenter un personnage inspirant /faire deviner un personnage (dates et temps/ poser des questions)
- Choisir/ découvrir une ville à l'étranger pour s'y installer (poser des questions / écrire un mail / comparer / présenter avantages et inconvénients)
- Rédiger un flyer pour présenter sa ville (dates / comparer / décrire un lieu / convaincre)
Présenter une œuvre (film / livre / musique) : (comparer / donner son avis / justifier)

Teaching methods:

- Discussion en groupe
- Travail individuel
- Discussion en classe entière

Bibliography:

- Page d'accueil : <https://www.goethe.de/ins/fr/fr/sta/lil.html>
- Je conseille de s'inscrire gratuitement sur leur page « Deutsch für Dich », qui donne accès à de nombreux documents et activités interactives : <https://www.goethe.de/ins/fr/fr/spr/ueb.html>

Economie de marché

Promo/Year: E1**Nb of hours:** 24.00 hours**ECTS Credits:** 4**Language:** French**Type of course:** Core curriculum**Evaluation type:** 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Comprendre les fondamentaux de la macro et micro économie
- ✓ S'approprier des bases théorétiques des différentes écoles de pensée
- ✓ Approfondir les liens entre ces théories et le monde des affaires

Content:

- Comme son nom l'indique, une économie de marché est une organisation de la production dans laquelle les variables économiques fluctuent en fonction des forces du marché, autrement dit de l'offre et de la demande, avec une intervention minimale de l'Etat.
- Dans une économie de marché, les moyens de production sont détenus pour l'essentiel par des acteurs privés qui visent la maximisation du profit.
- Dans une telle économie, l'Etat a cependant un rôle à jouer : il assure les fonctions régaliennes et fixe le cadre légal dans lequel s'effectue la concurrence. Le rôle de l'Etat dans la vie économique varie selon les pays. Par exemple, dans les pays anglo-saxons de tradition plutôt libérale, l'intervention de l'Etat dans l'économie est limitée. Dans les pays d'Europe continentale, bien qu'il s'agisse d'économies de marché, l'Etat intervient plus largement dans l'économie. - Les avantages et les inconvénients d'une économie de marché en soulignant des exemples différents.

Teaching methods:

- Cours magistraux et travaux dirigés.

Bibliography:

- Tous les supports pédagogiques (documents, articles, cas et exercices) sont fournis par l'intervenant.

English Skills for International Communication

Promo/Year: E1

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Acquire the essential language skills in an international context through the study and appreciation of the history and culture of English-speaking countries

Content:

- Acquire essential English skills in an international context
- Write a winning CV and cover letter
- Deliver dynamic and compelling presentations
- Recognize various English accents
- Discover the history and culture of English-speaking countries

Teaching methods:

- Group discussion, Individual research and Team project

Bibliography:

- English Grammar in Use (Raymond Murphy)
- www.merriam-webster.com
- www.forvo.com
- <https://www.adrianunderhill.com/>
- https://owl.purdue.edu/owl/purdue_owl.html
- <https://www.thoughtco.com/guide-to-punctuation-1210356>

Enjeux climatiques et environnementaux

Promo/Year: E1

Nb of hours: 12.00 hours

ECTS Credits: 3

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Introduire les problématiques environnementales et les défis climatiques actuels.
- ✓ Découvrir les enjeux de marché liés à l'environnement : déforestation, agriculture intensive, surpêche, surconsommation

Content:

- Culture générale des grands enjeux climatiques
- Approche des concepts et parties prenantes de la RSE et du DD
- Exercice d'analyse autour des certificats et labels

Teaching methods:

- Cours magistraux
- Exercice de recherche et de présentation
- Discussion / Débats

Introduction à la gestion comptable et financière de l'entreprise

Promo/Year: E1

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 3

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ Maîtriser les outils fondamentaux de gestion
- ✓ Etablir des documents de gestion (factures)
- ✓ Comprendre et analyser des documents comptables (Bilan, compte de résultat)

Content:

- Toute entreprise qu'elle soit commerciale, industrielle ou prestataire de services et quelle que soit sa taille (entreprise artisanale, petite, moyenne entreprise ou multinationale) a pour objectif de réaliser un bénéfice. L'entreprise doit donc être gérée.
- Le décideur (cad celui qui assure la gestion de l'entreprise) fait des choix: investissement, emprunt, développement d'un produit, d'un secteur, embauche de personnes compétentes...
- Ses choix se fondent sur une analyse des données existantes ou prévisionnelles

Teaching methods:

- Cours magistraux et exercices pratiques.

Bibliography:

- Tous les supports pédagogiques (documents, explications et exercices) sont fournis par l'intervenant.

Japonais débutant

Promo/Year: E1

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: Japanese

Type of course: Language Acquisition course (LV3)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Acquérir les bases du japonais, être capable de saluer poliment lors d'une première rencontre et échanger des informations personnelles de manière simple mais polie.

Content:

- Lire et prononcer chaque hiragana et katakana
- Réciter le syllabaire dans le bon ordre
- Lire et prononcer correctement les <mores> spécifiques
- Faire des dictées de mot simple
- Utiliser quelques formules quotidiennes
- Compter jusqu'à 10, puis jusqu'à 99
- Utiliser les expressions courantes de la première rencontre
- Se présenter / présenter quelqu'un
- Poser des question sur l'identité (nationalité, statut) et répondre simplement
- Poser des questions plus détaillées sur la personne (étude,nom de l'université...)

Teaching methods:

- Extensif

Bibliography:

- <https://a1.marugotoweb.jp/en/>
- <https://a1.marugotoweb.jp/en/hiragana.php>
- <https://a1.marugotoweb.jp/en/katakana.php>

Langue et culture chinoises, niveau 1

Promo/Year: E1**Nb of hours:** 24.00 hours**ECTS Credits:** 4**Language:** Chinese**Type of course:** Language Acquisition course (LV3)**Evaluation type:** 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Développer ses compétences linguistiques en langue chinoise (lire, écrire, écouter et parler) à travers la culture populaire et la société chinoise

Content:

- Saluer, prendre des nouvelles de son interlocuteur
- Présenter son ami
- Faire Connaissance
- Reconnaître des caractères
- Connaître la nationalité de quelqu'un
- Savoir demander quelle est cette personne
- Savoir demander l'âge
- Parler de sa famille
- Parler de ses études et sa capacité
- Connaître le vocabulaire de la nourriture
- Exprimer le temps, les déplacements et des phrases complexes

Teaching methods:

- Intégrer les jeux dans l'apprentissage
- Differentiation strategy
- PBL

Bibliography:

- <https://www.loecsen.com/fr/cours-chinois>
- <https://www.dong-chinese.com/learn/sounds/pinyin>
- HelloChinese, ChineseSkill, Pleco, SuperChinese, Chineasy

Langue et culture du Portugal/Bresil

Promo/Year: E1

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: Portuguese

Type of course: Language Acquisition course (LV2)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Initiation à la langue portugaise

Content:

- Contenu communicatif
- Remplir un formulaire
- Saluer et dire au revoir (différents registres)
- Se présenter et présenter les autres
- Demander/donner des renseignements simples à propos de quelque chose ou quelqu'un
- Les heures et les moments de la journée, les jours, les mois, les dates.
- Exprimer l'action en cours.
- Exprimer l'obligation personnelle et impersonnelle
- Décrire des objets, lieux, personnes (physique et caractère)
- Situer, localiser des objets, lieux et personnes.
- Parler des prix.
- Ecrire un texte simple à propos des habitudes et des actions de tous les jours.
- Comprendre et fournir des explications simples à l'écrit et à l'oral.

Teaching methods:

- Apprentissage basé sur l'activité
- PBL
- Travail de groupe

Bibliography:

- <https://www.soportugues.com.br/exercicios>, gramática, conjugador
- <https://dicionario.priberam.org/>
- Bem-Vindo - A língua portuguesa no mundo da comunicação / editora SBS

Le russe sans frontières, niveau 1

Promo/Year: E1

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: Russian

Type of course: Language Acquisition course (LV3)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Comprendre les bases du russe et être capable de poser et de répondre à des questions simples de la vie quotidienne
- ✓ Apprendre les bases de l'écriture en russe

Content:

- C'est... Ce n'est pas.... Qui est-ce ? Est-ce... ? Pronom interrogatif et pronom démonstratif
- Présenter une personne, dire son métier
- Saluer, prendre congé, demander à quelqu'un son nom, se présenter
- Qu'est-ce que c'est ? Les chiffres, le genre du nom
- Où est le musée ? Situer: Où? Ici, là-bas, à droite, à gauche
- Présenter quelqu'un : il (elle) s'appelle...
- Présenter sa famille

Teaching methods:

- Des exercices d'application et des activités de compréhension et d'expression oral et écrite
- Travail en groupe et individuel

Bibliography:

- «КОHTAKT» et «Je parle russe» de Maria Zeltchenko
- «KAK» d'Annie Tchernychev

Mundo Hispanico : Actualidad y Cultura

Promo/Year: E1

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: Spanish

Type of course: Language Acquisition course (LV2)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Développer ses compétences linguistiques en langue espagnole (lire, écrire, écouter et parler) à travers la culture populaire et la société espagnole

Content:

- Développer ses compétences linguistiques en langue espagnole (lire, écrire, écouter et parler) à travers la culture populaire et la société espagnole

Teaching methods:

- Présentation personnelle
- Présentation physique
- Description du caractère
- Habitudes quotidiennes
- Goûts, et loisirs
- Parcours personnel, académique et professionnel
- Questions personnelles ouvertes / fermées afin d'obtenir des informations
- Rédaction d'un profil

Bibliography:

- Etude et traitement de différents supports
- Textes et images
- Documents audios et audio-visuels
- Présentations orales
- Expressions écrites

Techniques quantitatives et statistiques pour la gestion

Promo/Year: E1

Nb of hours: 12.00 hours

ECTS Credits: 3

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ S'approprier les outils mathématiques de base utiles à la vie professionnelle.

Content:

- Introduction au statistique (moyenne)
- Proportionnalité
- Fonction linéaire
- Puissance

Teaching methods:

- Travaux dirigés d'une heure avec exercices d'applications

E2 COURSES

Analyse de données

Promo/Year: E2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Élaborer une base de données sous Excel
- ✓ Savoir analyser un jeu de données avec les fonctions statistiques avancées sous Excel (Tendance, comparaison, écart type)
- ✓ Savoir piloter une activité avec des tableaux de bord sous Excel

Content:

- Préparation au cours sur les études de marché
- Introduction à l'analyse statistique sous Excel: Régression linéaire, tendance, croisement de données; Mise en graphique des résultats et interprétation (échelle, format)

Applied Intercultural Communication

Promo/Year: E2

Nb of hours: 9.00 hours

ECTS Credits: 1

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Illustrate, understand and evaluate attitudes, behaviors and communication styles across cultures: perception of hierarchy, respect for rules, gender roles, relationships, emotions,...

Content:

- Power-Authority-Hierarchy / Workplace Culture:
- High VS Low Power Distance, Achievement VS Ascription, High VS Low Uncertainty Avoidance, Masculinity VS Femininity, Long Term VS Short Term Orientation, Universalism VS Particularism (Understanding the Rules) - initiatives, instructions, responsibility, self-Evaluation.
- Social relations and temporal orientation: Individualism VS Collectivism, High context VS low communication (context, space, time), Monochronic VS Polychronic (reminders). Professional life / Private life (Public and private domains) Specific relations VS Diffuse, the notion of friendship (K. Lewin)
- Environment and nature control (Dealing with our natural environment): Internal VS external control Communication (verbal-non-verbal): Neutral VS Affective

Teaching methods:

- Entrance teaching (lectures), videos, critical incidents, group discussions, Kahoot quizzes, self-assessment quizzes, role plays and teamwork activities.

Bibliography:

- Fons Trompenaars – Edward T. Hall – Geert Hofstede - Kluckhohn and Strodtbeck – K. Lewin

Business and Society

Promo/Year: E2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2,5

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ Gain a comprehensive overview of the relationship between society and businesses and identify the importance of informed decision-making on business decisions and strategies

Content:

- The Pink Pound/Economy: Marketing to Specific Demographics
- Product placement in movies, TV shows and music videos
- Where do our products come from? The ethical supply chain
- CSR
- Greenwashing: the environmental program
- Banking and Finance: Understanding why the stock market matters to me!
- Business through technology: AI, automation and the future of transhumanism

Teaching methods:

- Short course format + flipped classroom

Bibliography:

- <https://www.bbc.co.uk/>

Business English

Promo/Year: E2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3,5

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understand and use the basic principles of business English in a global business context.

Content:

- Company profiles and business performance
- Strategies for effective reading: professional reports and industry articles
- Describing products and processes
- Professional correspondence
- Explaining financial data: graphs, infographics, figures

Teaching methods:

- Individual research, Group chat, Flipped classroom

Bibliography:

- <https://www.bbc.com/news/business>
- <https://www.france24.com/en/>
- <https://edition.cnn.com/>

Chat GPT self learning

Promo/Year: E2

Nb of hours: 15.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Droit commercial et droit des sociétés

Promo/Year: E2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Comprendre le fonctionnement juridique de l'activité commerciale
- ✓ Savoir en maîtriser ses risques

Content:

- Le commerçant et l'activité commerciale
- Les sociétés commerciales
- Les entreprises en difficultés

Teaching methods:

- Cours en face à face
- Etudes de cas

Bibliography:

- Sites des éditeurs de contenu juridique (Dalloz, LexisNexis...) ou du gouvernement français, en vérifiant toujours la date de fraîcheur des informations communiquées.
- Mémentos de droit commercial et droit des sociétés

Etudes de marché

Promo/Year: E2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Connaître les différents types d'étude : qualitatives, quantitatives, ad hoc, panels...
- ✓ Identifier des informations pertinentes et fiables
- ✓ Focus sur les questionnaires qualitatifs et quantitatifs
- ✓ Savoir interpréter les résultats

Content:

- La place des études de marché dans le marketing
- Définition et objectifs
- Les différents types d'études et leurs méthodologies
- L'interprétation des résultats

Teaching methods:

- Exercices, étude de cas fictive ou réelle par groupe,

Bibliography:

- MERCATOR Editions DUNOD, Chapitre 14 de l'édition 12
- ETUDES DE MARCHE Editions DUNOD (2018), auteur principal : Frédéric DOSQUET.

Expression de soi

Promo/Year: E2

Nb of hours: 10.00 hours

ECTS Credits: 1

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Développer sa créativité.
- ✓ Découvrir le fonctionnement de la pensée.
- ✓ Réaliser une œuvre artistique

Content:

- Travailler sa créativité à partir de souvenirs de rêves

Teaching methods:

- Compréhension de la physiologie du sommeil
- Constitution d'un corpus de souvenirs de rêves
- Exercices pratiques sur la représentation
- Production d'œuvres artistiques à partir des rêves collectés

Bibliography:

- Tobie Nathan « La nouvelle interprétation des rêves »

Impact TRSE

Promo/Year: E2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3,5

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Voyager à travers le monde pour comprendre des problèmes complexes et actuels du point de vue des personnes qui en subissent les conséquences.
- ✓ Rencontrer des entrepreneurs inspirants qui trouvent des solutions pour que les ODD deviennent une réalité

Content:

- Introduction au programme
- Comprendre la complexité des enjeux : Zambales Adventure part 1
- Découvrez comment les gens agissent dans leur propre communauté.
- Apprendre à maximiser l'impact - mini-défi commercial
- Agir en collaboration
- Présentation finale
- Réfléchir : quel peut être mon rôle à l'avenir ?

Teaching methods:

- La méthode d'enseignement comprend des sessions d'apprentissage à distance et d'orientation professionnelle, ainsi qu'un suivi des progrès de l'équipe et une présentation finale.

Bibliography:

- Toutes les sources bibliographiques et documentaires seront fournies par l'enseignant pendant le cours.

Introduction au Japonais - Débutants

Promo/Year: E2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3,5

Language: Portuguese

Type of course: Language Acquisition course (LV3)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Acquérir des compétences linguistiques de base.
- ✓ Développer les 4 compétences: la compréhension et l'expression orale et écrite.
- ✓ Acquérir des connaissances lexicales et culturelles.

Content:

- Parler de soi, de ses qualités individuelles et professionnelles pour se reconnaître en tant que professionnel afin d'identifier ses points forts. De même, il s'agit de savoir où il faut aller pour acquérir ou développer les compétences requises pour un emploi spécifique
- Parler de l'autre, présenter quelqu'un et un objet
- Poser des questions et comprendre l'information
- Suivre des instructions et Instruire
- Se localiser dans l'espace, parler du monde autour de soi
- Brésil et Portugal : spécificités culturelles relationnés au travail

Teaching methods:

- Jeux de rôle
- Débats
- Interviews en ligne

Introduction aux techniques du commerce international

Promo/Year: E2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ Savoir construire un tarif et réaliser une offre commerciale à l'export
- ✓ Connaître, comprendre et savoir utiliser les Incoterms (tarification et chaîne documentaire)

Content:

- Introduction : Commerce international, schéma logistique, offre commerciale et Incoterms
- Les incoterms
- Le schéma logistique : les déclarations douane DEB et organisation du transport (contrats induits)
- L'offre commerciale

Teaching methods:

- Cours en face à face
- Etudes de cas

Bibliography:

- Exporter - Foucher
- Lamy transport
- www.douanes.gouv.fr
- www.businessfrance.fr
- www.ccifrance-international.org
- www.economie.gouv.fr

Japonais, niveau 2

Promo/Year: E2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3,5

Language: Japanese

Type of course: Language Acquisition course (LV3)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

Syllabus to be updated

Langue et culture chinoises, niveau 2

Promo/Year: E2**Nb of hours:** 24.00 hours**ECTS Credits:** 3,5**Language:** Chinese**Type of course:** Language Acquisition course (LV3)**Evaluation type:** 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Poursuivre l'apprentissage du chinois dans son contexte culturel

Content:

- Savoir communiquer sa destination et des moyens de déplacements
- Savoir exprimer la date
- Savoir demander la cause de problème
- Savoir exprimer la volonté de faire qqch
- Savoir traduire Chaque, tous
- Savoir questionner l'âge, la taille
- Exprimer la position de choses
- Savoir exprimer le gout de couleur
- Exprimer le groupe nominal (appartenir à) ou une précision
- Exprimer une action brève
- Exprimer l'exclamation

Teaching methods:

- Intégrer les jeux dans l'apprentissage
- Differentiations strategy
- PBL

Bibliography:

- <https://www.loecsen.com/fr/cours-chinois>
- <https://www.dong-chinese.com/learn/sounds/pinyin>
- Apps: Pleco, SuperChinese, Decipher, Dushu, Luvlingua

Le russe sans frontières, niveau 2

Promo/Year: E2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3,5

Language: Russian

Type of course: Language Acquisition course (LV3)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Poursuivre l'apprentissage du russe dans son contexte culturel

Content:

- Exprimer ses goûts
- Echanger autour de ses matières scolaires préférées, de ses loisirs
- Exprimer la destination et le mode d'un déplacement (à pied, en voiture, en avion)
- Echanger autour d'un programme touristique : déplacements, visites, repas ; demander et donner des renseignements.

Teaching methods:

- Des exercices, des textes d'étude et beaucoup de matériel réel.
- Un système de structures : du simple au complexe.
- Beaucoup de dialogues mémorisés

Bibliography:

- « KOHTAKT ! » Méthode de russe pour débutants A1-A2. Maria Zeltchenko. Édition ellipses.
- « LET'S GO ! » Russian for adults 1. S. Chernyshov. Edition Zlatoust Spb
- Learnrussian.ru ; Youtube

Management de projet

Promo/Year: E2

Nb of hours: 15.00 hours

ECTS Credits: 1

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Comprendre les fondamentaux du fonctionnement en mode projet : sémantique, phasage, contraintes, ressources
- ✓ Savoir cadrer un projet simple et mettre en place une planification prévisionnelle et équilibrée de celui-ci

Content:

- Introduction au management de projet
- La sémantique du projet
- Les parties prenantes des projets
- Le phasage d'un projet
- Waterfall et agilité
- La note de cadrage
- L'analyse des risques
- Les outils de planification

Teaching methods:

- Théorie
- Kahoot
- Cas pratique
- Travaux de groupes

Management des ressources humaines

Promo/Year: E2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Maîtriser l'ensemble des fondamentaux la fonction RH dans une organisation
- ✓ Identifier les interactions permanentes entre la fonction RH et les autres fonctions de l'organisation

Content:

- Introduction à la GRH (finalité, pôle d'activités et métiers)
- L' évolution de la fonction RH
- Les bases du droit du travail (embauche, temps de travail et rupture)
- Emploi, compétences et gestion de carrière
- Les I.R.P (syndicalisme en France, IRP, inspection et médecine du travail)
- L'audit social, l'administration des RH et la rémunération

Teaching methods:

- Cours en face à face
- Présentation orale portant sur la digitalisation de la fonction RH

Bibliography:

- JM PERETTI Ressources Humaines. Vuibert.
- Cadin et al. Gestion des ressources humaines, Dunod
- Weiss et al. Ressources humaines, Editions d'organisation
- Ludivine ADLA, Virginie GALLEGO-ROQUELAURA – La transformation des pratiques de GRH en PME

New & Sustainable Economic Models

Promo/Year: E2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 1,5

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understand the evolutions of the current economic contexts.
- ✓ Identify emerging business models
- ✓ Study their functioning, their implementation and their impact within organizations.

Content:

- Detailed overview of new alternative economic models in France and abroad (collaborative economy, SSE, digital economy and circular economy)
- Presentation of examples of social and solidarity enterprises, cooperatives and NGOs
- Analysis and comparison in different countries

Teaching methods:

- Contributions of the teacher
- Debates and presentations made by the student

Bibliography:

- All educational materials (documents, articles, web sources and case studies) are provided by the teacher.

Portugais et culture Brésilienne, niveau 2

Promo/Year: E2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3,5

Language: Portuguese

Type of course: Language Acquisition course (LV2)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Consolidation des bases acquises

Content:

- Contenu communicatif
- Identifier et parler de ses propres qualités et de celles des autres (entourage privé et professionnel).
- Se présenter, présenter les autres et réagir à cette présentation
- Décrire les lieux connus
- Décrire des expériences et des événements du passé de façon simple
- Faire des plans
- Exprimer l'accord ou le désaccord
- Compréhension des textes simples
- Participer à une conversation simple

Teaching methods:

- Les cours sont interactifs, les étudiants sont amenés à faire des recherches, des projets, des exposés (écrits et/ou oraux), des travaux dirigés.

Bibliography:

- [https://www.soportugues.com.br/exercicios, gramática, conjugador](https://www.soportugues.com.br/exercicios,gramatica,conjugador)
- <https://dicionario.priberam.org/>*
- Bem-Vindo - A língua portuguesa no mundo da comunicação / editora SBS

Preparacion a las practicas

Promo/Year: E2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3,5

Language: Spanish

Type of course: Language Acquisition course (LV2)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Améliorer sa pratique des 4 compétences linguistiques et se préparer à la recherche d'un stage à l'international dans un un contexte hispanophone

Content:

- Recherche de logement: Différents sortes et modalités de logement; Analyses des offres de logement ; Prise de contact et communication (écrit, téléphonique) avec les propriétaires / agences immobilières / colocataires
- Le CV : Rédiger un CV, Lettre de motivation; Auto-candidature; Réponse à une offre d'emploi
- Offres d'emplois: Compréhension et analyse des offres d'emploi; Entretien d'embauche; Apprendre à maintenir une conversation formelle; Présenter ses compétences personnelles et professionnelles; Parler de ses expériences professionnelles; Parler de ses projets et attentes professionnelles

Teaching methods:

- Etude et traitement de différents supports; Textes; Documents audios et audio-visuels
- Mise en situations et jeux de rôle
- Présentations orales
- Expressions écrites

Bibliography:

- "Socios 1 y 2", editorial DIFUSION
- "Expertos", editorial DIFUSION
- "Al día", nivel intermedio, editorial SGEL

Vorbereitung auf das Praktikum

Promo/Year: E2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3,5

Language: German

Type of course: Language Acquisition course (LV2)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Améliorer la pratique des 4 compétences linguistiques et se préparer à la recherche d'un stage à l'international dans un contexte germanophone

Teaching methods:

- Débats autour de sujets d'actualité
- Travail de groupe
- Jeux de rôles
- Préparations d'exposés

Bibliography:

- Unternehmen Deutsch, Aufbaukurs chez Klett
- Pratique de l'allemand de A à Z chez Hatier
- Exercices. L'allemand de A à Z chez Hatier
- Le mot et l'idée chez Ophrys
- Presse: „die Zeit“, „der Spiegel“, „Focus“ Sites : Deutsche Welle , www.planet-wissen.de, Aud

E3 COURSES

Business développement en B2B

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 1 - 3rd year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Initier les étudiants aux relations commerciales en B2B.
- ✓ Sensibiliser sur les différences de management commercial entre les clients B2B et le marché B2C qui leur est davantage familier
- ✓ Faire comprendre comment travaillent de futurs clients B2B

Content:

- Spécificités des clients B2B par rapport aux clients B2C
- Les clients B2B de l'industrie
- Les clients B2B de la distribution
- Les clients B2B des marchés publics
- Profils Psychologiques

Bibliography:

- B2B Digital marketing Strategy – Simon Hall
- B2B Marketing Strategy – Heidi Taylor

Business Finance & Financial planning

Promo/Year: E3

Nb of hours: 12.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understand the importance of finance in managerial decision making.
- ✓ Analyze a financial report, compare and measure the financial performance of companies.
- ✓ Calculate a budget and perform basic accounting operations.

Content:

- Financial analysis integrating the calculation of several ratios.
- Understand the financial and non-financial context of business operations of a listed company in a particular industry sector.
- Analysis and comparison with a direct competitor in the same industry.
- Interpret results and draw conclusions about the financial health of listed companies and particular industry sectors.
- Understand the basics of budgeting in a commercial/operational context (recruitment, training, business travel, setting up a website and social networks, renting an office or a warehouse, creating a subsidiary in France or abroad.
- Gain a reassuring understanding of basic cash flow, working capital, and budget calculations through various case study examples.

Teaching methods:

- Lectures to take up the fundamentals and explain the methods of the various group works (presentations, analyses, calculations, etc.) as well as the use of Excel.

Bibliography:

- All educational materials (documents, articles, web sources and case studies) are provided by the teacher.
- Students must download company financial reports and other documents. These documents are available on the Internet.

Business operations

Promo/Year: E3**Nb of hours:** 12.00 hours**ECTS Credits:** 2**Language:** French**Type of course:** Core curriculum**Evaluation type:** 100% CC

Objective:

- ✓ Comprendre les processus décisionnels quotidiens d'une véritable entreprise manufacturière avec une activité d'exportation.
- ✓ Construire, développer et défendre une stratégie export.
- ✓ Mettre en place une stratégie de développement appropriée.

Content:

- Vue d'ensemble des opérations (gestion, stratégie, finance, ventes, marketing, RH, production, supply chain et logistique).
- Aperçu de l'industrie de l'ameublement (faits et chiffres clés).
- Mise en scène 1 : groupes d'étudiants - rôles et responsabilités.
- Mise en scène 2 : une étude de cas basée sur un fabricant italien existant (faits et chiffres clés/site web/gammes de produits).
- Mise en scène 3 : objectif de développer l'activité export de l'industriel (choix des pays, des clients et des gammes de produits).
- Les étudiants travaillent en groupe et développent leur stratégie de développement de l'exportation sur la base d'informations factuelles et les conditions actuelles du marché fournies par le professeur.
- Les étudiants devront faire des choix stratégiques, calculer les marges, les flux de trésorerie, la rentabilité, accorder des remises et gérer les opérations quotidiennes, notamment : les achats, la production, le stockage, la logistique, RH, CRM et crises externes

Teaching methods:

- Les premières 5 heures pour expliquer le cas, les attentes, l'industrie manufacturière de l'ameublement et la société.
- Les groupes travaillent en autonomie afin de compléter diverses tâches.
- Présentation finale sur excel des stratégies.

Bibliography:

- Tous les documents sont fournis par le professeur.

Circular Economy

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 1 - 3rd year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Learn to rethink the economic system from a sustainability perspective
- ✓ Explore the concept of the circular economy from different perspectives.

Content:

- Fundamental principles of the circular economy focusing on the notion of designing and developing products "from cradle to grave."
- Practical analysis of the legal framework outlining business and corporate opportunities
- Anti-waste law for a circular economy
- Law on energy transition for green growth
- The European Commission's Green Deal
- Key players: roles and responsibilities

Teaching methods:

- Lectures, interactive discussions and case studies

Bibliography:

- All educational materials (documents, articles, web sources and case studies) are provided by the teacher.

Creacion de empresas

Promo/Year: E3**Nb of hours:** 24.00 hours**ECTS Credits:** 4**Language:** Spanish**Type of course:** Language Acquisition course (LV2)**Evaluation type:** 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Améliorer la compréhension et l'expression orale en espagnol dans un contexte professionnel

Content:

- L'entreprise: Définition des différents points de vue; Classification
- L'Organigramme: Organisation interne d'une entreprise; Départements; Missions des différents départements
- Entrepreneur VS chef d'entreprise: Différences; Compétences personnelles et professionnelles requises pour entreprendre
- Une idée, une invention: Définition ; Développement d'une idée, d'une invention; Recherche de clients potentiels, du marché; Comment le protéger
- La franchise : Avantages et désavantages
- Entreprendre seule ou avec des associés : Recherche des associés; Précautions à prendre; Avantages et désavantages
- Le financement: Les différentes sources de financement; Avantages et désavantages
- Business plan: Création d'un business plan; Matriz DAFO; Présentation d'un business plan

Teaching methods:

- Etude et traitement de différents supports; Textes; Documents audios et audio-visuels
- Mise en situations et jeux de rôle
- Présentations orales
- Expressions écrites
- Présenter et défendre un projet d'entreprise

Bibliography:

- "Socios 1 y 2", editorial DIFUSION
- "Expertos", editorial DIFUSION
- "Al día", nivel intermedio, editorial SGEL
- Presse internationale du monde hispanique: www.emprendedores.es; www.pais.com; www.elmundo.es; www.abc.es; www.rtve.es

Droit des contrats et de la consommation

Promo/Year: E3

Nb of hours: 16.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ Maîtriser le contrat de consommation (droit français et exigences communautaires)
- ✓ Connaître les obligations du professionnel et les droits du consommateur
- ✓ Identifier les sanctions applicables au contrat de consommation (publicité, contrefaçon, ...)

Content:

- Les obligations du professionnel
- Les droits du consommateur
- La publicité mensongère
- La publicité comparative
- Le contrat à distance
- Les sanctions applicables au droit de la consommation
- La protection des données personnelles

Teaching methods:

- Travail autonome des étudiants sur les notions fondamentales du cours
- Ateliers en face à face : jeux de rôles, études de cas

Bibliography:

- www.legifrance.fr
- www.euralex.org
- L'essentiel du droit de la consommation, Bazin-Beust, éditions Gualino

Fundamentals of Negotiation

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Become aware of the opportunities and constraints of negotiating in English in an international context
- ✓ Be able to use different negotiation styles and techniques

Content:

- Harvard method of negotiation and the balcony view
- Interest-based negotiation versus positional negotiation
- Levels of interest (visible, hidden, deep) and exploring interest
- ZOPA, BATNA, HIT ; Bargaining ; Cialdini's powers of persuasion

Teaching methods:

- Mix of interactive presentations and hands-on practice

Bibliography:

- Fisher & Ury : Getting to yes, Business books limited, 1999
- Salacuse, Jeswald W., The global negotiator, Palgrave Macmillan, 2003
- Brett, Jeanne M., Negotiating globally, Wiley & sons, 2007
- Wilbaut, Manoëlla : Intercultural negotiation, Dunod, 2010

International Business Development

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 2 - 3rd year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Know how to build an export Business Unit within a company.
- ✓ Know the complete process of an export strategy by developing all the stages: objectives, segmentation, target, marketing mix and sales.

Content:

- Discover and learn how to launch an Export activity.
- Apply and strengthen knowledge in marketing strategy and business strategy, in an international environment.
- Study the methodology for creating an export activity: export business plan, export strategy, internal diagnosis, market study, segmentation, target, positioning, marketing and sales strategy, sales and prospecting techniques, intercultural aspects...

Teaching methods:

- Create a business case that wishes to launch an international development activity in a working group of 4/5 students and by applying the methodology.
- A written file and an oral presentation compose the evaluation.

Bibliography:

- Websites of Business France and the CCI international, Team France export
- LE MOCI (Moniteur du Commerce International)
- "Fiches de Stratégie de développement des exportations : notions essentielles et cas réel d'entreprise" Auteur: Brun, Florence, Docros

Introduction au Japonais - Débutants

Promo/Year: E3

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: Japanese

Type of course: Language Acquisition course (LV3)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Acquérir des compétences linguistiques de base.
- ✓ Développer les 4 compétences: la compréhension et l'expression orale et écrite.
- ✓ Acquérir des connaissances lexicales et culturelles.

Content:

- Parler de soi, de ses qualités individuelles et professionnelles pour se reconnaître en tant que professionnel afin d'identifier ses points forts. De même, il s'agit de savoir où il faut aller pour acquérir ou développer les compétences requises pour un emploi spécifique
- Parler de l'autre, présenter quelqu'un et un objet
- Poser des questions et comprendre l'information
- Suivre des instructions et Instruire
- Se localiser dans l'espace, parler du monde autour de soi
- Brésil et Portugal : spécificités culturelles relationnés au travail

Teaching methods:

- Jeux de rôle
- Débats
- Interviews en ligne

Introduction au portugais professionnel

Promo/Year: E3

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: Portuguese

Type of course: Language Acquisition course (LV3)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Approfondir des connaissances lexicales et culturelles en portugais et développer sa maîtrise du portugais des affaires

Content:

- L'interculturel : Le fait de parler une langue n'est souvent pas assez pour se faire comprendre, pour négocier. Un survol sur les clichés, la pensée, la manière d'être et la culture des affaires au Brésil.
- La négociation 1 : La négociation internationale : introduction, la globalisation, les différents points de vue, l'importance de l'interculturel. Exposé PowerPoint, vidéos illustratifs.
- La négociation 2 : Comment mener à bien une négociation internationale : du conflit à la coopération, en passant par l'éthique et l'observation des règles locales. Les contrats internationaux. Présentation, débat, conclusions. Etude de cas pratiques de négociations internationales avec le Brésil, présentation, jeux de rôles.
- Entreprises: Textes économiques : présentation des grandes et moyennes entreprises brésiliennes. Introduction des temps composés.
- Marketing 1: Introduction au Marketing. Points de vue, le marché brésilien. Spécificités locales et régionales.
- Marketing 2: Le consommateur, étu

Teaching methods:

- Les cours sont interactifs, les étudiants sont amenés à faire des recherches, des projets, des exposés (écrits et/ou oraux), des travaux dirigés.

Bibliography:

- Bem-Vindo - A língua portuguesa no mundo da comunicação / editora SBS
- Panorama Brasil - O ensino do português do mundo dos negócios / Editora Galpão
- Gramática Ativa 1 et 2 / Editora Lidel
- <https://www.estadao.com.br/> (jornal brasileiro)

Introduction to Talent Acquisition

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 1 - 3rd year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Acquire the fundamental theory of talent acquisition/recruitment by examining the main techniques of selection and recruitment

Content:

- Overview of key objectives of the HR function in organizations
- HR department: subdivisions
- Understand the terminology
- Resource and talent planning
- Link / importance between employer brand and recruitment
- Recruitment Process Template: Managing the Recruitment Process
- Understand the role of a recruitment professional
- Create job descriptions
- Understanding CVs - preselection
- Types of recruitment: alignment with strategic perspectives
- Accessing the Talent Pool: The Role of Digital Media
- Interview techniques
- Non-competency based questions
- Assessment Models - Fair and Equitable Assessment
- Inclusive language

Teaching methods:

- Short lectures
- Activity-based learning
- Problem-based learning

Bibliography:

- <https://www.cipd.co.uk/>
- <https://www.recruiter.co.uk/>

Langue et culture chinoises, niveau 3

Promo/Year: E3**Nb of hours:** 24.00 hours**ECTS Credits:** 4**Language:** Chinese**Type of course:** Language Acquisition course (LV3)**Evaluation type:** 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Approfondir des connaissances lexicales et culturelles en chinois

Content:

- Oral : proposer ou demander à qqn. de faire quelque chose.
- Oral : revoir comment téléphoner et parler de diverses choses de la vie.
- Oral : utiliser l'impératif négatif dans des dialogues.
- Oral : faire des dialogues avec le comparatif.

Teaching methods:

- PBL, Differentiations strategy

Bibliography:

- Apps: Pleco, SuperChinese, Decipher, Dushu, Luvlingu
- aLa série : 《在一起》
- <https://www.loecsen.com/fr/cours-chinois>
- <https://www.dong-chinese.com/learn/sounds/pinyin>

Le russe sans frontières, niveau 3

Promo/Year: E3

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: Russian

Type of course: Language Acquisition course (LV3)

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Approfondir des connaissances lexicales et culturelles en russe

Content:

- Contenu communicatif : Situer dans le temps: les saisons, les mois de l'année ; raconter au passé : un week-end, les vacances ; expression de la date ; formuler des vœux pour une fête ; échanger autour des traditions (fêtés) en Russie et en France .
- Contenu grammatical : Verbes de déplacements indéterminés ходить, ездить, летать.
- Le passé (imperfectif)
- Le locatif en -y
- Emploi des verbes indéterminés au passé
- Le pluriel en - а / - я des noms masculins.
- Les numéros ordinaux ; la date sujet et complément de temps.
- Déclinaison de noms au pluriel.

Teaching methods:

- Cours interactif, exercices, textes adaptés, dialogues, films.

Bibliography:

- « LET'S GO ! » Russian for adults 1. S. Chernyshov. Édition Zlatoust Spb.
- « KAK » Bien débuté en russe. A. Tchernychev. Édition ellipses.
- « SOS Déclinaisons ! » M.Zeltchenko. Édition ellipses
- Learnrussian.ru ; Youtube.

Management de l'innovation

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ S'approprier les concepts et les outils du management de l'innovation

Syllabus to be edited

Management des activités et des équipes commerciales

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 2 - 3rd year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Comprendre l'organisation interne d'une entreprise et de l'entité commerciale
- ✓ Être capable d'utiliser les bases de données commerciales de l'entreprise
- ✓ Comprendre et gérer les ventes en e-commerce

Content:

- L'activité commerciale
- Rôle et missions du commercial
- Animation et suivi d'une force de vente
- Le CRM
- Gestion relation clients et service clients
- Les documents commerciaux
- Le e-commerce et son organisation commerciale
- La rémunération d'un commercial et comment négocier son salaire

Teaching methods:

- Apports théoriques
- Questionnements, réflexions des étudiants via des exemples, des anecdotes professionnelles et des cas pratiques

Marketing digital

Promo/Year: E3**Nb of hours:** 18.00 hours**ECTS Credits:** 2**Language:** French**Type of course:** Core curriculum**Evaluation type:** 100% CC

Objective:

- ✓ Comprendre les concepts et les outils du e-marketing
- ✓ Savoir concevoir une expérience client digitale
- ✓ Comprendre les différents leviers (acquisition, fidélisation, engagement)
- ✓ Construire un plan de communication pour optimiser la visibilité d'un site

Content:

- Comprendre l'importance du digital et ses incidences sur le business et sur le marketing
- Les nouveaux Business Models : freemium, abonnement, DNVB...
- Construire la stratégie digitale et la mettre en oeuvre : - ciblage/persona - proposition de valeur - nom de domaine - les incidences en termes de MKG opérationnel
- Définir l'expérience utilisateur
- Les différents type de ciblage
- La data/IA: améliorer sa connaissance client. Optimiser le ciblage, la personnalisation
- Les leviers de création de trafic : SEO, la recherche par la voix, SEA et liens sponsorisés, display, affiliation, brand contente
- Les leviers de fidélisation : emailing, newsletter, mobile Définir et activer sa stratégie Social Media

Teaching methods:

- Cours en présentiel. Alternance de cours et de mises en pratique : exercices/études de cas.

Bibliography:

- Marketing digital. Ed.Pearson
- Le plan marketing et communication digital. Ed. Dunod
- Le grand livre du marketing digital. Ed.Dunod
- Digital marketing 2020. Ed. ebg

Marketing et consommation responsable

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 2 - 3rd year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Mieux comprendre et évaluer l'impact environnemental et social lié à la façon de consommer dans les secteurs alimentaire, textile, mobile et énergétique.
- ✓ Savoir mesurer son empreinte carbone et d'imaginer des solutions de prévention possibles.

Content:

- Notre façon de consommer est le principal moteur de notre empreinte carbone. L'étude de plusieurs cas nous permettra de comprendre pourquoi et d'articuler des solutions individuelles et collectives autour des sujets suivants :
- Evaluer son empreinte carbone : la découverte des comportements de consommation impactant avec un zoom sur les secteurs alimentaire, textile, mobile et énergétique.
- La malbouffe n'est pas toujours à la mode : prendre soin de « sa bouffe » revient-il à prendre soin de son environnement ?
- Le rapport de force local vs global : les coulisses de la consommation globale et ses motivations économiques mis en rapport avec une consommation de proximité
- Une autre lecture du Greenwashing : le respect de l'environnement au service de l'image de marque. Analyse des entreprises qui troublent le consommateur.

Teaching methods:

- Présentation, témoignages, étude de cas

Mobile Marketing

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 1 - 3rd year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Supplier Relationship Management

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 1 - 3rd year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Discover the importance of suppliers for a company.
- ✓ Understand the role of a supplier by taking examples from the field.
- ✓ Work as a team to assess potential sourcing areas

Content:

- This course places you as buyers in a distribution company and aims to:
- - Make you aware of the importance of suppliers for a company.
- - Explain to you the role of a supplier by taking examples from the field.
- - Have you work as a team to assess potential sourcing areas and then apply this sourcing work to a product, taking into account its constraints.
- - Make you understand the process for sourcing a supplier and the need to create a balanced supplier base.

Techniques avancées du commerce et de la logistique à l'international

Promo/Year: E3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ Savoir résoudre les litiges commerciaux ou de transport à destination
- ✓ Savoir réaliser les déclarations légales pour rendre disponibles les marchandises

Content:

- Les obligations en matière de transport (chargeurs entreprises et transporteurs)
- Le droit du transport et la gestion des litiges
- L'organisation import de l'entreprise (douane import : droits, taxes, déclarations, transport, DEB expéd. et introdud.)

Teaching methods:

- Cours en face à face
- Etudes de cas

Bibliography:

- Exporter - Foucher
- Lamy transport
- www.douanes.gouv.fr
- www.businessfrance.fr
- www.ccifrance-international.org
- www.economie.gouv.fr

Unternehmensgrudung

Promo/Year: E3**Nb of hours:** 24.00 hours**ECTS Credits:** 4**Language:** German**Type of course:** Language Acquisition course (LV2)**Evaluation type:** 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Améliorer la compréhension et l'expression orale en allemand dans un contexte professionnel

Content:

- Savoir exprimer ses activités professionnelles (jobs d'été, engagement associatif, stages, etc...)
- Organigramme de l'entreprise
- Faire le descriptif des métiers vers lesquels les étudiants peuvent/désirent s'orienter
- Quels sont les avantages et les inconvénients, les bénéfices et les risques ?
- Débattre des avantages et inconvénients du télétravail pour l'employeur et l'employé
- Etre capable de décrire les caractéristiques techniques et physiques d'un produit
- Etre en mesure de vanter les mérites d'un article ou d'un service
- Avancer des arguments concrets qui puissent en justifier le prix
- Se positionner par rapport à de grandes enseignes de vente en ligne, dont « Amazon »
- Exprimer un avis nuancé sur les actions promotionnelles menées par ces entreprises, dont le « Black Friday »

Teaching methods:

- Cours interactif : débats autour de sujets d'actualité
- Travail de groupe
- Etudes de cas/Mises en situations professionnelles/ Jeux de rôles
- Préparations d'exposés - Exercices d'application

Bibliography:

- Unternehmen Deutsch, Aufbaukurs chez Klett
- Pratique de l'allemand de A à Z chez Hatier
- Exercices. L'allemand de A à Z chez Hatier
- Le mot et l'idée chez Ophrys
- Presse: „die Zeit“, „der Spiegel“, „Focus“ Sites : Deutsche Welle , www.planet-wissen.de, Aud

E4 COURSES

Audit and Consulting

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 3 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understand the landscape of innovative alternative business models.
- ✓ Analyse the disruptive, sustainable, competitive and cooperative advantages.
- ✓ Apply strategies to build and manage alternative business models.

Content:

- The innovation of alternative business models is now an essential capability for organisations seeking to drive growth, reinvent themselves or defend against industry disruption or decline. These new models and strategies must be supported by new capabilities, approaches and structures. They need to generate more sustainable competitive and collaborative advantages, and can be just as disruptive to the competitive landscape as new technologies. Indeed, as products have become increasingly commoditised and undifferentiated, business models are now an essential source of competitive advantage precisely by providing a source of differentiation. Differentiation means disruption
- Examples and case studies will form an integral part of the analysis.

Teaching methods:

- Une série de courtes conférences descriptives illustrant les différentes options de modèles commerciaux alternatifs.
- Une analyse de différents modèles et exemples.
- Les élèves examinent des secteurs d'activité particuliers (France/international)

Bibliography:

- All current articles, research, case studies and teaching materials are provided.
- Students can consult various websites and also provide alternative sources.

Business X Culture

Promo/Year: E4

Nb of hours: 30.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Respond to a global business problem
- ✓ Analyze a market and propose a strategic recommendation for international expansion
- ✓ Improve your project management skills within a team of diverse students

Content:

- Project over 8 weeks.
- The goal is to analyze a company and its market then making justified recommendations on an international expansion strategy by including tactical elements specific to marketing such as packaging and communication as well as recommendations of pricing, logistics and about legal aspects to penetrate this new market as efficiently as possible.

Teaching methods:

- Within an intercultural team, you will submit deliverables each week to gradually respond to the problem of the chosen company.
- You will also evaluate your team members and your contribution with a weekly survey.

Bibliography:

- <https://www.youtube.com/watch?v=5KghX4JXdGQ>
- Crash course in international business

Change Management

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 1 - 4th year

Evaluation type:

Objective:

- ✓ Familiarise students with an integrated approach to change management and organisational development.
- ✓ To mobilise different conceptual models with a view to being able to steer the implementation of change projects.

Content:

- This course aims to familiarise students with a systemic approach to organisational change management. More specifically, students will :
- 1) Develop their capacity for organisational diagnosis from both an internal and external perspective
- 2) Understand the processes of organisational change and the roles played by players at different levels of the organisation
- 3) Describing and explaining the stages involved in bringing about organisational change
- 4) Improve your ability to summarise and understand complex phenomena
- 5) Understand the empirical difficulties of a change process.
- Structure of the course :
- Definition of organisational change (historical approach)
- The organisational diagnosis phase (internal and external analyses)
- The implementation phase (individual - group - organisation)
- The evaluation phase
- The context of permanent change

Teaching methods:

- The course combines lectures, background reading, case studies, group work and company testimonials.
- Students are expected to participate actively throughout the course.

Bibliography:

- All teaching materials (working documents, articles and case studies) are provided by the teacher.

Commerce Equitable

Promo/Year: E4**Nb of hours:** 18.00 hours**ECTS Credits:** 2**Language:** French**Type of course:** Elective 3 - 4th year**Evaluation type:** 100% CC

Objective:

- ✓ Savoir analyser les enjeux sociaux, environnementaux et économiques d'une matière première
- ✓ Proposer un projet de filière équitable en utilisant l'analyse des chaînes d'approvisionnement
- ✓ Maquetter un produit commercialisable

Content:

- Dans le cadre de ce module, vous apprendrez les principes et fondements du commerce équitable. En vous inspirant des critères du commerce équitable, vous serez amenés à analyser les enjeux sociaux, environnementaux et économiques d'une matière première précédemment choisie. Puis vous utiliserez vos analyses des chaînes d'approvisionnement de votre matière première pour monter un projet de filière équitable. Ce projet de filière équitable devra aboutir à la maquette d'un produit commercialisable en lien avec une origine géographique déterminée.
- L'objectif de ce module commerce équitable est d'apprendre les principes du commerce équitable en appliquant les connaissances précédemment acquises en management de projet, analyse de secteur, développement durable, analyse des chaînes d'approvisionnement, marketing produit,... Il fera donc appel à vos qualités organisationnelles et créatives.

Teaching methods:

- Présentation et étude de cas

Création d'entreprise

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 2 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Créativité d'entreprise

Promo/Year: E4

Nb of hours: 48.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Design Thinking

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 4 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ S'acculturer à la méthode du design Thinking
- ✓ Découvrir et éprouver la méthode en travaillant chaque phase du processus
- ✓ Développer un projet concret en mobilisant le Design Thinking

Content:

- Jour 1 : introduction à la méthode du design thinking et présentation des cinq étapes
- Jour 2 : Ateliers de mise en pratique des cinq étapes : Inspiration : initiation à l'entretien empathique ; Cadrage : formulation de problématiques actionnables ; Idéation : techniques mobilisables ; Prototypage : mobilisation des équipements et des équipes ; Tecshop- Evaluation et itération : retours utilisateurs et pistes d'amélioration
- Jour 3 : Mission concrète de développement d'un produit

Teaching methods:

- Ateliers pratiques incluant la fabrication de prototypes en équipe

Bibliography:

- L'esprit Design - Comment le Design Thinking change l'entreprise & la stratégie - T. Brown. Ed. Pearson
- Passez au Design Thinking: penser, construire & mener vos premiers ateliers de cocréation - Y. Leméni Ed. Eyrolles

Entorno Profesional

Promo/Year: E4**Nb of hours:** 18.00 hours**ECTS Credits:** 2**Language:** Spanish**Type of course:** Language Acquisition course (LV2)**Evaluation type:** 100% CC

Objective:

- ✓ Développer une pratique professionnelle de l'espagnol basée sur l'étude des stratégies d'entreprise.

Content:

- Découverte et approfondissement de la notion d'éthique en entreprise
- Pratique de l'éthique dans le cadre du recrutement
- Analyser et comprendre les comportements individuels & collectifs, en tirer des conclusions et perspectives.
- Etude de cas d'entreprise, jeu de rôle, argumentation, et prises de décision
- Réflexion sur des dilemmes éthiques, exprimer des solutions et mettre en place une stratégie "the Case Center Awards"
- Proposer des solutions pour rendre l'entreprise éthique
- Les principes, engagements, impacts sociaux, environnementaux et économiques, réglementations, enjeux et responsabilités
- Les entreprises responsables & citoyennes (exemples précis-étude approfondie, leur contexte et acteurs, des témoignages,...)
- La labellisation: Max Havelaar, Transfair, World Fair Trade Organization (WFTO)...
- Identifier les freins et les leviers d'une "consom'action"
- Comment influencer les décideurs pour qu'ils adoptent des politiques responsables
- L'expérience de l'action-sensibilisation

Teaching methods:

- Recherche
- Travaux de groupe en mode projet
- Débat : échange/discussions/argumentations feedback
- Présentations en public : individuelles et en groupe
- Jeux de rôle-mise en situation
- Classe asynchrone
- Travaux dirigés

Bibliography:

- "elcomercio.com", "clarans-consulting.com", "emprendedores.es", "rtve.es/alcarta/rne/", "potencia tupyme.elmundo.es", "gestiopolis.com", "thecasecenter.org", "ethiquable.coop", "ritimo.org"

Global Brand Management

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 4 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Discover and master brand strategies
- ✓ Analyze global brands and identify success factors
- ✓ Know how to evaluate and develop your brand equity
- ✓ Know how to communicate on brand values

Content:

- In this class, you will cover key brand management strategies and the overall marketing effort. You will examine global brands (omnichannel and digital only) and analyze their key success factors. Finally, you will learn how to develop a local brand on a global level.
- Practical examples will support this class with a focus on the textile industry.

Intercultural Management

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ This course explores the ways in which we can manage the different environments in which we navigate.

Content:

- This course is divided into 3 parts:
- 1. Self-exploration of the impact of culture on oneself; explore your own cultural identity and its impact on those around you and how we can best manage our cultural identities.
- 2. Team review and application of team development theories; exploration of intergroup relations and group dynamics in relation to diversity.
- 3. Synergy-discover the theories and strategies for developing synergy within diverse teams and managing energy creation while minimizing the negative aspects of diversity.

Teaching methods:

- Study cases, research and group work

International HR management

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 3 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Identify the challenges of international HR management
- ✓ Managing the international mobility of employees
- ✓ Know how to mobilise the techniques and processes of international human resources management

Content:

- Introduction to international HR management (definition, challenges, role of management)
- Ethnocentric, polycentric and geocentric approaches
- International recruitment and performance management
- Compensation & Benefits
- Cultural approach to remuneration systems
- International training and skills development
- International career and talent management
- Expatriation management

Teaching methods:

- Face-to-face lessons
- Games, quizzes and group activities
- Case studies
- Oral presentations

Bibliography:

- Reiche, S. & al. (2018) : "International Human Resource Management", SAGE Publications
- Cooke, F.L. & al. (2019) : "How far has international HRM travelled? A systematic review of literature on multinational corporations", HRM Review Vol. 29, pp. 59-75

Introduction to Business in Asia

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 1 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ To know how to build successful cross-border business partnerships with Japan, China and Thailand

Content:

- Part 1 - Japan Perceptions / Popular culture
- Decision-making processes
- Business in Japan; Kaizen and LEAN manufacturing
- The role of etiquette and protocol
- Adapting to the Japanese market
- Part 2 - Thailand Creating a Thailand information file
- Understanding decision making
- Understanding "Save the face"
- Doing business in Thailand - the basics
- The role of ASEAN
- Developing country issues
- Part 3 - China
- China's rise as an economic powerhouse
- The biggest challenges of doing business in China
- Business and decision-making
- Individualist vs collectivist cultures
- On top of that, you need to know more.

Teaching methods:

- Short conference, group research and problem-based learning

Bibliography:

- <https://www.japantimes.co.jp/>
- <https://www.bangkokpost.com/>
- <https://www.scmp.com/news/china>

Management durable de la chaîne logistique à l'international

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 4 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Développer une approche durable des flux à l'international
- ✓ Savoir mettre en œuvre un projet import/export de A à Z.

Content:

- Dans le cadre de cet électif, vous découvrirez comment et pourquoi une politique logistique globale permet d'évoluer vers une démarche responsable et durable à l'international. Cette approche implique d'être en mesure de collecter les informations utiles à l'entreprise, d'identifier les risques pays, de gérer les solutions de transport de bout en bout. Ces 3 jours doivent vous permettre d'acquérir les principaux outils pour un développement réussi et respectueux de la Supply Chain.
- Contenu du cours:
- Rappel des fondamentaux des techniques du commerce et de la logistique à l'international
- Projet export (Recherche documentaire, Analyse des risques et solution transport)
- Projet import (demande d'achat et préparation de la négociation)

Teaching methods:

- Cours en face à face
- Etudes de cas

Bibliography:

- Exporter - Foucher
- Lamy transport
- www.douanes.gouv.fr
- www.businessfrance.fr
- www.ccifrance-international.org
- www.economie.gouv.fr

Managing non profit organisations

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 4 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understand the non-profit sector (associations, NGOs and other hybrid structures).
- ✓ To acquire the fundamentals of the management of organisations in these sectors
- ✓ Know how to analyse the different models and approaches.

Content:

- By definition, the not-for-profit sector operates in the space of humanitarian aims and objectives. This means that many not-for-profit organisations are loosely structured and are often run by volunteers without formal hierarchies or management models. However, this does not mean that not-for-profit organisations do not need to have formal boards, management structures and financial control.
- The point here is that although not-for-profit organisations are made up of committed individuals working for a cause, there is still a need for a business-like structure and management. This is particularly the case for not-for-profit organisations that receive large sums of money and manage multiple projects around the world. Consequently, there is a need for appropriate management and structure of organisations and means of control.

Teaching methods:

- Lectures, presentations by experts in various fields, case studies and setting up a project to create an NGO.

Bibliography:

- All the teaching materials (case studies, presentations and other documents) are provided by the various teachers.

Marketing d'influence

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 1 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Comprendre pourquoi et comment Intégrer l'influence dans sa stratégie marketing peut créer un effet de levier redoutable
- ✓ Savoir identifier les collaborateurs et influenceurs pertinents pour son produit/service

Content:

- Instagram aide 80% des consommateurs à se décider avant d'acheter un produit ou un service. Ce réseau n'est plus seulement une plateforme d'inspiration mais permet aux marques de créer une réelle impression positive auprès de l'acheteur potentiel. Alors que des clients potentiels sont peut-être en train de faire défiler leur feed, la question pour les entreprises est de savoir pourquoi et comment devraient-elles investir ? Depuis ces dernières années, l'influence est devenue l'un des principaux leviers marketing pour les entreprises. Qu'est-ce que l'influence ? Quelle stratégie adopter ? Comment identifier les collaborateurs et influenceurs pertinents pour son produit/service ?

Pilotage des achats

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 2 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Découverte des techniques de gestion propres au métier des achats
- ✓ Savoir calculer le prix de revient d'une marchandise importée (impacts transport maritime, transport aérien, les douanes)

Content:

- Prévoir ses besoins
- Rythmes d'Approvisionnement et Optimisation de Commandes
- Etablissement de Budget d'Achats
- Le calcul du Prix de Revient Complet Import
- KPI Achats

Teaching methods:

- Concepts et cas pratiques

Bibliography:

- Gestion des Stocks et des Magasins – Fabrice Mocellin – Dunod
- Comment Optimiser les Approvisionnements – Régis Bourbonnais et Philippe Vallin – Economica
- Commerce International Corinne Pasco - Dunod

Service Learning - Réparabilité

Promo/Year: E4

Nb of hours: 30.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Social Media Management

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 2 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understand the interactions between brands and their targets on social networks
- ✓ Analyze the different social media channels available
- ✓ Create social media strategies and practice and track their effectiveness.

Content:

- Social media is changing how business is done around the world in almost every industry. The business world is undergoing fundamental changes in how consumers interact with brands and each other. Social media has helped to give consumers a voice and connect them with their friends and other like-minded people, and it has also opened up numerous new communication channels available for marketers and brands to connect with current and potential audiences.
- The emphasis of this course is on understanding audiences' social interactions, examining the various social media channels available, learning how to build social media strategies, and practicing how to track their effectiveness.

Stratégies marketing omnicanales

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Elective 3 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Connaître les enjeux du retail et son évolution
- ✓ Comprendre les enjeux et contraintes d'une stratégie omnicanal
- ✓ Concevoir une stratégie omnicanale performante

Content:

- 1. Savoir identifier nos clients et leurs comportements
- L'impact d'internet sur le comportement client (ATAWAD) Comprendre les différents comportements : full digital/showrooming/ROPO/full store/click and collect
- Etudier le parcours clients et savoir corriger les irritants Savoir segmenter sa base clients grâce au CRM et à la data
- 2. Du multicanal à l'omnicanal
- Connaître les dessous du e-commerce : back office et contraintes (logistiques)
- Phygitaliser, pour quoi faire ?
- Accompagner par un plan d'animations commercial omnicanal
- Maitriser les kpis
- 3. La communication omnicanale
- Construire stratégie de communication omnicanale.
- Ce cours sera complété en Master2 par un module en anglais dédié au parcours client

Teaching methods:

- Alternance de cours et de cas pratiques en groupes

Bibliography:

- Crosscanal et Omnicanal : la digitalisation de la relation client Ed. 2- DUNOD 2018
- Le retail face aux nouveaux modes de consommation : s'adapter ou disparaître. DUNOD 2018
- Sites : ecommercemag.fr, pointsdevente.fr, influencia.fr, isaconso.fr

Talent Acquisition and Management

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 2 - 4th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Apply advanced recruiting techniques, assessment and sourcing strategies and master the skills required to create effective employee retention and engagement programs.

Content:

- Accessing the talent pool: the role of digital media JD analysis and CV screening techniques
- Advanced interview techniques
- Competence vs. non-competence
- S.T.A.R method - Assessment Diversity and inclusion: quotas and reverse discrimination
- Models
- Integration techniques
- How to manage your talent after induction: defining KPIs, types of appraisal, performance-related pay, employee engagement
- HR analysis
- Overview of a data-driven agenda

Teaching methods:

- Short lectures
- Activity-based learning
- Problem-based learning

Bibliography:

- <https://www.cipd.co.uk/>
- <https://www.recruiter.co.uk/>

Unternehmensführung

Promo/Year: E4

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: German

Type of course: Language Acquisition course (LV2)

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Développer une pratique professionnelle de l'allemand basée sur l'étude des stratégies d'entreprise.

Content:

- Partie 1 : Les principaux acteurs de l'industrie allemande
 - 1) Les acteurs mondiaux
 - 2) L'épine dorsale de l'économie allemande : Le Mittelstand
 - 3) L'Allemagne en tant que centre d'innovation : Les champions cachés
- Partie 2 : La stratégie d'entreprise
 - 1) L'analyse SWOT
 - 2) Le marketing mix
- Partie 3 : Le leadership d'entreprise : Les 7 styles de leadership les plus courants
- Partie 4 : Allemagne/France : les différences interculturelles

Teaching methods:

- Brainstorming ; Travaux de groupe ; Débat : échange/discussions/argumentations/feedback

Bibliography:

- zumfachwirt.de // blog.hubspot.de // mehr//fuehren.de // personalwissen.de // connexion-emploi.com // kapilendo.de // dw.com // netzwoche.ch // bmwi.de // focus.de // handelsblatt.com // bmwi.de // tagesschau.de // ard.de // ...

E5 COURSES

Droit du travail pour le manager

Promo/Year: E5

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ Savoir analyser les relations professionnelles employeur / collaborateur sous un angle juridique
- ✓ Savoir appliquer et faire appliquer les règles de base du droit du travail français

Content:

- La formation du contrat de travail (embauche, clauses et type de contrat)
- L'exécution du contrat de travail (temps de travail, pouvoir disciplinaire, santé au travail)
- La rupture du contrat de travail (démission, licenciement, rupture conventionnelle)

Teaching methods:

- Cours en face à face
- Etude de cas

Bibliography:

- Sites des éditeurs de contenu juridique (Dalloz, LexisNexis...) ou du gouvernement français, en vérifiant toujours la date de fraîcheur des informations communiquées.
- Mémentos d'introduction au droit et au droit des obligations

E-procurement

Promo/Year: E5

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 1 - 5th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Identify the challenges and limits of digitising purchasing and the difference between e-procurement and e-sourcing.
- ✓ Knowing how to audit a purchasing process to prepare for the implementation of its digitisation.

Content:

- The difference between E-Procurement and E-Sourcing.
- The issues, the limits and the future of the digitalization process.
- Procurement Process and Audit. Implementation of E-Procurement.

Teaching methods:

- Face-to-face courses

Bibliography:

- E-Procurement from strategy to implementation by Dale Neef

International Corporate Finance

Promo/Year: E5

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understanding and analysing an organisation's financial situation.
- ✓ Knowing how to position an organisation in its financial context.
- ✓ Make managerial decisions concerning business financing/restructuring projects.

Content:

- A detailed overview of financial analysis with calculated examples from specific industrial sectors in France and abroad.
- A detailed explanation of the various financial transactions (mergers & acquisitions, spin-offs and joint ventures).
- A definition of transaction synergy with a strong link to corporate and business strategy.
- A financial analysis of alternative organisational structures (foundations, charities, NGOs and social enterprises).
- A guided introduction to the calculation of financial and social return on investment. A brief foray into financial and stock market investment strategies, including FinTech and blockchain.
- The ultimate aim is not just to calculate ratios and analyse, but to get students to interpret the analysis and draw conclusions about overall organisational strategies and managerial decision-making.

Teaching methods:

- Detailed lectures, worked examples and case studies.
- Students work in groups and focus on specific companies or industries.
- Achieving a balance between financial analysis of organisations.

Bibliography:

- All updated course materials are provided with sample calculations and case study analyses.
- Students select and download their organisation's annual reports/financial statements.

International Marketing

Promo/Year: E5

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 1 - 5th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Discover the many tactics for promoting a product or service internationally.
- ✓ Identify the success factors for international expansion by analysing the practices of B2B and B2C companies worldwide.

Content:

- Introduction to international marketing
- Briefing on group assignment
- Key elements to an international marketing strategy
- How digital marketing empowers the international marketing tactics
- How to take multicultural aspects into account when managing internationally
- Case studies: L'Oréal & MacDo
- Best practices in implementing international marketing strategies
- Assignment presentation

Teaching methods:

- Theoretical concepts and best practice in solving a business case

Process d'Amélioration continue

Promo/Year: E5

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 1 - 5th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Social Entrepreneurship

Promo/Year: E5

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Elective 1 - 5th year

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understanding how to address the SDGs in developing countries through social entrepreneurship.

Content:

- Students will embark on a special interactive experiential journey:
- We will divide the class into groups and they will each have a tour of the community and a fun activity with the local community - dance, cooking, arts... Then they will discover the challenges the community is currently facing (Focus on Education and Environment).
- The aim of this experience is to show students that as social entrepreneurs, we need to connect with communities first as a springboard to creating social innovations that meet real human needs.
- Structure of the modules :
- 1. Survey: Introduction to the SDO/industry
- 2. Ideation: The student creates the iceberg model with the entrepreneur and his/her community: local community, scholars...
- 3. Discover innovative solutions: Live discovery session projects addressing the SDGs/industries
- Storytelling - how have social entrepreneurs changed their lives?

Teaching methods:

- Highly interactive approach with pre-recorded modules, live sessions with speakers, entrepreneurs and other experts.
- Students are asked to take on the role of advisor and make recommendations accordingly.

Bibliography:

- All teaching materials are supplied by MAD.

TEC1 COURSES

Chat GPT self learning

Promo/Year: TEC1

Nb of hours: 15.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Economie de marché

Promo/Year: TEC1

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Comprendre les fondamentaux de la macro et micro économie
- ✓ S'approprier des bases théorétiques des différentes écoles de pensée
- ✓ Approfondir les liens entre ces théories et le monde des affaires

Content:

- Comme son nom l'indique, une économie de marché est une organisation de la production dans laquelle les variables économiques fluctuent en fonction des forces du marché, autrement dit de l'offre et de la demande, avec une intervention minimale de l'Etat.
- Dans une économie de marché, les moyens de production sont détenus pour l'essentiel par des acteurs privés qui visent la maximisation du profit. Dans une telle économie, l'Etat a cependant un rôle à jouer : il assure les fonctions régaliennes et fixe le cadre légal dans lequel s'effectue la concurrence.
- Le rôle de l'Etat dans la vie économique varie selon les pays. Par exemple, dans les pays anglo-saxons de tradition plutôt libérale, l'intervention de l'Etat dans l'économie est limitée. Dans les pays d'Europe continentale, bien qu'il s'agisse d'économies de marché, l'Etat intervient plus largement dans l'économie.
- Les avantages et les inconvénients d'une économie de marché en soulignant des exemples différents.

Teaching methods:

- Cours magistraux et travaux dirigés.

Bibliography:

- Tous les supports pédagogiques (documents, articles, cas et exercices) sont fournis par l'intervenant.

English Communication Skills 1

Promo/Year: TEC1

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Develop written and oral communication skills in English
- ✓ Broaden the mastery of commercial and general vocabulary
- ✓ Based on defined themes, develop the ability to present, debate, describe and understand

Content:

- Introduce themselves/Introduce others
- Talk about rules and regulations
- Write a personal profile
- Describe a place
- Make simple requests
- Dates and Times
- Introduce a company
- Compare & contrast
- Expressing opinions

Teaching methods:

- Interactive activities, discussion, group work

Bibliography:

- <https://www.ted.com>
- <https://www.fooddive.com/>
- <https://learnenglish.britishcouncil.org/>
- <https://www.medtechdive.com>
- "Business Grammar and Practice" - Michael Duckworth

Enjeux climatiques et environnementaux

Promo/Year: TEC1

Nb of hours: 12.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Introduire les problématiques environnementales et les défis climatiques actuels.
- ✓ Découvrir les enjeux de marché liés à l'environnement : déforestation, agriculture intensive, surpêche, surconsommation

Content:

- Culture générale des grands enjeux climatiques
- Approche des concepts et parties prenantes de la RSE et du DD
- Exercice d'analyse autour des certificats et labels

Teaching methods:

- Cours magistraux
- Exercice de recherche et de présentation
- Discussion / Débats

Introduction à la gestion comptable et financière de l'entreprise

Promo/Year: TEC1

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ Maîtriser les outils fondamentaux de gestion
- ✓ Etablir des documents de gestion (factures)
- ✓ Comprendre et analyser des documents comptables (Bilan, compte de résultat)

Content:

- Toute entreprise qu'elle soit commerciale, industrielle ou prestataire de services et quelle que soit sa taille (entreprise artisanale, petite, moyenne entreprise ou multinationale) a pour objectif de réaliser un bénéfice. L'entreprise doit donc être gérée.
- Le décideur (cad celui qui assure la gestion de l'entreprise) fait des choix: investissement, emprunt, développement d'un produit, d'un secteur, embauche de personnes compétentes...
- Ses choix se fondent sur une analyse des données existantes ou prévisionnelles

Teaching methods:

- Cours magistraux et exercices pratiques

Bibliography:

- Tous les supports pédagogiques (documents, explications et exercices) sont fournis par l'intervenant.

Introduction au droit des affaires

Promo/Year: TEC1

Nb of hours: 16.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ S'approprier les bases du système juridique français
- ✓ Maîtriser les fondamentaux du droit des obligations

Content:

- L'élaboration du droit au niveau français et international
- Le système juridictionnel français
- Les obligations contractuelles
- Les obligations délictuelles

Teaching methods:

- Cours en face à face
- Etudes de cas

Bibliography:

- Sites des éditeurs de contenu juridique (Dalloz, LexisNexis...) ou du gouvernement français, en vérifiant toujours la date de fraîcheur des informations communiquées.
- Mémentos d'introduction au droit et au droit des obligations

Microéconomie

Promo/Year: TEC1

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% EXAM

Objective:

- ✓ S'approprier les concepts et raisonnements fondamentaux de la microéconomie pour mieux comprendre les comportements du consommateur et du producteur ainsi que le fonctionnement des marchés .

Content:

- Introduction : Analyse des comportements et modèles micro économiques.
- 2 - Equilibre partiel sur un marché concurrentiel (exemples et études de cas).
- 3 - La consommation des ménages (exemples et études de cas).
- 4 - L'investissement des entreprises en concurrence (exemples et études de cas).

Teaching methods:

- Cours magistraux et exercices.

Bibliography:

- Tous les supports pédagogiques (documents, cas et exercices) sont fournis par la professeure.

TEC2 COURSES

Analyse de données

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Élaborer une base de données sous Excel
- ✓ Savoir analyser un jeu de données avec les fonctions statistiques avancées sous Excel (Tendance, comparaison, écart type)
- ✓ Savoir piloter une activité avec des tableaux de bord sous Excel

Content:

- Préparation au cours sur les études de marché
- Introduction à l'analyse statistique sous Excel: Régression linéaire, tendance, croisement de données; Mise en graphique des résultats et interprétation (échelle, format)

Chat GPT self learning

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 15.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Droit commercial et droit des sociétés

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Comprendre le fonctionnement juridique de l'activité commerciale
- ✓ Savoir en maîtriser ses risques

Content:

- Le commerçant et l'activité commerciale
- Les sociétés commerciales
- Les entreprises en difficultés

Teaching methods:

- Cours en face à face
- Etudes de cas

Bibliography:

- Sites des éditeurs de contenu juridique (Dalloz, LexisNexis...) ou du gouvernement français, en vérifiant toujours la date de fraîcheur des informations communiquées.
- Mémentos de droit commercial et droit des sociétés

English Communication Skills 2

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 50% CC - 50% EXAM

Objective:

- ✓ Develop your practice of scientific, technological and business English
- ✓ Read and understand scientific and professional documents, reports and articles

Content:

- Strategies to keep conversations going
- Writing a summary
- Paraphrasing
- Nutrition/Obesity/Contagion industry articles: vocabulary building, comprehension and survey
- Write questions for press conference
- Describing graphs and trends/presenting graphs and numerical data/infographics
- Language of discussions
- Meetings

Teaching methods:

- Interactive activities, discussion, group work

Bibliography:

- <https://www.thelancet.com/>
- <https://www.forbes.com/>
- www.forvo.com
- <https://www.scientificamerican.com/>
- <https://www.bloomberg.com/europe>
- English Grammar in Use (Raymond Murphy)
- www.merriam-webster.com

Etudes de marché

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Savoir définir une approche pour étudier un marché, analyser les facteurs d'influence.
- ✓ Apporter une solution via la réalisation d'un sondage quantitatif ou qualitatif auprès d'un échantillon représentatif.

Content:

- Déroulement d'une étude de marché (phase de conception de l'étude de marché, phase de recueil de l'information, phase de traitement de l'information, phase de recommandation).
- Les différents types d'études : documentaire, qualitative, quantitative.
- => Caractéristiques, objectifs, méthodologies, outils utilisés.
- Techniques et outils de traitement de l'information.
- Cas pratique : mise en œuvre d'une méthodologie d'étude de marché.

Teaching methods:

- Les séances sont réparties en deux parties : théorique pour l'enseignement ; pratique pour réaliser les travaux dirigés (rédaction brief, questionnaire, programmation questionnaire ...).

Bibliography:

- Le questionnaire d'enquête, Henri BOULAN, (2015), DUNOD
- L'Inbound Marketing, Stéphane TRUPHEME, (2016), DUNOD
- INSEE, www.insee.fr
- Le blog de l'AFM, afmmarketingblog.wordpress.com/
- Le blog d'INIT blog.init-marketing.fr/

Expression de soi

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 10.00 hours

ECTS Credits: 1

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Développer sa créativité.
- ✓ Découvrir le fonctionnement de la pensée.
- ✓ Réaliser une œuvre artistique

Content:

- Travailler sa créativité à partir de souvenirs de rêves

Teaching methods:

- Compréhension de la physiologie du sommeil
- Constitution d'un corpus de souvenirs de rêves
- Exercices pratiques sur la représentation
- Production d'œuvres artistiques à partir des rêves collectés

Bibliography:

- Tobie Nathan « La nouvelle interprétation des rêves »

Impact TRSE

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 3,5

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Voyager à travers le monde pour comprendre des problèmes complexes et actuels du point de vue des personnes qui en subissent les conséquences.
- ✓ Rencontrer des entrepreneurs inspirants qui trouvent des solutions pour que les ODD deviennent une réalité

Content:

- Introduction au programme
- Comprendre la complexité des enjeux : Zambales Adventure part 1
- Découvrez comment les gens agissent dans leur propre communauté.
- Apprendre à maximiser l'impact - mini-défi commercial
- Agir en collaboration
- Présentation finale
- Réfléchir : quel peut être mon rôle à l'avenir ?

Teaching methods:

- La méthode d'enseignement comprend des sessions d'apprentissage à distance et d'orientation professionnelle, ainsi qu'un suivi des progrès de l'équipe et une présentation finale.

Bibliography:

- Toutes les sources bibliographiques et documentaires seront fournies par l'enseignant pendant le cours.

Management de projet

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 15.00 hours

ECTS Credits: 1

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Comprendre les fondamentaux du fonctionnement en mode projet : sémantique, phasage, contraintes, ressources
- ✓ Savoir cadrer un projet simple et mettre en place une planification prévisionnelle et équilibrée de celui-ci

Content:

- Introduction au management de projet
- La sémantique du projet
- Les parties prenantes des projets
- Le phasage d'un projet
- Waterfall et agilité
- La note de cadrage
- L'analyse des risques
- Les outils de planification

Teaching methods:

- Théorie
- Kahoot
- Cas pratique
- Travaux de groupes

New & Sustainable Economic Models

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understand the evolutions of the current economic contexts.
- ✓ Identify emerging business models
- ✓ Study their functioning, their implementation and their impact within organizations.

Content:

- Detailed overview of new alternative economic models in France and abroad (collaborative economy, SSE, digital economy and circular economy)
- Presentation of examples of social and solidarity enterprises, cooperatives and NGOs
- Analysis and comparison in different countries

Teaching methods:

- Contributions of the teacher
- Debates and presentations made by the student

Bibliography:

- All educational materials (documents, articles, web sources and case studies) are provided by the teacher.
-
-

Practical English for Living Abroad

Promo/Year: TEC2**Nb of hours:** 18.00 hours**ECTS Credits:** 2**Language:** English**Type of course:** Core curriculum**Evaluation type:** 100% CC

Objective:

- ✓ Supporting students who will do internships in the English-speaking world

Content:

- To be used only with the express permission of the author - Course programme
- 1) Sharing culture - The importance of recognising where you are and where you've been
- 2) Under the weather - Get sick, doctor, rest, inform relevant parties
- 3) Family/ Friend/ Colleague - The importance of relationships in different cultures Mixing and adapting to the culture
- 4) Going out / Drinking socially - The importance of the pub
- 5) Taking part / Cutting scenes - Making something out of nothing
- 6) Couples / Love / Marriage - The dating game
- 7) Foodie and the Inner Critic - Eating and what to say about it
- 8) Games -Playing and adapting to the unknown
- 9) Money / Goods -Sharing, boasting, spending, saving
- 10) Fights / Riots / Discord - Degrees of danger
- 11) Travel plans
- 12) CV + Cover Letter in the English-speaking world

Teaching methods:

- Interactive activities
- Discussion
- Short lectures

Bibliography:

- Eslbrains.com, TedED, Ted Talks, Netflix Documentaries, Psychology Today, Quizlet The New Yorker, Wired, New York Times Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation. John Wiley & Sons.

Techniques de vente

Promo/Year: TEC2

Nb of hours: 28.00 hours

ECTS Credits: 2,5

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Maîtriser les fondamentaux de la vente en intégrant les différentes étapes du processus de vente (l'entretien de vente en BtoB et BtoC)
- ✓ Comprendre les mécanismes de la vente et ses enjeux
- ✓ Acquérir des outils et évaluer son potentiel.

Content:

- Les différentes étapes de l'entretien de vente
- Communication interpersonnelle liée au secteur de la vente (synchronisation, communication positive)
- Merchandising de séduction

Teaching methods:

- Mise en situation
- Vidéos / sketches
- Présentations

TEC3 COURSES

Business Finance & Financial planning

Promo/Year: TEC3

Nb of hours: 12.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Understand the importance of finance in managerial decision making.
- ✓ Analyze a financial report, compare and measure the financial performance of companies.
- ✓ Calculate a budget and perform basic accounting operations.

Content:

- Financial analysis integrating the calculation of several ratios.
- Understand the financial and non-financial context of business operations of a listed company in a particular industry sector.
- Analysis and comparison with a direct competitor in the same industry.
- Interpret results and draw conclusions about the financial health of listed companies and particular industry sectors.
- Understand the basics of budgeting in a commercial/operational context (recruitment, training, business travel, setting up a website and social networks, renting an office or a warehouse, creating a subsidiary in France or abroad.
- Gain a reassuring understanding of basic cash flow, working capital, and budget calculations through various case study examples.

Teaching methods:

- Lectures to take up the fundamentals and explain the methods of the various group works (presentations, analyses, calculations, etc.) as well as the use of Excel.

Bibliography:

- All educational materials (documents, articles, web sources and case studies) are provided by the teacher.
- Students must download company financial reports and other documents. These documents are available on the Internet.

Commerce international

Promo/Year: TEC3

Nb of hours: 24.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Acquérir les connaissances de base en matière de commerce international
- ✓ Analyser un marché étranger dans un contexte international
- ✓ Conduire une mission à l'export

Content:

- Le contexte économique-politique favorable au développement des échanges internationaux.
- Le choix d'un marché cible
- Marketing MIX à l'export (le prix, le produit, la communication, la distribution)
- Les INCOTERMS
- La prospection export
- L'offre commerciale
- Les paiements en Commerce International

Teaching methods:

- Cours en face à face illustré par des exemples concrets
- Projet (par groupes de 2 ou 3) consistant en la simulation d'une mission export dans le secteur santé/pharma/cosmétique

Bibliography:

- Gervais, F. et al. (2020). Exporter : pratique du commerce international / (27e édition.). Sup Foucher

Management de l'innovation

Promo/Year: TEC3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ S'approprier les concepts et les outils du management de l'innovation

Syllabus to be edited

Marketing digital

Promo/Year: TEC3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Comprendre les concepts et les outils du e-marketing
- ✓ Savoir concevoir une expérience client digitale
- ✓ Comprendre les différents leviers (acquisition, fidélisation, engagement)
- ✓ Construire un plan de communication pour optimiser la visibilité d'un site

Content:

- Comprendre l'importance du digital et ses incidences sur le business et sur le marketing
- Les nouveaux Business Models : freemium, abonnement, DNVB...
- Construire la stratégie digitale et la mettre en oeuvre : - ciblage/persona - proposition de valeur - nom de domaine - les incidences en termes de MKG opérationnel
- Définir l'expérience utilisateur
- Les différents type de ciblage
- La data/IA: améliorer sa connaissance client. Optimiser le ciblage, la personnalisation
- Les leviers de création de trafic : SEO, la recherche par la voix, SEA et liens sponsorisés, display, affiliation, brand contente
- Les leviers de fidélisation : emailing, newsletter, mobile Définir et activer sa stratégie Social Media

Teaching methods:

- Cours en présentiel. Alternance de cours et de mises en pratique : exercices/études de cas.

Bibliography:

- Marketing digital. Ed.Pearson
- Le plan marketing et communication digital. Ed. Dunod
- Le grand livre du marketing digital. Ed.Dunod
- Digital marketing 2020. Ed. ebg

Practical English for Living Abroad

Promo/Year: TEC3

Nb of hours: 18.00 hours

ECTS Credits: 2

Language: English

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

- ✓ Supporting students who will do internships in the English-speaking world

Content:

- To be used only with the express permission of the author - Course programme
- 1) Sharing culture - The importance of recognising where you are and where you've been
- 2) Under the weather - Get sick, doctor, rest, inform relevant parties
- 3) Family/ Friend/ Colleague - The importance of relationships in different cultures Mixing and adapting to the culture
- 4) Going out / Drinking socially - The importance of the pub
- 5) Taking part / Cutting scenes - Making something out of nothing
- 6) Couples / Love / Marriage - The dating game
- 7) Foodie and the Inner Critic - Eating and what to say about it
- 8) Games -Playing and adapting to the unknown
- 9) Money / Goods -Sharing, boasting, spending, saving
- 10) Fights / Riots / Discord - Degrees of danger
- 11) Travel plans
- 12) CV + Cover Letter in the English-speaking world

Teaching methods:

- Interactive activities
- Discussion
- Short lectures

Bibliography:

- Eslbrains.com, TedED, Ted Talks, Netflix Documentaries, Psychology Today, Quizlet The New Yorker, Wired, New York Times Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation. John Wiley & Sons.

TEC4 COURSES

Créativité d'entreprise

Promo/Year: TEC4

Nb of hours: 48.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited

Service Learning - Réparabilité

Promo/Year: TEC4

Nb of hours: 30.00 hours

ECTS Credits: 4

Language: French

Type of course: Core curriculum

Evaluation type: 100% CC

Objective:

Syllabus to be edited