

Syllabus

/ [sil(l)abys]

2023 – 2024

Licence

Mention

Sciences et Technologies

Parcours

Systèmes d'Information et
Développement Commercial



IAE MONTPELLIER
École Universitaire
de Management



Bâtiment 29
Place Eugène Bataillon
34 095 Montpellier
Tél. 04.67.14.38.65



SYLLABUS

Systeme d'Information et Contrôle de Gestion

Informations générales

Contacts :

Responsable pédagogique :

CORINNE JANICOT

CORINNE.JANICOT@umontpellier.fr

Liens UM : <https://www.umontpellier.fr/>

Secrétariat pédagogique :

LABONTU Aurica

iae-scolarite-licence@umontpellier.fr

Service scolarité :

Le service de scolarité de l'institut d'Administration des Entreprises (IAE) est ouvert tous les jours aux heures d'ouverture du bureau afin de répondre à vos questions concernant votre inscription administrative ou pédagogique, délivrer le scolpass ; certificat de scolarité. Il vous accompagne dans vos demandes de transfert de dossiers, de remboursement des droits d'inscription (en cas d'annulation ou d'exonération).

Vous trouverez sur le lien toutes les procédures relatives à vos démarches; accès ENT, Modalités de contrôles de connaissances, la charte des examens, procédure de redoublement, retrait de diplôme ou de duplicata.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/scolarite/>

Contact : iae-scolarite@umontpellier.fr

Service relations entreprises :

Lien privilégié entre les entreprises et les étudiants de l'IAE, le service des Relations Entreprises se tient à votre disposition pour répondre à vos besoins en termes de recrutement (alternance, stage, mission, emploi), d'échanges (organisation du stage-dating, conférences, concours de vente, gala...) et de partenariats.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/stages-iae>

Contact : iae-entreprises@umontpellier.fr

Service formation continue :

La Formation Continue s'adresse au public non étudiant : aux salariés du secteur public ou du secteur privé (CDD, CDI, Intérimaires...), aux professions libérales, aux chefs d'entreprise ainsi qu'aux personnes en recherche d'emploi souhaitant reprendre leurs études.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formation-continue>

Contact : iae-formationcontinue@umontpellier.fr



Service relations internationales :

Le service des relations internationales a pour mission de vous accompagner dans vos démarches liées à la mobilité internationale. Il vous conseille sur les destinations et type d'universités partenaires. Il assure le suivi de votre candidature et le choix des cours dans l'établissement d'accueil, et centralise également les informations sur les bourses de mobilité et les modalités de demande. Pour certains parcours la mobilité est obligatoire. Hors ces parcours obligatoires vous pouvez consulter la procédure de mobilité ou allez-vous renseigner directement auprès des collègues du service des relations internationales en vous connectant sur le lien.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/institut/les-ri-a-l-iae>

Contact : ri.iae@um2.fr

L'espace numérique de travail (ENT) :

Un espace numérique de travail (ENT) désigne un ensemble intégré de services numériques choisis et mis à votre disposition pour les étudiants :

Les modalités d'accès à votre ENT sont disponibles via le lien suivant :

https://infoservices.umontpellier.fr/CUMDocENT/index_etu_activer_cpt.html

- **Moodle** : dépôts de mémoire / suivi de cours
- **Planning** : consultation de l'emploi du temps selon le parcours
- **Antiplagiat** : vérification plagiat avant dépôt de document
- **Ma scolarité** : relevés de notes.

Module réclamations :

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formulaire-reclamation>

L'alternance et la formation continue :

Les différents CFA présents à l'IAE :

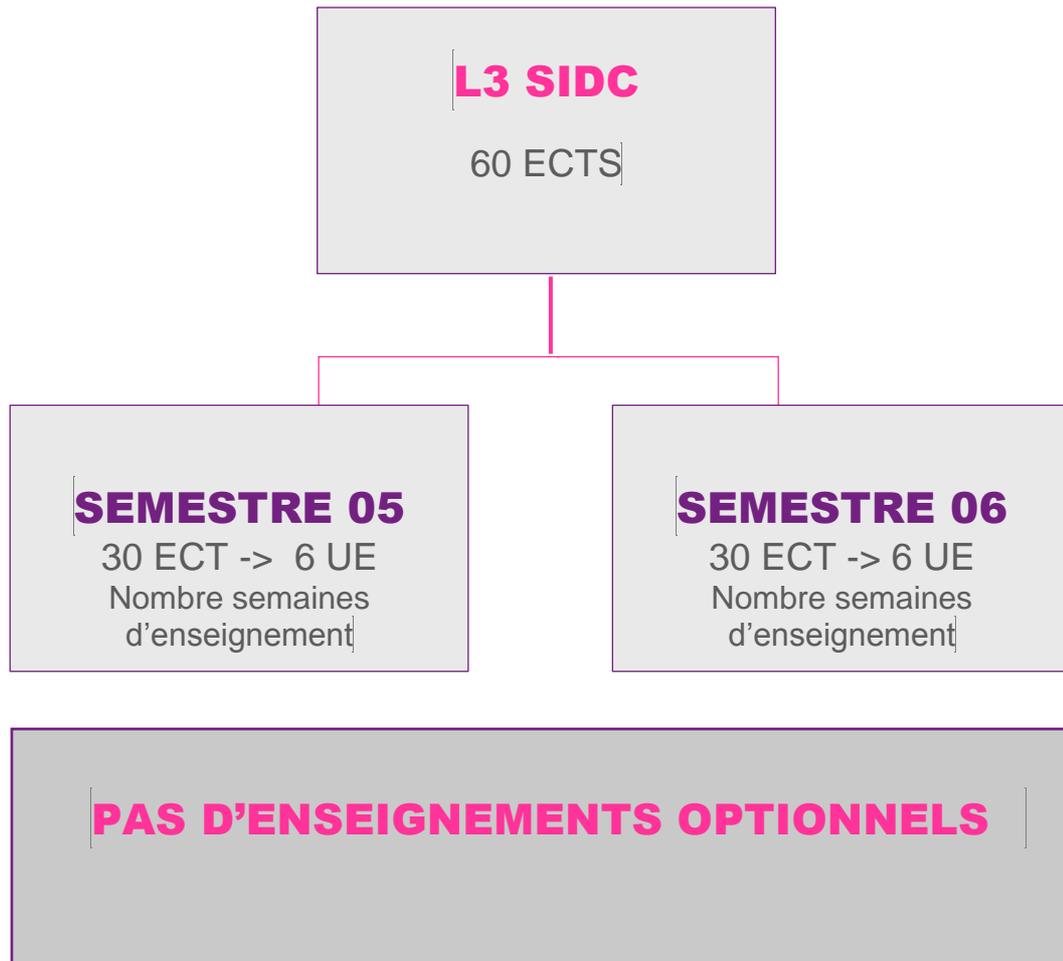
- CFA LR : <http://www.ensuplr.fr/>
- CFA Formaposte : <http://www.formaposte-mediterranee.fr/>
- CFA Difcam : <http://www.difcam.com/>

Pour toutes questions relatives au contrat d'apprentissage, merci de contacter le service Relations Entreprises : iae-entreprises@umontpellier.fr

- Pour toutes questions relatives au contrat de professionnalisation ou à la formation continue merci de contacter le service Formation continue : iae-formationcontinue@umontpellier.fr



ORGANISATION PEDAGOGIQUE DES SEMESTRES



CALENDRIER FORMATION :

<https://iae.umontpellier.fr/fr/institut/calendriers-formation>

SEMESTRE	Code UE	ECTS	Lib UE	Intitulé enseignement	INTERVENANT	Universitaire HEURES
S5	AALSGM01	5	Simulation de gestion	Jeu d'entreprise	JANICOT Corinne	15
				Pilotage comptable	JANICOT Corinne	15
S5	AALSGM02	5	Pilotage juridique et Financier	Droit	BOUVIALA Grégory	15
				Pilotage financier	STEPHANY Eric	15
S5	AALSGM03	5	RSE & Management interculturel	RSE	LOUBES Anne	15
				Management interculturel	AUTCHARAPORN Somsing	15
S5	AALSD001	5	Développement portefeuille client	Management de la relation client	PLEGAT Nathalie	15
				Animation commerciale	MINGAUD Julien	15
S5	AALSD002	5	Marketing opérationnel	Marketing B to B	MAGNIN Nathalie	15
				Pilotage Force de vente	FOURNIER Christophe	15
S5	AALSX01	5	Pilotage des performances 1 (au choix 1 ou 2)	Pilotage budgétaire & des coûts1	EVANGELISTI Sylvie	15
				Indicateurs marketing	MAGNIN Nathalie	15
S5	AALSX02	5	Pilotage des performances 2 (au choix 1 ou 2)	Pilotage des performances 2	EVANGELISTI Sylvie	15
				Indicateurs marketing	MAGNIN Nathalie	15



UE 1 : Simulation de gestion Titre/title : Jeu d'entreprise	Volume horaire/nb of Hours : 15 heures CM L3 SICG
Enseignant /lecturer: JANICOT Corinne	
Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif de ce cours est de sensibiliser les étudiants à la gestion de tous les aspects d'une entreprise sur un marché concurrentiel à travers une simulation de gestion. Les étudiants développent des capacités d'analyse, de pilotage et de diagnostic stratégique. Compétences managériales/Managerial competencies: Capacités de pilotage et de prise de décision en environnement concurrentiel, management global d'une entreprise, travail en équipe	
Plan du cours/ Contents : - Présentation des principes du jeu et notions de comptabilité à travers les documents (compte de résultat, bilan et trésorerie) - 6 sessions de décisions - Bilan et évaluation	
Evaluation/Final examination : dossier	
Mots Clés : serious game - stratégie - simulation - marché concurrentiel	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



UE 1 : Simulation de gestion Titre/title : Pilotage comptable	Volume horaire/nb of Hours : 15 heures CM L3 SICG
Enseignant /lecturer : Corinne Janicot	
Objectifs du cours/Learning objectives: - Comprendre les concepts et principes généraux de la Comptabilité Générale (/Financière). - Acquérir les connaissances de base de la Comptabilité Générale (/Financière.) Compétences managériales/Managerial competencies: Etre capable d'interpréter et traduire une transaction/opération économique en langage comptable. - Etre capable d'anticiper les conséquences de la prise en compte d'une transaction/opération économique dans le processus de production de l'information comptable. - Etre capable de donner du sens aux états financiers de l'entreprise (output du processus comptable) et aux différentes sous rubriques composant ces états financiers.	
Plan du cours/ Contents: - Présentation de l'approche en partie double de la comptabilité prévalant aux enregistrements comptables - Approche de la logique d'enregistrement comptable (approche par les flux et par les notions d'emploi/ressource) - Présentation et utilisation des comptes en T - Etude des différents documents comptables et financiers produits par le système d'information comptable (journaux, Grand Livre, Balance, Compte de Résultat, Bilan) - Etude approfondie du lien très étroit Compte de Résultat Bilan et de l'articulation dynamique de ces documents au cours des exercices comptables successifs. (Etude d'un cas d'Entreprise sur plusieurs périodes). - Enregistrements des opérations économiques journalières (achat, vente, TVA sur factures, emprunt, créances...)	
Evaluation/Final examination: - Un contrôle individuel écrit de 2h00 portant sur l'interprétation, l'enregistrement au journal et l'analyse comptable et financière d'opérations et transactions économiques de l'entreprise ainsi que des états financiers de l'entreprise.	
Mots Clés : Comptabilité Générale, partie double, Etats Financiers, Résultat, Bilan, balance	
Bibliographie (facultative) Bibliography : DCG 9- Introduction à la Comptabilité : Manuel et Applications, 2017-2018, Ed. DUNOD , C. DISLE, R. MASEO, M. MEAU	



UE 2 Pilotage juridique et financier Titre/title : Droit des contrats	Volume horaire/nb of hours 15 heures CM L3 SICG
Enseignant/lecturer : Grégory BOUVIALA	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives :</p> <p>Le droit des contrats est fondé sur le lien entre le droit civil et le droit commercial. On ne peut aborder sereinement les disciplines du droit civil et du droit commercial sans une connaissance approfondie du droit des obligations.</p> <p>L'objectif de ce cours est de présenter les notions fondamentales du droit du contrat : sa négociation, sa validité, son exécution et son inexécution.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies :</p> <p>Plan du cours/Contents : 5 séances de 3h</p> <p>Description :</p> <p>Le droit des contrats a fait l'objet d'une importante réforme le 10 février 2016 C'est une matière essentielle à la compréhension de l'ensemble du droit privé. Ce cours s'organise en 5 leçons de 3 heures. Après une leçon consacrée à la l'acquisition des notions fondamentales du droit et des organisations judiciaires, les leçons suivantes peuvent être regroupées en trois axes.</p> <ol style="list-style-type: none">1. – Le premier est celui de la formation du contrat. Il traite de la négociation du contrat et de sa validité (consentement, capacité, contenu et forme). Si les conditions de validité ne sont pas satisfaites, le contrat encourt des risques juridiques.2. – Le deuxième est celui de l'exécution du contrat. Le contrat a un effet obligatoire pour les parties et un effet relatif à l'égard des tiers. L'un et l'autre de ces effets subissent néanmoins de profondes atténuations.3. – Le troisième est celui des sanctions de l'inexécution. Si le contrat n'est pas correctement exécuté, le créancier peut recourir à différents moyens afin d'obtenir la satisfaction de laquelle il a été privé et l'indemnisation des préjudices éventuellement subis.	
Evaluation/ Final examination : Examen final Ecrit	
<p>Mots Clés : Les contrats synallagmatiques et unilatéraux - Les contrats à titre onéreux et à titre gratuit - Les contrats commutatifs et aléatoires - Les contrats nommés et innomés - Les contrats consensuels et non-consensuels - Les contrats à exécution instantanée et successive - Les contrats de gré à gré et d'adhésion - Le principe de l'autonomie de la volonté - L'évolution du droit des contrats - Le consentement - L'erreur – Le dol – La violence - La capacité des parties – La représentation - Le contenu du contrat – Les clauses abusives - Le formalisme des contrats réels et solennels - Le formalisme probatoire et le formalisme d'opposabilité - L'annulation du contrat – La caducité - La force obligatoire du contrat – L'imprévision - L'effet relatif et l'opposabilité du contrat - La cession de contrat - L'inexécution du contrat – La force majeure – L'exécution forcée en nature - La réduction de prix – L'exception d'inexécution – La résolution - La responsabilité civile contractuelle</p>	



Bibliographie (facultative)/Bibliography:

- A. BÉNABENT, Droit civil, Les obligations, édition, Montchrestien, Domat
Ph. BRUN, Responsabilité civile extracontractuelle, Litec, Manuel
R. CABRILLAC, Droit des obligations, Dalloz, Cours
J. CARBONNIER, Droit civil, tome IV, Les obligations,
PUF, Thémis
F. CHABAS, Leçons de droit civil, tome 2, 1ère partie, Obligations : théorie générale, LGDJ,
Montchrestien
M. FABRE-MAGNAN, Les obligations, PUF, Thémis
J. FLOUR, J.-L. AUBERT et E. SAVAUX, Les obligations, A. Collin, tome 1, L'acte
juridique; tome 2, le fait juridique
E. GAUDEMET, Théorie générale des obligations, Dalloz
J. GHESTIN, C. JAMIN et M. BILLIAU, Traité de droit civil, Le contrat : la formation - Le
contrat : les effets
L. GRYNBAUM, Droit civil : Les obligations, Hachette, HU Droit
C. LARROUMET, Droit civil, Les obligations : le contrat, Economica
Ph. MALAURIE, L. AYNÈS, Les obligations : responsabilité délictuelle, tome 1 et Les
obligations : contrats et quasi contrats, tome 2, Cujas
Ph. MALINVAUD, Droit des obligations, Litec· J.-M. Mousseron, Technique contractuelle,
éd. Francis Lefebvre
F.-J. PANSIER et Ph. DELEBECQUE, Droit des obligations : responsabilité civile, délit et
quasidélit, Litec, coll. Objectif droit; Contrat et quasi-contrat, objectif droit, Litec
Ph. LE TOURNEAU, Droit de la responsabilité et des contrats, Dalloz action
H. ROLAND et L. BOYER, Obligations, Litec, tome 1, Responsabilité délictuelle, tome 2
contrat - A. Sériaux, Les obligations, 2e éd. PUF



UE 2 : Pilotage juridique et financier Titre/title : Pilotage financier	Volume horaire/nb of Hours : 15 heures CM L3 SICG SIDC
Enseignant /lecturer: ERIC STEPHANY	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>L'objectif est de présenter les outils et méthodes de base nécessaires à la prise de décision en matière financière et leurs liens avec la fonction contrôle de gestion (15 heures). La première partie du cours est consacrée à un approfondissement des outils et méthodes du diagnostic financier d'entreprise. La décision financière et son pilotage seront ensuite abordés à travers l'étude des principales décisions (investissement et financement). La deuxième partie du cours abordera les problématiques juridiques dans le domaine du pilotage des entreprises et le droit de contrats (15 heures).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Introduction</p> <p>Analyse des performances de l'entreprise</p> <p>Analyse de la structure de Financement</p>	
<p>Evaluation/Final examination :</p> <p>100 % Etude de cas par groupe</p> <p>Consignes et dépôt devoir sur Moodle.</p>	
<p>Mots Clés :</p> <p>Bibliographie (facultative) Bibliography : http://ressources.auneg.fr</p> <p>(voir les cours de KOEHL et GARROT, TADJEDDINE Yamina, DARBELET Michel)</p>	



UE 3 : RSE et Management Interculturel Titre/title : RSE	Volume horaire/nb of 10 heures CM 5 heures hybrides L3 SICG-SIDC
Enseignant /lecturer: Anne LOUBES	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Ce cours a pour ambition de sensibiliser les étudiants aux enjeux de la RSE en intégrant ceux de la transition écologique. Afin de bien appréhender ces notions, une large part de l’enseignement sera consacré à l’analyse des différentes approches de la RSE ainsi que des principaux outils. De même, en incluant également la transition écologique, des cas d’entreprises performantes dans ce domaine seront analysés.</p> <p>A travers cet enseignement, nous souhaitons démontrer que la RSE repose sur des projets souvent innovants. Dans le cadre des actions menées par l’IAE et de son engagement PRME, les étudiants devront être forces de proposition afin de développer des actions dans ce domaine.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <ul style="list-style-type: none">- Comprendre les notions de RSE et de transition écologique,- Comprendre les dynamiques de gouvernance et les principes de gestions induits,- Savoir mobiliser les normes et labels comme signes de reconnaissance.	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">• Définitions et approches de la RSE vers la transition écologique• Les différents outils de pilotage et de reconnaissance• Construire un projet de Transition Écologique, Sociale ou Sociétale pour IAE	
<p>Evaluation/Final examination :</p> <p>L’évaluation sera réalisée dans le cadre d’un contrôle continu incluant</p> <ul style="list-style-type: none">- la réalisation d’un projet IAE (50%)- un devoir écrit (50%) 1H30	
<p>Mots Clés :</p> <p>RSE, RSO, Transition écologique, normes, label, parties prenantes, gouvernance.</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p> <p>S’engager pleinement pour une responsabilité sociale des entreprises : guide pratique à usage des organisations – SGS Fédération Syntec (2020)</p> <p>https://www.syntec.fr/wp-content/uploads/2020/10/rse_syntec_2020_def.pdf</p>	



UE 3 RSE et Management interculturel Titre/title : Management interculturel	Volume horaire/nb of Hours 10 h CM/ 5 h hybrides L3 SICG SIDC
Enseignant /lecturer : AUTCHARAPORN Somsing	
Objectifs du cours/Learning objectives : A la fin de ce cours, les étudiants doivent : <ul style="list-style-type: none">- Comprendre les différentes cultures et être plus ouvert d'esprit concernant les autres cultures- Être capable d'expliquer les différentes dimensions culturelles et capable de les appliquer dans différents contextes- Avoir une intelligence émotionnelle permettant de gérer les conflits- Être capable de travailler avec des personnes de cultures différentes et savoir manager dans un contexte interculturel	
Plan du cours/ Contents: <ol style="list-style-type: none">1. Dimensions culturelles2. La gestion des conflits3. Intelligence Culturelle4. D'ouest en est	
Evaluation/Final examination : Etude de cas groupe (50%) + oral individuel (50%) (Team+individuel) Session 2 : oral 15 min à 60 min	
Mots Clés : Intelligence culturelle, Hofstede, Conflits, Negociation	
Bibliographie (facultative) Bibliography : Mayrhofer, U. (2017). Management interculturel: Comprendre et gérer la diversité culturelle. Vuilbert. Meier, O. (2013). Management interculturel : Stratégie, organisation, performance. 5th ed. Dunod.	



UE 4 : Développement portefeuille client Titre/title : Management de la relation client	Volume horaire/nb of Hours 15 heures L3 SIDC- S5
Enseignant /lecturer: PLEGAT Emilie	
Objectifs du cours/Learning objectives: Former les étudiants aux problématiques de gestion et d'aide à la décision commerciale en proposant un aperçu des différents outils et méthodologies d'analyses existants ainsi que des applications en contexte organisationnel. Compétences managériales/Managerial competencies:	
Plan du cours/ Contents: <ol style="list-style-type: none">1. Le management de la relation client : définition / secteur d'activité / exemples d'applications / les apports managériaux...2. Les données : utilité / constitution d'une base de données / enrichissement / les sources de données / les Big Data...3. Les méthodes d'analyses : segmentation, régression, classification4. Applications des méthodes d'analyses sur jeux de données tests	
Evaluation/Final examination : Contrôle continu	
Examen écrit mi-parcours + Exercice pratique	
Mots Clés : Analyse de données, Segmentation, Classification , Machine learning, Big Data	
Bibliographie (facultative) Bibliography : - Lambi, Jean-Jacques, Moerloose, Chantal de, 2016, Marketing stratégique et opérationnel : La démarche marketing dans l'économie numérique Ed. 9 - Lefébure, René, Venturi, Gilles, 2011, Gestion de la relation client : Edition 2005 Ed. 2 - Ray, Daniel, Sabadie, William, 2016, Marketing relationnel : Rentabiliser les politiques de satisfaction, fidélité, réclamation Soulez, Sébastien, 2020, Le marketing : Marketing stratégique et opérationnel Comportement de l'acheteur et CRM Marketing digital Ed. 9 - Soulez, Sébastien, Halla, Said, Himber, Thierry, 2020, Exercices avec corrigés détaillés - Marketing : Marketing stratégique et opérationnel - Comportement de l'acheteur et CRM - Marketing digital Ed. 8	



UE 4 : Développement portefeuille client Titre /title Animation commerciale	Volume horaire/nb of Hours 15 heures CM L3 SIDC – S5
Enseignant /lecturer: Julien Mingaud	
Objectifs du cours/Learning objectives: <ul style="list-style-type: none">- Maîtriser les techniques d'animation et leurs outils- Superviser efficacement son équipe pour générer de la performance et développer les ventes au sein d'une animation.	
Compétences managériales/Managerial competencies: <ul style="list-style-type: none">- Maîtriser les éléments d'une animation commerciale visant au développement du CA de son portefeuille clients en B-to-B et B-to-C- Savoir sélectionner, chiffrer, organiser, théâtraliser et rentabiliser des animations de types foires, salons, JPO, Roadshow, Webinar- Manipuler les outils informatiques permettant de piloter son équipe et préserver la validité du portefeuille, optimiser la conquête et la fidélisation des clients.	
Plan du cours/ Contents: 1. Prospection commerciale Sourcing et constitution d'un fichier qualifié Outils traditionnels : Mailing, phoning, SMS, ISA, ICM... Outils digitaux : Capture d'annuaire, e-mailing, Inbound marketing, Growth hacking, CRM, Social Selling Aspects juridiques : RGPD 2. Animation Foires / Salons / JPO / Roadshow / Webinar Objectifs, supports, organisation, coûts, rentabilité, suivi et fidélisation. 3. Merchandising Règles d'agencement, théâtralisation d'une animation commerciale, marketing sensoriel 4. Stimulation de l'équipe commerciale Techniques de stimulation individuelles, collectives, coaching, formation, tutorat, rémunération.	
Evaluation/Final examination : contrôle continu Évaluations en groupes + Pitch individuel <ul style="list-style-type: none">• Diagnostic et préconisations à réaliser en groupe autour de plusieurs cas d'entreprise• Présentations plénières• Débriefing <input type="checkbox"/> TD1 et 2 réalisés durant les séances : 50% en groupe <input type="checkbox"/> examen terminal oral 50% : étude de cas en group	
Mots Clés : salons, foires, jpo, roadshow, prospection, base de données, stimulation, coaching, formation, tutorat, rémunération.	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



UE 5 : Marketing opérationnel Titre /title : Marketing B2B	Volume horaire/nb of Hours 5 heures CM 10 heures hybrides L3 SIDC – S5
Enseignant : Nathalie MAGNIN	
Objectifs du cours : Comprendre les principaux leviers de gestion d'une force de vente Compétences managériales : Être capable de prendre et de faire appliquer des décisions simples concernant la gestion d'une force de vente.	
Plan du Cours 0- Introduction au contexte B2B et ses spécificités 1- Introduction 2- Le comportement d'achat et le centre de décision 3- Le marketing mix en B2B 4- La relation client et La segmentation en B2B 5- La vente en B2B 6-L'éthique dans la démarche B2B Ressources du cours en elearning Les concepts sont présentés sous forme de vidéos, les supports présentés dans ces vidéos seront mis à disposition des apprenants. Pour chaque notion de cours, des exercices ou applications sont proposés, suivis d'un questionnaire en auto-évaluation permettant de s'assurer que la notion présentée est assimilée. A la fin de chaque semaine de cours un quiz de synthèse est proposé.	
Evaluation 100% en CC 100 % écrit ou oral	
Mots Clés : marketing b2B, filière ; processus d'achat ; éthique marketing mix	
Webographie : http://ressources.auneg.fr/nuxeo/site/esupversions/e4019d3d-5f8e-454c-b59b-f357fab11223/co/ISOARD_web.html	



UE 5 : Marketing opérationnel	Volume horaire/nb of hours : 5 heures CM 10 heures hybrides L3 SICG – S5
Titre/title : Pilotage de la force de vente	
Enseignant/lecturer : Christophe FOURNIER	
Objectifs du cours/Learning objectives : Comprendre les principaux leviers de gestion d'une force de vente Compétences managériales/Managerial competencies : Etre capable de prendre et de faire appliquer des décisions simples concernant la gestion d'une force de vente.	
Plan du cours/Contents : Introduction Les commerciaux : une réalité hétérogène Structurer l'effort commercial Recruter une force de vente Rémunérer une force de vente Contrôler une force de vente	
Evaluation Final examination : Contrôle continu 100 % CC dépôt moodle	
Mots Clés : Commerciaux performance rémunération recrutement management	
Bibliographie/Bibliography : Fournier Christophe (2016) Le management de la force de vente, Editions Dunod Collection Topo Fournier Christophe (2012) Gestion de la force de vente, Editions Universaelis, Collection en ligne	



UE 6 - Pilotage des performances 1 (Au choix 1 ou 2) Titre/title : Pilotage budgétaire et des coûts 1	Volume horaire/nb of Hours 18 heures L3 SICG – SIDC Semestre 5
Enseignant /lecturer: Evangelisti Sylvie	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Garantir la cohérence des décisions courantes de l'entreprise avec la stratégie par les outils de pilotages. Préparer la prise de décision stratégique de l'entreprise. Le contrôle de gestion dans sa dimension technique doit permettre la maîtrise des coûts, et contribuer à la prise de décisions par des préconisations en matière de gestion et de production.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Etre en capacités de faire comprendre les choix réalisés par l'entreprise, de motiver par le suivi de la performance.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents :</p> <p>L'utilité du contrôle de Gestion et son rôle centralisateur dans l'entreprise.</p> <ul style="list-style-type: none">- Construction et interprétation des couts partiels- Le coût complet :<ul style="list-style-type: none">- Evaluations des stocks et prestation réciproques <p>Exercices pratiques</p> <ul style="list-style-type: none">- Méthodes des centres d'analyses <p>Exercices pratiques</p> <ul style="list-style-type: none">- Méthode ABC <p>Exercices pratiques</p> <ul style="list-style-type: none">- Imputation rationnelles <p>Exercices pratiques</p> <p>Le compte de résultat différentiel et le seuil de rentabilité</p> <p>Synthèse et préparation examen final</p>	
Evaluation/Final examination : Devoir sur table 3 h - cas d'entreprise	
Mots Clés : Charges fixes et variable – seuil de rentabilité – méthode des coût complets – méthode ABC – Méthode des coûts partiel – gestion de stocks	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p> <p>Contrôle de gestion – PLOT-VICARD, VIDAL -Edition VUIVERT</p> <p>Pilotage de l'entreprise et contrôle de gestion – René Demestère / P. LORINO- Editions DUNOD</p> <p>Contrôle de gestion – 20 fiches – B. Doriath - DUNOD</p>	



UE 6 - Pilotage des performances 2	Volume horaire/nb of Hours 18 heures CM L3 SICG - SIDC Semestre 5
Titre/title : Pilotage budgétaire et des coûts 2	
Enseignant /lecturer: Evangelisti Sylvie	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Garantir la cohérence des décisions courantes de l'entreprise avec la stratégie par les outils de pilotages. Préparer la prise de décision stratégique de l'entreprise. Le contrôleur de gestion dans sa dimension stratégique doit contribuer à la mesure de la performance des différents services et fournir des informations aux décisionnaires : le processus budgétaire.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Assurer le suivi des actions par la mise en place des budgets, analyse des écarts entre le réel et le prévisionnel, et proposer des mesures correctrices.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents: Budget : les concepts Articulation entre les différents budgets Les budgets outil de contrôle Gestion budgétaire : - Les budgets discrétionnaires - Les budgets opérationnels - Le budget de trésorerie Exercices appliqués Les écarts : principes généraux Analyse des écarts Tableau de bord et reporting Synthèse Préparation examen final par exercices appliqués.</p>	
Evaluation/Final examination : Devoir sur table 3 h – Cas d'entreprise	
Mots Clés : Budgets – plan d'action – stratégie – tableaux de bord – actions correctives - trésorerie	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography: - Contrôle de gestion – PLOT-VICARD, VIDAL -Edition VUIVERT - Pilotage de l'entreprise et contrôle de gestion – René Demestère / P. LORINO- Editions DUNOD - Contrôle de gestion – 20 fiches – B. Doriath - DUNOD</p>	



UE 6 : Pilotage des performances 1 et 2 Titre/title : Indicateurs marketing	Volume horaire/nb of Hours 15 heures CM L3 SICG- SIDC - S5
Enseignant /lecture : Nathalie MAGNIN	
Objectifs du cours/Learning objectives : Pouvoir calculer et analyser des indicateurs marketing afin de proposer un plan d'action opérationnel.	
Plan du cours/ Contents: Partie 1 – Qu'est ce qu'un indicateur marketing <ol style="list-style-type: none">1. Introduction générale2. Les évolutions des indicateurs marketing3. Construction d'un indicateur marketing Partie 2 – Les données utiles à la construction des indicateurs marketing <ol style="list-style-type: none">1. Les sources de données internes2. Les sources de données externes3. Les caractéristiques4. Le stockage5. L'exploitation6. Le traitement7. La légalité Partie 3 – Les principaux indicateurs marketing <ol style="list-style-type: none">1. Site internet2. Réseaux sociaux3. Campagnes Emailing4. Campagnes de publicité5. Inbound marketing6. Autres Partie 4 – Mise en place d'une stratégie basée sur des indicateurs marketing <ol style="list-style-type: none">1. Les outils2. Les méthodologies (descriptives, prédictives, la segmentation)3. Application générale	
Evaluation/Final examination : Projet à rendre (construction d'un rapport d'analyse descriptive (tableaux, graphiques, indicateurs...), à partir des données mises à disposition	
Mots Clés : Indicateurs marketing, analyse descriptive, segmentation, sources de données, outils d'analyse, indices de fidélité client, churn...	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	

SEMESTRE	Code UE	ECTS	Lib UE	Intitulé enseignement	INTERVENANT	Universitaire HEURES
S6	AALSD003	5	Business intelligence commerciale	Business intelligence	DOSSA Maximilien / MARSAL Christine	15
				Pilotage actions commerciales	MINGAUD Julien	15
S6	AALSD004	5	Management des collaborateurs	Animation des équipes	MALLET François	15
				Communication inter personnelle	MALLET François	15
S6	AALSGM04	5	Pilotage de projet et RH	Gestion de projet	MINGAUD Julien	15
				Management des ressources humaines	TAHRI Najoua	15
S6	AALSD005	5	Anglais	Anglais	CHIAVASSA Jessie	30
S6	AALSG006	5	Insertion professionnelle et Methodologie	Insertion professionnelle	CAZORLA William	15
				Methodologie	JANICOT Corinne	15
S6	AALSG007	5	Projet et Mission	Projet et Mission		



<p>UE7 – Pilotage des performances 3 Titre/title : Business Intelligence</p>	<p>Volume horaire/nb of hours : 15h L3 SICG S6</p>
<p>Enseignant /lecturer :</p> <ul style="list-style-type: none">• Christine Marsal (9 heures)• Maximilien Dossa (6 heures)	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <p>Avec la généralisation des bases de données relationnelles il y a quelques années, puis, plus récemment, des ERP, les entreprises disposent d'une quantité d'information non négligeable. Pour assurer un pilotage efficace de l'entreprise, ces données essentielles doivent être analysées avec soin. C'est tout l'enjeu de l'informatique décisionnelle (Business Intelligence) qui doit agréger des données provenant de différentes sources pour restituer un résultat synthétique. Ce cours permettra aux participants de découvrir les clés de la mise en place d'un système d'information décisionnel au travers d'outils de plus en plus utilisés au sein des entreprises : Tableau BI et Qlikview</p> <p>Langue du cours : Français</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">- Introduction théorique à la BI- Mise en situation sur machine (QlickView)- Les sources ETL : le chargement des données dans QV- Modifications du script.- L'interface de QV : gestion des feuilles, objets de feuille.- Etude de cas	
<p>Evaluation/Final examination :</p> <p>Contrôle continu 100 % 2 notes : 1 note 30 % + 1 note étude de cas 70 %</p> <ul style="list-style-type: none">• - rattrapage : écrit 1h00	
<p>Mots Clés:</p> <p>Business Intelligence, Data Visualisation, Tableau de bord, gestion des données</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">- Introduction au BI- Installation de Tableau- Connexion à une source de données- Création de visuels- Création d'un tableau de bord- Partage d'un tableau de bord	



Evaluation/Final examination :
Contrôle continu 100 % 1 note : examen écrit
- rattrapage : écrit 1h00

Mots Clés

Business Intelligence ; script ; objets

Bibliographie (facultative) Bibliography :



UE 7: Business intelligence commerciale Titre/title : Pilotage des actions commerciales	Volume horaire/nb of Hours 18 heures L3 SIDC - S6
Enseignant /lecturer: Julien Mingaud	
Objectifs du cours/Learning objectives: Utiliser des outils de Business Intelligence afin de créer des KPI de pilotage d'actions commerciales.	
Plan du cours/ Contents:	
<ol style="list-style-type: none">1. Objectif des outils de reporting<ol style="list-style-type: none">a. Révision / mise à niveaux sur les fondamentaux d'analyseb. Impact des KPI et vision : entreprise / client / collaborateurc. Quel sens donner au reporting : posture managériale et commerciale.2. KPI liés à :<ol style="list-style-type: none">a. L'activité commercialeb. La performance / productivité de l'équipec. La prospection / fidélisation / satisfaction de la clientèled. La gestion de l'équipe / Le climat sociale. La motivation individuelle / collective3. Les tableaux de bord : la fixation des objectifs<ol style="list-style-type: none">a. Les modélisations prédictivesb. Analyse des écarts et taux de réalisationc. Les représentations graphiquesd. Choix des méthodes d'évaluatione. La bonne communication des résultats auprès des interlocuteurs concernésf. Élaborer un plan d'action commercial constructif et pérenne.4. Outils d'automatisation, traitement et interprétation des données :<ol style="list-style-type: none">a. Outils CRMb. Tableauc. QlickSense.	
Évaluation/Final examination : Contrôle continu 100 % (3 notes) Rattrapages 1h00 écrit ou oral	
Mots Clés : Business Intelligence, Big Data, QlickSense, Tableau de bord	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



UE 8 : Management des collaborateurs Titre/title : ANIMATION D'EQUIPE	Volume horaire/nb of Hours : 15 heures CM L3 SIDC – S6
Enseignant /lecturer: MALLET François	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Découvrir les différentes techniques de création, gestion et d'animation d'équipes Comprendre les structures d'influence dans l'équipe de travail Comment former et préparer des participants au travail en équipe. Intégrer les attentes au travail de la génération Y.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Créer des équipes de travail efficaces., Animer des équipes de travail efficaces Prendre en compte la dynamique des groupes.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents: 6 séances de 3 heures alternant théorie, quizz d'évaluation et cas pratiques en groupes</p>	
<p>Evaluation/Final examination : Contrôle continu : travail de groupe (50 % de la note) et travail sur table individuel (QCM, et question de cours), durée 1h30 (50 % de la note). Rattrapages : écrit 1h00</p>	
<p>Mots Clés : Animation d'équipes, performance d'équipe, dynamique de groupes.</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography : Le travail en équipe, R. Mucchielli, Editions esf, La dynamique des groupes, R. Mucchielli, Editions esf Intégrer et manager la génération Y, J. Pouget, Editions Vuibert.</p>	



<p>UE AALSD004 MENAGEMENT DES COLLABORATEURS</p> <p>Titre/title : Communication inter-personnelles</p>	<p>Volume horaire/ nb of Hours : 15 heures CM L3 SIDC - S6</p>
<p>Enseignant /lecturer: MALLET François</p>	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Apprendre les fondamentaux de la communication (orale, écrite, professionnelle...) Découvrir les relations inter-personnelles, Découvrir les différents modes de communication inter-personnelle, Comprendre leur influence sur l'esprit d'équipe et la performance d'équipe,</p> <p>Compétences managériales/ Managerial competencies: Créer et animer des équipes de travail efficaces.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>5 séances de 3 heures alternant théorie, quizz d'évaluation et cas pratiques en groupes.</p>	
<p>Evaluation/Final examination :</p> <p>Contrôle continu:</p> <ul style="list-style-type: none">- Travail individuel à remettre sur Moodle (visionnage vidéo et restitution) ouverture 3 jours <p>Session 2 : Ecrit 1 heure</p>	
<p>Mots Clés : relations inter-personnelles, modes de communication.</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p> <p>Management et communication, D. Cristol, Editions esf, Le travail en équipe, R. Mucchielli, Editions esf,</p>	



UE 9 – Pilotage de projet et RH Titre/title : GESTION DE PROJET / Project Management	Volume horaire/nb of Hours 15 heures CM L3 SICG - S6
Enseignant /lecturer: Mingaud Julien	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives :</p> <p>Découverte des outils du management de projet Appliquer ces outils à un projet de développement commercial simulé au sein d'une PME. Gérer le temps de façon optimale et d'intégrer les contraintes budgétaires et temporelles d'un projet.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir piloter un projet dans son intégralité Développer ses capacités d'initiative Développer ses capacités à travailler en équipe Apprendre à manipuler les outils de gestion de projet.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Les acteurs d'un projet Les étapes d'un projet La gestion du temps Gestion des ressources humaines (rapprochement avec le cours de pré-requis S1) L'exécution d'un projet</p>	
<p>Evaluation/Final examination :</p> <p>Contrôle continu . restitutions intermédiaires 40% et soutenance 60%.</p>	
<p>Mots Clés : gestion, projet, budget, planification, ressources.</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography : MARCHAT H. (2009), La gestion de projet par étapes - Portefeuille de projets, Editions d'Organisation, 207p</p>	



UE 9 – Pilotage de projet et RH Titre/title : MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES	Volume horaire/nb of Hours : 15 heures CM L3 SICG – S6
Enseignant /lecturer: NAJOUA THARI	
Objectifs du cours/Learning objectives : Se constituer des bases théoriques et pratiques en gestion des ressources humaines Comprendre ce qu'est la gestion des ressources humaines Appréhender les étapes et les enjeux du recrutement Comprendre les enjeux et les composantes de la rémunération Compétences managériales/Managerial competencies: Avoir une attitude "responsable" lors d'un entretien de recrutement Connaissances des outils issus du digital pour les recrutements d'aujourd'hui Maîtrise des différentes étapes et techniques de recrutement	
Plan du cours/ Contents: Chapitre 1 : La Fonction Ressources Humaines Chapitre 2 : Le Processus de Recrutement Chapitre 3 : La Gestion des Effectifs Chapitre 4 : La Rémunération	
Evaluation/Final examination : Travaux de groupe : rendu dossier et oral individuel	
Mots Clés : GRH, recrutement, remuneration, effectifs	
Bibliographie (facultative) Bibliography : Peretti (2015). Gestion des ressources humaines (20ème édition), Paris : Vuibert.	



<p>UE10 : Anglais Titre/title : Anglais – Préparation au TOEIC</p>	<p>Volume horaire/nb of Hours : 30 heures TD L3 SIDC</p>
<p>Enseignant /lecturer: Jessie CHIAVASSA</p>	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Cours axé sur la préparation à la certification TOEIC. L'accent sera mis sur l'acquisition de connaissances lexicales et grammaticales ainsi que sur les stratégies permettant d'aborder les différentes parties du TOEIC en vue de sa réussite. Des exercices d'application seront corrigés en cours. Un TOEIC blanc complet fera l'objet d'un entraînement.</p> <p>Un ou des atelier(s) sur le thème de l'entreprise permettront aux étudiants de s'exprimer individuellement à l'oral, essentiellement dans le cadre de jeux de rôle (en fonction du temps disponible).</p> <p>Sessions dedicated to the preparation of the TOEIC test with an emphasis on vocabulary and grammar knowledge as well as the relevant strategies to pass the test. Some exercises on listening and reading comprehension will be corrected in class. 1 Mock TOEIC will be done as a training.</p> <p>One or several workshop(s) will allow the students to practise oral English individually in role plays essentially (according to the time available).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">- Révision/apprentissage des règles grammaticales et du vocabulaire en vue du passage du TOEIC (anglais des affaires et thèmes de la vie courante...)- Préparation aux différentes parties du TOEIC et mise en pratique au travers d'exercices d'entraînement / 1 TOEIC blanc- Thématiques et situations professionnelles (en fonction du nombre d'heures en classe disponibles)- Revisions/learning of grammar and vocabulary aimed at the TOEIC (business English, daily English...)- Preparation to the test through the different parts and training exercises / 1 Mock TOEIC- Company: topics and professional situations (according to the time left in class)	
<p>Evaluation/Final examination :</p> <ul style="list-style-type: none">- Note de TOEIC : score total à un test réalisé en classe / rapporté sur 20, coef. 1.- Oral : Présentation sur thème professionnel – questions (en classe) : rapporté sur 20, coef. 1- Contrôle(s) de connaissances lexicales et grammaticales : coef. 1- Note de participation : Bonus, coef. 0,5- Rattrapage (session 2) : Ecrit 1h30 : commentaire d'article et expression écrite + connaissances grammaticales et lexicales.- TOEIC test: total score on /20, coef. 1- Oral presentation on a professional topic and questions (in class): /20, coef.1- Knowledge test(s) on grammar and vocabulary: coef. 1	



- Mark rewarding attendance as a bonus, coef. 0.5
- Resit (session 2): written exam of 1h30 with a comment and expression + grammar and vocabulary knowledge exercises.

Mots Clés :

TOEIC, situations professionnelles, grammaire, vocabulaire

Bibliographie (facultative) Bibliography :

Diverses ressources et liens disponibles sur le Moodle

Various resources and links available on the Moodle



UE 11 : Insertion professionnelle et Méthodologie Titre/title : Insertion professionnelle	Volume horaire/nb of Hours 15 heures CM L3 SICG – S6
Enseignant /lecturer: Cazorla William	
Objectifs du cours/Learning objectives : Construire les Outils de candidature, Stratégie et plan d'action de recherche d'emploi/stage, recrutement 2.0 – Connaitre les Attentes et méthodes des recruteurs-Réussir ses entretiens de recrutement et son intégration en entreprise Compétences managériales/Managerial competencies: Investiguer, trouver et candidater à des offres- Savoir se présenter- maitriser les règles de communication verbales et non verbales en entretien- comprendre et utiliser les réseaux sociaux professionnels-	
Plan du cours/ Contents: 6 séances de 3h ou 3 séances de 6h <ul style="list-style-type: none">• Identité professionnelle : valeurs, drivers, atouts de personnalité, savoirs et expériences/réalisations• Stratégie et outils de candidature : Construction du CV, LM, pitch mail, profil linked in• Recherches et investigation : réseaux sociaux, découvertes des métiers, des entreprises, suivi des candidatures.• Recrutement : Attentes des recruteurs, découverte des différents entretiens de recrutement, construction du pitch, préparation aux entretiens• Réussir son intégration en entreprise: les enjeux de l'intégration, présentation des clés de réussite	
Evaluation/Final examination : Evaluation continue (outils de candidature) + Evaluation finale (simulation entretien de recrutement) : 1 entretien de 15mns/ personne soit ½ journée à prévoir pour une promotion à raison de 4 personnes /heure	
Mots Clés: pitch, CV et lettre de motivation, entretien de recrutement, réseaux sociaux professionnels, intégration	
Bibliographie /Bibliography : « LE RECRUTEMENT-ENJEUX, OUTILS, MEILLEURES PRATIQUES ET NOUVEAUX STANDARDS » Alain GAVAND chez EYROLLES- 2013	



UE 11 : Insertion professionnelle et Méthodologie Titre/title : Méthodologie	Volume horaire/nb of Hours : 15 heures CM L3 SICG
Enseignant /lecturer : JANICOT Corinne	
Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif du cours est de préparer les étudiants à la réalisation de leur mémoire écrit et de leur soutenance orale. Il s'agira d'exposer les méthodologies de choix et expression de la problématique des stages, mais aussi de présentation et restitution des missions et travaux réalisés en entreprise. Compétences managériales/Managerial competencies: Capacité à comprendre une situation complexe - aptitude à la problématisation - capacité à communiquer à l'écrit et à l'oral - synthèse	
Plan du cours/ Contents: - présentation des méthodologies écrites - présentation des méthodologies orales - exposés étudiants devant la classe entière et évaluation Remise des mémoires : Le mémoire de stage doit être rendu en deux exemplaires + dépôt Moodle (cf calendrier pédagogique) Un format numérique du mémoire sera déposé sur la plateforme accompagné des fiches d'évaluation étudiant et entreprise complétées et mises à disposition sur Moodle. Les soutenances auront lieu fin juin, vous recevrez une convocation, la présence des tuteurs Entreprise est très souhaitée dans la mesure du possible.	
Evaluation/Final examination : oraux de présentation de la problématique entreprise	
Mots Clés : Synthèse - communication écrite et orale - problématisation	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



UE 12 : Stage fin d'études	L3 SICG
Titre/title : Stage fin d'études	SEMESTRE 6
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Encadrer les étudiants dans leurs missions managériales et les orienter vers une problématique cohérente et adaptée.</p> <p>Le stage correspond à une période temporaire de mise en situation en milieu professionnel au cours de laquelle l'étudiant acquiert des compétences professionnelles et met en oeuvre les acquis de sa formation en vue de l'obtention d'un diplôme ou d'une certification et de favoriser son insertion professionnelle.</p> <p>Le stagiaire se voit confier une ou des missions conformes au projet pédagogique défini par son établissement d'enseignement et approuvées par l'organisme d'accueil.</p> <p>Le programme est établi par l'établissement d'enseignement et l'organisme d'accueil en fonction du programme général de la formation dispensée.</p> <p>Compétences à acquérir pendant le stage :</p> <p>Capacité à comprendre une situation complexe - aptitude à la problématisation - capacité à communiquer à l'écrit et à l'oral - synthèse</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Développement d'une méthodologie analytique ancrée dans une réflexion théorique et de mise en perspective des apports pratiques</p>	
<p><u>Dates importantes :</u> Durée minimum imposée pour valider l'UE stage 4 mois, soit 616 heures selon les dates du calendrier pédagogique. Date de soutenances (consulter les dates du calendrier pédagogique). Le mémoire de stage doit être rendu à la date fixée par le calendrier pédagogique <u>en deux exemplaires</u> au secrétariat de Mme Maria Chiaramonte-Vernizeau. Un format numérique du mémoire sera déposé sur la plateforme accompagné des fiches d'évaluation étudiant et entreprise complétées et mises à disposition sur Moodle. Organisation des soutenances : vous recevrez une convocation, la présence des tuteurs Entreprise est très souhaitée dans la mesure du possible. Les modalités de rédaction, de présentation et de soutenance seront définies dans le cadre du cours de Méthodologie.</p>	
Evaluation/Final examination : 100 % oral CF	
Mots Clés : Synthèse - communication écrite et orale - problématisation	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	