



**IAE** MONTPELLIER  
École Universitaire  
de Management



EFMD  
ACCREDITED | Master



# Syllabus

/ [sil(l)abys]

**2023-2024**

**Licence**

## Mention

**Sciences et Technologies**

## Parcours

**Management des Technologies et Sciences**

Institut d'Administration des Entreprises  
Bâtiment 29 - CC 28  
Place Eugène Bataillon  
34 095 Montpellier CEDEX 5





## SYLLABUS /

### Management des Technologies et Sciences

#### Informations générales

##### Contacts :

<b>Responsable pédagogique :</b>	<b>Secrétariat pédagogique :</b>
STEPHANY Eric	LABONTU Aurica
<a href="mailto:eric.stephany@umontpellier.fr">eric.stephany@umontpellier.fr</a>	<a href="mailto:iae-scolarite-licence@umontpellier.fr">iae-scolarite-licence@umontpellier.fr</a>

Liens UM : <https://www.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](mailto: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](mailto: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](mailto: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 : [iae-ri@umontpellier.fr](mailto:iae-ri@umontpellier.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](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

Anti-plagiat : 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 : <https://www.ensuplr.fr/>

CFA Formaposte : <http://www.formaposte-mediterranee.fr/>

CFA Difcam : <https://www.difcam.com/>

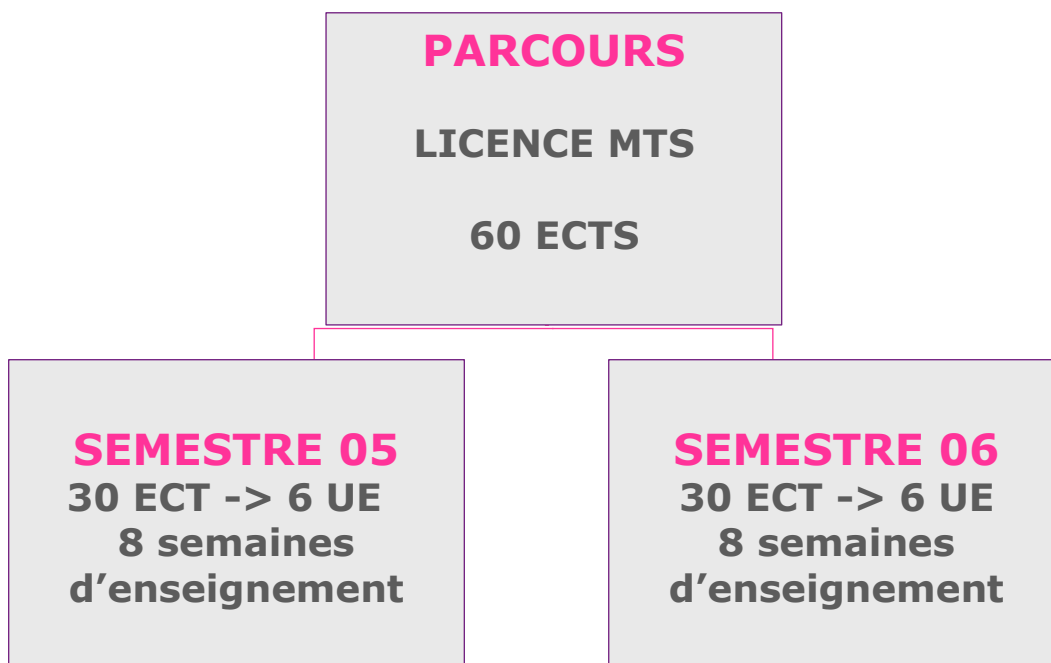
Pour toutes questions relatives au contrat d'apprentissage, merci de contacter le service Relations Entreprises : [iae-entreprises@umontpellier.fr](mailto:iae-entreprises@umontpellier.fr)

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

Pour plus d'informations sur la vie de l'établissement, rendez-vous sur le **Livret d'Accueil et Règlement de L'étudiant à l'IAE**



## ORGANISATION PEDAGOGIQUE DES SEMESTRES



### CALENDRIER FORMATION :

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



## L3 Management Technologies et Sciences SEMESTRE 5

UE	Type d'UE	Libellé cours	Nombre d'heures	ECTS
<b>UE 1</b> <b>Simulation de gestion</b>	Obligatoire	Comptabilité générale	30 heures	5 ECTS
		Diagnostic financier		
<b>UE 2</b> <b>Environnement économique et légal</b>	Obligatoire	Droit	30 heures	5 ECTS
		Economie générale		
<b>UE 3</b> <b>Marketing</b>	Obligatoire	Marketing stratégique	30 heures	5 ECTS
		Marketing opérationnel		
<b>UE 4</b> <b>Aide au diagnostic financier</b>	Obligatoire	Théorie de la Décision	30 heures	5 ECTS
		Comptabilité analytique		
<b>UE 5</b> <b>Théorie des Organisations</b>	Obligatoire	Théorie des organisations	30 heures	5 ECTS
		Gestion des ressources humaines		
<b>UE 6</b> <b>Informatique et Data Web</b>	Obligatoire	Informatique	30 heures	5 ECTS
		Dataweb		



## Fiches Syllabus

<b>UE 1 Simulation de gestion</b> Titre : Comptabilité Générale	Volume horaire/nb of Hours 15 heures CM L3 MTS S5
Enseignants : Eric Stéphane / Numa Cavagna	
Objectifs du cours :  Apprendre les principes comptables Enregistrer les opérations comptables Savoir établir les principaux documents de synthèse. Compétences managériales : Savoir procéder à l'enregistrement comptable des opérations en utilisant les documents comptables obligatoires. Pouvoir établir les documents de synthèse.	
Plan du cours :  Introduction à la gestion Les finalités de la gestion L'entreprise et les flux économiques Les bases de la comptabilité L'enregistrement comptable des flux L'enregistrement des opérations au comptant L'enregistrement des opérations à crédit L'enregistrement des opérations de financement Le tracé des comptes L'organisation comptable et le plan des comptes Le Plan Comptable Général (P.C.G) L'organisation comptable L'enregistrement comptable	
Evaluation: Etude de cas.	
Mots Clés : partie double, flux, emplois définitifs, inventaire, bilan, compte de résultat, bénéfice	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



<b>UE 1 Simulation de gestion</b> Titre/title : Diagnostic Financier	Volume horaire/nb of Hours 15 heures CM L3 MTS - S5
Enseignant /lecturer: STEPHANY Eric	
Objectifs du cours/Learning objectives: <ul style="list-style-type: none"><li>- Comprendre la performance financière des entreprises</li><li>- Compréhension des principaux indicateurs de performance.</li></ul>	
Compétences managériales/Managerial competencies: <ul style="list-style-type: none"><li>- Comprendre les documents comptables</li><li>- Etablir un diagnostic financier</li></ul>	
Plan du cours/ Contents: <ul style="list-style-type: none"><li>- I Introduction</li><li>- I - Comprendre l'activité de l'entreprise</li><li>-II - Comprendre la structure financière de l'entreprise</li></ul>	
Evaluation/Final examination : Etude de cas	
Mots Clés: diagnostic financier, rentabilité financière	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	





<b>UE 2 Environnement économique et légal</b> Titre/title : Economie générale	Volume horaire/nb of Hours: 15 heures CM L3 MTS – S5
Enseignant / Lecturer : Pascal MICHELENA	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif principal de ce cours est de fournir à des étudiants non spécialistes les connaissances de base en économie afin d'appréhender les caractéristiques du système économique, ses modes de fonctionnement. Les relations entre les principaux agents sont analysées, les grands équilibres sont présentés. Les principaux objectifs de la politique économique sont présentés et une analyse de la légitimité de l'action publique est menée.</p> <p>Compétences managériales : Analyse des moteurs de la croissance économique ; présentation des grands équilibres macro-économiques ; présentation des principaux objectifs de la politique économique et des conflits potentiels entre ces objectifs.</p>	
Plan du cours/ Contents:	
Chapitre 1 : Les principaux concepts de la macro-économie ; Chapitre 2 : La politique économique : objectifs et légitimité de l'intervention étatique ;	
Evaluation/Final examination :	
Un partiel écrit d'une durée de 2h prenant la forme de plusieurs questions avec potentiellement des exercices à résoudre.	
Most Clés :	
Secteurs institutionnels, croissance économique, plein emploi, inflation, solde extérieur, solde public, dette publique, politique monétaire, politique budgétaire.	
Bibliographie (facultative) : B.Bernier et Y.Simon, Initiation à la macroéconomie, Dunod L'économie française 2018, OFCE, Repères, La découverte, novembre 2017. L'économie mondiale 2018, CEPII, Repères, La découverte, septembre 2017.	



<b>UE 2 Environnement économique et légal</b> Titre/title : Droit des contrats	Volume horaire/nb of hours : 15 heures CM L3 MTS – S5
Enseignant/lecturer : Grégory BOUVIALA	
Objectifs du cours/Learning objectives :  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.  L'objectif de ce cours est de présenter les notions fondamentales du droit du contrat : sa négociation, sa validité, son exécution et son inexécution.	
Compétences managériales/Managerial competencies :	
Plan du cours/Contents : 5 séances de 3h	
Description :  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.  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 2 heures	
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	

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



<b>UE 3 MARKETING</b> Titre/title : Marketing stratégique	Volume horaire/nb of hours : 15 heures CM L3 MTS -S5
Enseignant /lecturer: Anne Sophie CASES	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Initiation aux concepts fondamentaux du Marketing : développement des connaissances générales en marketing, notamment l'étude du marché de l'entreprise et de ses intervenants. Ces 4 séances permettent d'appréhender la stratégie marketing au sein d'une entreprise : analyse de l'environnement, de la concurrence, des stratégies de développement, etc (SWOT, Porter, matrice BCG I et BCG II, matrice Ansoff,...). Les variables influençant les comportements du consommateur sont également appréhendées ainsi que le processus de décision (omnicanal, cross-canal).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: - Connaître les outils stratégiques en marketing (matrices) - Apprendre à développer une stratégie marketing depuis l'analyse de l'environnement jusqu'au positionnement du produit sur le marché - Comprendre les démarches qualitatives et quantitatives dans les études de marché - Comprendre le comportement du consommateur et le processus de décision (besoin, motivations, etc.)</p>	
Plan du cours/ Contents : 5 séances de 3h Introduction au Marketing, concepts fondamentaux Comportement du consommateur Méthodes d'analyse du comportement du consommateur Marketing Stratégique : modèles et méthodes	
Evaluation/Final examination : Evaluation : rendu dossier étude de cas note 100 %	
Bibliographie : Ressources en lignes Moodle	



<b>UE 3 MARKETING</b> Titre/title : Marketing Opérationnel	Volume horaire/nb of hours : 15 heures CM L3 MTS - S5
Enseignant /lecturer : Séré de Lanauze Gilles	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Ce cours s'inscrit dans le prolongement du cours de marketing stratégique (UE marketing). L'objectif du cours est de préparer les étudiants à la mise sur le marché des produits et de les sensibiliser à tous les aspects du mix marketing sur lesquels des décisions opérationnelles sont attendues.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: A l'issue du cours, les étudiants maîtrisent les concepts et les outils d'analyses nécessaires à la définition des cibles et du positionnement du produit. En cohérence avec les cibles et le positionnement, ils sont en mesure de définir les politiques de produit, de prix, de distribution et de communication et de prendre les décisions nécessaires dans la mise sur le marché du produit.</p>	
<p>Plan du cours / Contents:</p> <p>Séance 1: Segmentation et positionnement. Savoir identifier, définir et choisir les cibles du produit. Savoir définir la valeur du produit et le différencier des produits concurrents</p> <p>Séance 2 : La politique produit. Connaître ce qui fait la valeur de l'offre produit au travers de ses différentes dimensions (attributs du produit, packaging, marque, gamme). Comprendre le cycle de vie du produit et savoir entreprendre les démarches de qualité et d'innovation.</p> <p>Séance 3 : La politique prix. Connaître les conditions clés de la définition du prix de vente du produit et les options stratégiques de sa détermination.</p> <p>Séance 4 : La politique de distribution. Connaître les fonctions de la distribution, les principaux acteurs du secteur du commerce et les facteurs à prendre en compte dans la définition des canaux de distribution.</p> <p>Séance 5 : La politique de communication. Comprendre les objectifs de communication afin d'assurer la notoriété et la perception de la valeur de l'offre produit. Maîtriser les différentes techniques de communication médias et hors médias</p>	
Evaluation/Final examination :	
Devoir sur table : 1 heure : 50 % de la note	
Etude de cas groupe : 50 % de la note	
Mots Clés: Cibles, positionnement, produit, prix, distribution, communication	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Lendrevie, Lévy, Mercator, 11<sup>ed.</sup>, Dunod, 2014</li><li>• Kotler, Keller, Manceau, Dubois, Marketing Management, 14<sup>ed.</sup>, Pearson, 2012</li><li>• Demeure, Aide-Mémoire Marketing, 6<sup>ed.</sup>, 2008</li></ul>	



<b>UE 4 Aide au diagnostic financier</b> Titre/title : Théorie de la décision	Volume horaire/nb of Hours 15 heures CM MTS – L3 S5
Enseignant /lecturer : Maximilien Dossa	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Ce cours s'intéresse à la prise de décision des agents économiques lorsqu'ils ne maîtrisent pas avec précision ou exactitude les conséquences de leurs actions. Son objectif principal est de proposer une représentation et une analyse théorique du comportement de ces agents dans une situation d'incertitude.</p> <p>A l'issue de ce module, l'étudiant sera en mesure :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• de quantifier l'incertitude ;</li><li>• d'agir sur un ensemble de critères de décisions pour choisir et présenter ses choix dans une situation de risque et d'incertitude ;</li><li>• de maîtriser des notions, concepts et méthodes théoriques largement utilisées en : finances, assurance, théorie des jeux, marketing, ...</li></ul>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Partie 1 : Introduction à la théorie de la décision (les origines, la notion de décision, les déterminants de la prise de décision, la notion d'incertitude, les différentes théories (rationalité pure, rationalité limitée...), les facteurs de contingence, le comportement face au risque, le processus décisionnel...)</p> <p>Partie 2 : Les outils modernes d'aide à la décision dans le risque et l'incertain (outils issus de la statistique (descriptive, prédictive, prescriptive), les arbres de décisions, les probabilités (espérance, théorème de Bayes, ...), la théorie des jeux...)</p> <p>Partie 3 : Les Systèmes d'Information et les données (rôle prépondérant de l'information et des données, les sources de données, la fiabilité des données, l'utilisation des données...)</p>	
Evaluation/Final examination Contrôle continu: 50% (exposé oral) Examen final écrit : 50%	
Mots Clés : Processus de décision, risque, incertitude, rationalité, biais cognitifs	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



<b>UE 4 Aide au diagnostic financier</b> <b>Titre/title : Comptabilité analytique</b>		Volume horaire/nb of Hours: 15 heures CM L3 MTS – S5	
Enseignant /lecturer: Céline AVERSENG			
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: (Analyse des coûts)La comptabilité est une partie du contrôle de gestion qui a pour but d'aider au pilotage des services, afin de permettre d'atteindre les objectifs stratégiques de l'entreprise. Le cours se décompose en une première partie consacrée aux calculs des coûts où la méthodologie du coût complet est expliquée et illustrée. La seconde partie du cours traite de la décomposition des coûts en coûts fixes et variables, notions indispensables pour évaluer le risque qu'une entreprise ne génère pas de bénéfice et estimer l'impact sur le résultat d'une variation du chiffre d'affaires. Les concepts clés sont la marge sur coût variable et le taux de marge sur coût variable.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Passage de la comptabilité générale aux charges incorporables aux coûts en comptabilité de gestion (retraitement des charges), charges directes et indirectes, centres d'analyse, unité d'œuvre, coût complets d'approvisionnement, de production, coût de revient et résultat analytique.          Pour le seuil de rentabilité et notions clés associées, il permettra d'aider le manager dans sa prise de décision (notamment au niveau des choix d'investissement/ désinvestissement en permettant des simulations de niveau de risque).</p>			
Plan du cours/ Contents: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Méthodologie du calcul en coûts complets</li> <li>2. Seuil de rentabilité</li> <li>3.</li> </ol>			
Evaluation/Final examination : Contrôle continu (2 quiz en ligne)			
Mots Clés : charges directes, charges indirectes, centres d'analyse, unités d'œuvre, coûts, coût de revient, résultat analytique, charges variables, charges fixes, seuil de rentabilité.			
Bibliographie (facultative) Bibliography : Ouvrages disponibles en ligne BIU → bases de données → Cyberlibris – SclarVox			
<b>TITRE</b>	<b>AUTEUR(S)</b>	<b>Chapitres</b>	<b>Edition</b>
Mini Manuel de Comptabilité de gestion : Cours + Ex	Augé Bernard, Naro Gérald, Vernhet Alexandre	Intégralité du cours	Dunod



<b>UE 5 Théorie des organisations</b> Titre/title : Théorie des organisations	Volume horaire/nb of Hours : 15 heures CM L3 MTS – S5
Enseignant /Lecturer: Numa CAVAGNA	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: La théorie des organisations est une discipline scientifique pluridisciplinaire faisant appel à diverses branches des sciences humaines (psychologie, sociologie, économie, gestion), dont le champ de réflexion porte sur l'organisation de la production, et de l'entreprise en général. Fondée par des praticiens, ingénieurs et dirigeants d'entreprise avec le concours d'universitaires et de chercheurs, elle offre de nombreuses connaissances pour mieux comprendre et améliorer le fonctionnement et la performance des organisations.</p> <p>Le principal objectif de ce cours est d'initier les étudiants aux grands courants de la théorie des organisations, en portant un intérêt particulier aux évolutions des pratiques des organisations. Il s'agira ainsi de présenter, décrire, expliquer et analyser les principaux concepts de la théorie des organisations, par école de pensée. A partir de cette analyse, de grandes thématiques faisant encore l'objet de problématiques actuelles sont mises en lumière : mécanismes de coordination du travail, difficultés organisationnelles, motivation des hommes au travail, systèmes d'autorité, pouvoir et leadership, processus de prise de décisions, environnement des organisations et culture d'entreprise.</p> <p>Plus spécifiquement, les objectifs de ce cours sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Acquérir une connaissance générale du contenu des grands courants et débats ayant ponctué l'évolution de la discipline</li><li>- Connaître les principaux concepts et les théories de base de l'analyse des organisations</li><li>- Comprendre les questions traitées par les théoriciens des organisations et la variété des réponses apportées par les différents courants</li><li>- Comparer les différents courants de pensée de la théorie des organisations</li><li>- Identifier les approches qui conviennent le mieux à l'analyse d'une organisation spécifique</li><li>- Savoir mobiliser et appliquer les différents concepts à l'analyse de situations réelles d'entreprise</li><li>- Réaliser une réflexion personnelle et critique des organisations.</li></ul> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Cet enseignement fournit des outils d'analyse pour mieux comprendre le fonctionnement des organisations. La connaissance des grandes approches de la théorie des organisations et des différentes réponses apportées aux problématiques managériales permet aux étudiants de développer une vision plus globale des organisations et de mieux appréhender les diverses situations qu'ils seront amenés à rencontrer dans leur parcours professionnel. Ceci rend ainsi possible une prise de recul et leur permettra :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- d'analyser et de diagnostiquer des problématiques et des situations organisationnelles concrètes, selon diverses approches</li><li>- de mieux se situer dans l'organisation dans laquelle ils évoluent</li><li>- de développer une capacité d'analyse critique de leur organisation.</li></ul>	





Plan du cours/ Contents:

- Chapitre Introductif : Organisations et Théorie des Organisations
- Chapitre 1 : Ecole Classique et Rationalité
- Chapitre 2 : Ecole des Relations Humaines
- Chapitre 3 : Théories Managériales des Organisations
- Chapitre 4 : Approches Contemporaines et conduite du changement

Evaluation/Final examination :

Contrôle continu 30%  
Examen final écrit 70%

Mots Clés : théorie des organisations, rationalisation, relations humaines, leadership, motivation, contingence, rationalité limitée.

Bibliographie (facultative) Bibliography :

- Landrieux-Kartochian, Sophie, (2013) *Théorie des organisations*, Gualino Editions (2<sup>ème</sup> édition).
- Mintzberg H., (2002) *Structure et dynamique des organisations*, Editions d'Organisation (12<sup>ème</sup> édition).
- Plane, Jean-Michel, (2012) *Théorie et management des organisations*, Dunod (3<sup>ème</sup> édition).
- Roger Aïm, (2017) *L'essentiel de la théorie des organisations*, Gualino Editions (10<sup>ème</sup> édition).



<b>UE 5 – Théorie des organisations</b>	Volume horaire/nb of hours : 15 h 00
<b>Titre/title : Gestion Des Ressources Humaines</b>	
Enseignant /lecturer : BARLETTE Gautier	
Objectifs du cours/Learning objectives :  Donner aux étudiants les notions fondamentales des ressources humaines sur le recrutement, la paye, la gestion de carrière et le bien-être au travail.  Compétences managériales/Managerial competencies :  Recrutement « responsable et éthique », lutte contre les discriminations. Faire une formation, gestion de carrière, stratégie RH.	
Plan du cours/ Contents : Séance 1 : Introduction et recrutement partie 1 Séance 2 : Recrutement partie 2 et étude de cas recrutement Séance 3 : Formation et gestion de carrières et Etude de cas gestion de carrière Séance 4 : Sécurité et bien-être au travail et Etude de cas Sécurité et bien-être au travail Séance 5 : Stratégie RH et étude de cas finale	
Evaluation/Final examination : Etude de cas 1 à 3 coefficients 1, étude de cas 4, coefficient 3	
Mots Clés: Ressources Humaines , recrutement, gestion de carrière , stratégie	
Bibliographie (facultative) Bibliography : BRILLET F., GAVOILLE F. (2017), Marketing RH, Paris, Dunod. Freund, Y. (2016). Ressources Humaines : Outils & méthodes de management des RH. Maxima, GUILLOT-SOULEZ C. (2013), La Gestion des Ressources Humaines, Paris, Gualino. NICOLAS E. (2014), Gestion des ressources humaines, Paris, Dunod Peretti (2015). Gestion des ressources humaines (20ème édition), Vuibert, Paris	



<b>UE 6 – Informatique et Data Web</b> Titre/title : Informatique	Volume horaire/nb of Hours 15 h TD L3 MTS – S5
Enseignant /lecturer : Yamina GUITT –HOCHET	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives :</p> <p>Ce cours d’informatique de 15h en présentiel aura pour but de connaître les bases de la bureautique tout en se préparant au PIX.</p> <p>PIX est un outil permettant d’évaluer en ligne 16 compétences numériques dans les 5 domaines d’activité suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Informations et données</li><li>• Communication et collaboration</li><li>• Création de contenu</li><li>• Protection et sécurité</li><li>• Environnement numérique</li></ul> <p>Dans ce cours nous aborderons quelques-unes des compétences suivantes</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Savoir utiliser de manière efficace Excel pour traiter des données, les analyser.</li><li>➤ Apprendre à communiquer en créant des contenus par le biais de Word et PowerPoint</li><li>➤ Protéger la santé, le bien-être et l’environnement</li></ul> <p>Compétences managériales/Managerial competencies :</p> <p>Analyse de données, travail en équipe, interagir, collaborer</p>	
Plan du cours/ Contents:	
Sur 5 séances de 3 h, les étudiants auront à	
<input type="checkbox"/> Manipuler des fichiers et des données	
<input type="checkbox"/> Développer des documents textuels	
<input type="checkbox"/> Créer une présentation à partir d’informations données	
Evaluation/Final examination :	
Le cours informatique sera noté à chaque séance à partir de QCM, et mises en situation	
Mots Clés : Word, Excel, PowerPoint, numérique	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



<b>UE 6 – Informatique et Data Web</b> Titre/title : DATA WEB	Volume horaire/nb of Hours 15 heures L3 MTS - S5
Enseignant /lecturer: Matthieu Dereumaux	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Ces cours ont pour but de vous préparer à la certification PIX. (<a href="https://pix.fr">https://pix.fr</a>) Toutes les catégories présentes lors de la certification seront abordées lors de ces 15h. La certification Pix est reconnue officiellement par l'Etat et le monde professionnel. Compte tenu de l'évolution rapide et constante du numérique, sa durée de validité est de trois ans.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <p>Développez des compétences numériques fondamentales pour votre vie personnelle, professionnelle et citoyenne</p>	
Plan du cours/ Contents: 5 séances de 3h + TP programmation.	
Evaluation/Final examination : Moyenne des résultats obtenu lors des entrainements à la certification + TP	
Mots Clés: PIX, Compétence, Numérique	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	

## L3 Management Technologies et Sciences SEMESTRE 6

UE	Type d'UE	Libellé cours	Nombre d'heures	ECTS
<b>UE 7 ANGLAIS</b>	Obligatoire	Anglais	30 heures	5 ECTS
<b>UE 8 Gestion de projet entrepreneurial / DSC</b>	Obligatoire	Gestion de projet entrepreneurial / DSC	30 heures	5 ECTS
<b>UE 9 Marketing approfondi</b>	Obligatoire	Marketing industriel	15 heures dont 10 h en E-learning	5 ECTS
		Gestion de la force de vente	15 heures dont 10 h en E-learning	
		Achat	15 heures	
<b>UE 10 Enseignements Transversaux</b>	Obligatoire	Management des systèmes d'information	15 heures	5 ECTS
		Management interculturel	15 heures	
		RSE	3 heures	
<b>UE 11 Enseignements professionnalisation</b>	Obligatoire	Insertion Professionnelle	45 heures	5 ECTS
		Coaching individuel		
		Engagement étudiant		
<b>UE 12 Stage de fin d'études</b>	Obligatoire	Stage	5 mois soit 770 heures	5 ECTS



<b>UE 7 Anglais</b> Titre/title : Anglais préparation TOEIC	Volume horaire/nb of Hours : 30 heures L3 MTS – S6
Enseignant /lecturer : Caroline DAVID	
Objectifs du cours/Learning objectives:  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. Des TOEICs blancs complets feront l'objet d'entraînements.  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. Mock TOEICs will be done as a training.	
Compétences managériales/Managerial competencies:	
Plan du cours/ Contents: Préparation TOEIC® :30 heures Révision/apprentissage des règles grammaticales et du vocabulaire en vue du passage du TOEIC (anglais des affaires et thèmes de la vie courante...) <ul style="list-style-type: none"><li>- Préparation aux différentes parties du TOEIC et mise en pratique au travers d'exercices d'entraînement / TOEICs blancs.</li><li>- Revisions/learning of grammar and vocabulary aimed at the TOEIC (business English, daily English...)</li><li>- Preparation to the test through the different parts and training exercises / Mock TOEICs</li></ul>	
Evaluation/Final examination : 1 note Oral / 1 note Ecrit	
Mots Clés : TOEIC,grammaire, vocabulaire	
Bibliographie (facultative) Bibliography: Diverses ressources et liens disponibles sur le Moodle Various resources and links available on the Moodle	



<b>UE 8 Gestion de projet entrepreneurial / DSC</b> Titre/title : Gestion de entrepreneurial / DSC	Volume horaire/nb of Hours : 30 heures CM L3 MTS - S6
Enseignant /lecturer: STEPHANY Eric	
Objectifs du cours/Learning objectives:  La notion d'opportunité entrepreneuriale Le processus entrepreneurial La validation de l'idée à un projet Le Business Plan	
Plan du cours/ Contents: Introduction : logiques et éco-système entrepreneurial 1) Le Business Model 2) Les outils du Business Plan 3) Les grandes étapes de la formation du Business plan	
Evaluation/Final examination :  Etude cas : 50 % de la note finale Moyenne Projet collectif 50 % et pitch de présentation 50%	
Mots Clés: Opportunité entrepreneuriale, business model, business plan.	
Bibliographie (facultative) Bibliography : Vidéos du MOOC Création d'entreprise innovante	



<b>UE 9 - Marketing approfondi</b> Titre/title : Marketing industriel	Volume horaire/nb of Hours : 5 heures CM 10 heures hybrides L3 MTS – S6
Enseignant /lecturer: Micheline COULIBALY	
Objectifs du cours/Learning objectives:  Initiation aux enjeux et méthodes du marketing en milieu industriel ou BtoB  Compétences managériales/Managerial competencies:  Initiation à la notion de gestion de projet.	
Plan du cours/ Contents:  Définitions. Domaines d’application du marketing industriel. Analyse interne/ Analyse externe. Modèle de porter Facteurs clés de success Modèles de diagnostic, SWOT, BCG, Mc Kinsey. Marketing Mix (plan de merchéage). Approche des notions de coût marginal et d’analyse de la valeur. La marque en tant qu’outil du marketing industriel.	
Evaluation/Final examination : Ecrit contrôle continu	
Mots Clés:	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	





<b>UE 9- Marketing approfondi</b> Titre/title : Gestion de la force de vente	Volume horaire/nb of hours : 5 heures CM 10 heures hybrides L3 MTS – S6
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%	
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	



<b>UE 9 Marketing approfondi</b> Titre/title : Les achats, fonction support ou mission stratégique	Volume horaire/ nb of hours : 15 heures CM L3 MTS – S6
Enseignant/lecturer : Arnold Fernandez	
Objectifs du cours/Learning objectives:  Découverte des enjeux économiques stratégiques et sociétaux des achats. Initiation à la méthode  Compétences managériales/Managerial competencies :  Travailler au sein d'un écosystème complexe.	
Plan du cours/ Contents:  Définitions. Enjeux de la fonction achat. Ecosystème des achats : interne, externe. Différences entre achats et approvisionnement. Effets de levier entre achats et CA > conséquences de la rupture de stock. Analyse du portefeuille fournisseurs. Analyse du portefeuille produits. Approche de la négociation. Traitement de la réclamation. Approche du coût marginal et de la recette marginale.	
Evaluation/Final examination : Etude de cas individuelle	
Mots Clés :	
Bibliographie/Bibliography :	



<b>UE 10 Enseignements transversaux</b> Titre/title : Management des Systèmes d'Informations	Volume horaire/nb of Hours: 15 heures L3 MTS – S6
Enseignant /lecturer: Emmanuel Houzé	
Objectifs du cours/Learning objectives:  L'objectif du cours est de sensibiliser des étudiants non spécialistes des systèmes d'information aux enjeux des TI dans les organisations. Le cours présente les TI sous un double angle organisationnel et stratégique afin de donner des réponses pratiques aux étudiants confrontés à des situations simples d'implantations des TI.  Compétences managériales/Managerial competencies:  Comprendre les enjeux opérationnels et stratégiques de la mise en place des TI Savoir intégrer les TI aux business models Savoir mener un projet simple d'intégration des TI	
Plan du cours/ Contents:  Introduction : Des TI aux SI Les TI en environnement concurrentiel Les effets de l'implantation des TI La sécurité des SI Les PGI	
Evaluation/Final examination :  Etudes de cas contrôle continu	
Mots Clés : Technologies de l'information, Systèmes d'Information, PGI, Sécurité, appropriation des TI	
Bibliographie (facultative) Bibliography :  Systèmes d'Information et Management (Robert Reix, Bernard Fallery, Michel Kalika, Frantz Rowe), 8ième édition, Vuibert 2023	



<b>UE 10 Enseignements transversaux</b> <b>Titre/title : Management interculturel</b>		Volume horaire/nb of Hours: 15 heures L3 MTS – S6												
Enseignant /lecturer: Maria Claudia ANGEL FERRERO														
Objectifs du cours/Learning objectives: Comprendre la notion de diversité culturelle. Acquérir des outils de décryptage et d'approche comportementale.  Compétences managériales/Managerial competencies: Comprendre, faire comprendre, faire adhérer.														
Plan du cours/ Contents:														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Session</th> <th>Thèmes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Session 1 (3h)</td> <td>           Introduction au Management interculturel           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition de Culture (Nationale, Organisationnelle)</li> <li>- Eléments et dimension de la culture</li> <li>- Importance de l'étude de la culture dans le contexte du management internationale et globale</li> </ul>           Quiz culture         </td> </tr> <tr> <td>Session 2 (3h)</td> <td>           Dimensions Culturelles : Théorie de Hofstede            Etude de cas         </td> </tr> <tr> <td>Session 3 (3h)</td> <td>           Les théories de Trompenaars et Hall            Jeu Simulation d'une négociation entre deux firmes de cultures opposées         </td> </tr> <tr> <td>Session 4 (3h)</td> <td>           Communication et Culture d'entreprise            Jeu         </td> </tr> <tr> <td>Session 5 (3h)</td> <td>Présentation orale groupes</td> </tr> </tbody> </table>	Session	Thèmes	Session 1 (3h)	Introduction au Management interculturel <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition de Culture (Nationale, Organisationnelle)</li> <li>- Eléments et dimension de la culture</li> <li>- Importance de l'étude de la culture dans le contexte du management internationale et globale</li> </ul> Quiz culture	Session 2 (3h)	Dimensions Culturelles : Théorie de Hofstede Etude de cas	Session 3 (3h)	Les théories de Trompenaars et Hall Jeu Simulation d'une négociation entre deux firmes de cultures opposées	Session 4 (3h)	Communication et Culture d'entreprise Jeu	Session 5 (3h)	Présentation orale groupes		
Session	Thèmes													
Session 1 (3h)	Introduction au Management interculturel <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition de Culture (Nationale, Organisationnelle)</li> <li>- Eléments et dimension de la culture</li> <li>- Importance de l'étude de la culture dans le contexte du management internationale et globale</li> </ul> Quiz culture													
Session 2 (3h)	Dimensions Culturelles : Théorie de Hofstede Etude de cas													
Session 3 (3h)	Les théories de Trompenaars et Hall Jeu Simulation d'une négociation entre deux firmes de cultures opposées													
Session 4 (3h)	Communication et Culture d'entreprise Jeu													
Session 5 (3h)	Présentation orale groupes													
Evaluation/Final examination 30 % Episode Podcast 30% Etudes de cas et activités en cours 40 % Présentation Finale en groupe														
Most Clés:														
Bibliographie (facultative) Bibliography : Martin, C. (2005). Management interculturel en Europe. <i>La Revue des Sciences de Gestion</i> , 214-215,(4), 25-33. doi:10.3917/rsg.214.0025  Godelier, É. (2009). La culture d'entreprise: Source de pérennité ou source d'inertie ?. <i>Revue française de gestion</i> , 192,(2), 95-111. doi:10.3917/rfg.192.0095.														



<b>UE 10 Enseignements transversaux</b> Titre/title : Responsabilité sociale d'entreprise (RSE)	Volume horaire/nb of Hours: 3 heures L3 MTS – S6
Enseignant /lecturer: Najoua TAHRI	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives : Ce cours a pour objectif de développer chez l'étudiant une compréhension intégrée de la notion de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) face aux défis portant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Le rôle de l'entreprise dans la société et</li><li>- La nature de ses relations avec différentes parties prenantes.</li></ul> <p>Et Présenter aux étudiants le dispositif de la reconnaissance du travail citoyen.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Familiariser les étudiants aux débats clés liés la notion de la RSE, ainsi qu'à la relation entre responsabilité sociale, développement durable, éthique et décision stratégique dans les organisations.</li><li>- Connaître et appliquer les modèles qui expliquent les liens entre l'entreprise et son environnement social, économique, politique et environnemental aux plans local, national et international.</li></ul>	
Plan du cours/ Contents: 1/ La RSE (concepts, histoire et origines) 2/ Théorie des parties prenantes : de Freeman aux cartographies de parties prenantes... 3 / Le cadre législatif et réglementaire de la RSE en France : obligation de reddition de comptes et devoir de vigilance.	
Evaluation/Final examination	
Most Clés: RSE; Développement durable; Parties Prenantes	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



<b>UE 11: Enseignements de professionnalisation</b> Titre/title : Insertion professionnelle	Volume horaire/nb of Hours 7,5 heures TD 2 groupes L3 MTS – 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 – Connaître 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: 2 Groupes durée : 7.5 heures  Identité professionnelle : valeurs, drivers, atouts de personnalité, savoirs et expériences/réalisations <ol style="list-style-type: none"><li>1- Stratégie et outils de candidature : Construction du CV, LM, pitch mail, profil linked in</li><li>2- Recherches et investigation : réseaux sociaux, découvertes des métiers, des entreprises, suivi des candidatures</li><li>3- Recrutement : Attentes des recruteurs, découverte des différents entretiens de recrutement, construction du pitch, préparation aux entretiens</li><li>4- Réussir son intégration en entreprise: les enjeux de l'intégration, présentation des clés de réussite</li></ol>	
Evaluation/Final examination : Rendu CV et lettre de motivation	
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	



<b>UE 11 : Enseignements de professionnalisation</b> Titre/title : Coaching individuel	Volume horaire/nb of : 2 séances L3 MTS – S6
Enseignant /lecturer: Patrice Brail	
Objectifs du cours/Learning objectives:  Accompagnement des étudiants dans la poursuite d'études.	
Plan du cours/ Contents: Ce cours est organisé sur la base de 3 rendez-vous individuels durant l'année universitaire. Le premier permet de valider un CV et un projet professionnel Le second co-construit un projet de poursuite d'études en Master ou une entrée en vie professionnelle. Le troisième permet enfin une synthèse sur l'année de Licence et l'adéquation trouvée entre le Master et le projet professionnel.	
Evaluation/Final examination : Assiduité	
Mots Clés: Entretiens individuels, CV, projet professionnel	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	

<b>UE 12 : STAGE</b> Titre/title : Stage de fin d'études	Volume horaire/nb of : 5 mois soit 770 heures L3 MTS – S6
<b>Objectifs pédagogiques :</b> Lors de la licence, les étudiants non apprentis mettent en pratique leurs connaissances lors d'un (ou plusieurs stages) en entreprise. Lors de ce stage, l'étudiant devra mettre ses compétences au service d'un besoin réel de l'entreprise dans l'un des domaines de la gestion : marketing, finance, ressources humaines, informatique, contrôle de gestion. Il mettra en œuvre simultanément ses connaissances théoriques et ses qualités personnelles d'adaptation, d'observation, d'écoute et d'initiative. Il devra remplir une mission pour l'entreprise qui réponde à une problématique de gestion. Le stage en entreprise a plusieurs finalités : <ul style="list-style-type: none"><li>• Mettre en pratique les connaissances théoriques acquises en première année.</li><li>• Faire l'apprentissage de la vie sociale en entreprise.</li><li>• Amener des solutions à un problème de gestion en s'appuyant sur une véritable méthodologie.</li></ul>	
<b>Description du cours:</b> Le stage, <u>d'une durée minimale de 5 mois</u> , se déroule à temps plein dans une entreprise, en France ou à l'étranger, sur l'année universitaire.	
<b>Contenu pédagogique – structure du cours :</b> A l'interface entre l'université et l'entreprise, le stage recouvre des enjeux importants pour l'étudiant : <ul style="list-style-type: none"><li>• Au plan professionnel : C'est une étape importante car il constitue une expérience professionnelle importante avant la recherche d'un emploi ou la poursuite d'étude. Ainsi, une durée de trois mois représente une expérience <i>significative</i> permettant de se voir confier des missions pertinentes. Par ailleurs, c'est l'occasion de confronter ses affinités théoriques avec la réalité des métiers correspondants et donc de se dessiner un début de projet professionnel. Enfin, le stage peut donner lieu à une embauche.</li><li>• Au plan pédagogique : La validation du stage est une condition nécessaire à l'obtention du diplôme de licence. <b>LE STAGE AU SEIN DE L'ENTREPRISE DOIT ETRE VALIDE PAR L'ENSEIGNANT REFERENT. LE TUTEUR DEVRA VALIDER LE PLAN DU MEMOIRE ET LA STRUCTURE DE LA SOUTENANCE (Sous le format de 5 minutes pour convaincre).</b></li><li>• Au plan de l'image de l'IAE : L'étudiant véhicule sa propre image mais aussi celle de son institut, de son diplôme et donc celle des camarades qui viendront après lui. Il est <i>indispensable</i> d'avoir un comportement exemplaire à cet égard. Par son caractère obligatoire, en comparaison d'autres diplômes de bac+3, le stage constitue un avantage différentiel qui contribue à valoriser la formation.</li></ul>	
<b>Échéances :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les conventions de stage doivent être signées par l'IAE, l'entreprise et l'étudiant avant le <u>début du stage</u>. Un format PDF devra être déposé sur la plateforme MOODLE. <u>avant le 9 juin</u>. page de couverture à respecter, cf. annexes)</li><li>• Les soutenances de rapport de stage se dérouleront les 19, 20 et 21 <u>juin 2023</u>.</li></ul>	