

Syllabus

/ [sil(l)abys]

2018 – 2019

Master 1

Mention

Management Administration des
Entreprises

Parcours

Entrepreneuriat - Direction d'Entreprise



IAE MONTPELLIER
École Universitaire
de Management



Bâtiment 29
Place Eugène Bataillon
34 095 Montpellier
Tél. 04.67.14.38.65



SYLLABUS /

Parcours

M1 entrepreneuriat – Direction d'entreprise

Informations générales

Contacts :

Directeur de la mention MAE : Philippe AURIER

philippe.aurier@umontpellier.fr

**Responsable pédagogique du
parcours :**

[Jérôme POUGET](#)

jerome.pouget@umontpellier.fr

Secrétariat pédagogique

[Tournier Céline](#)

Celine.tournier@umontpellier.fr

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

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 :

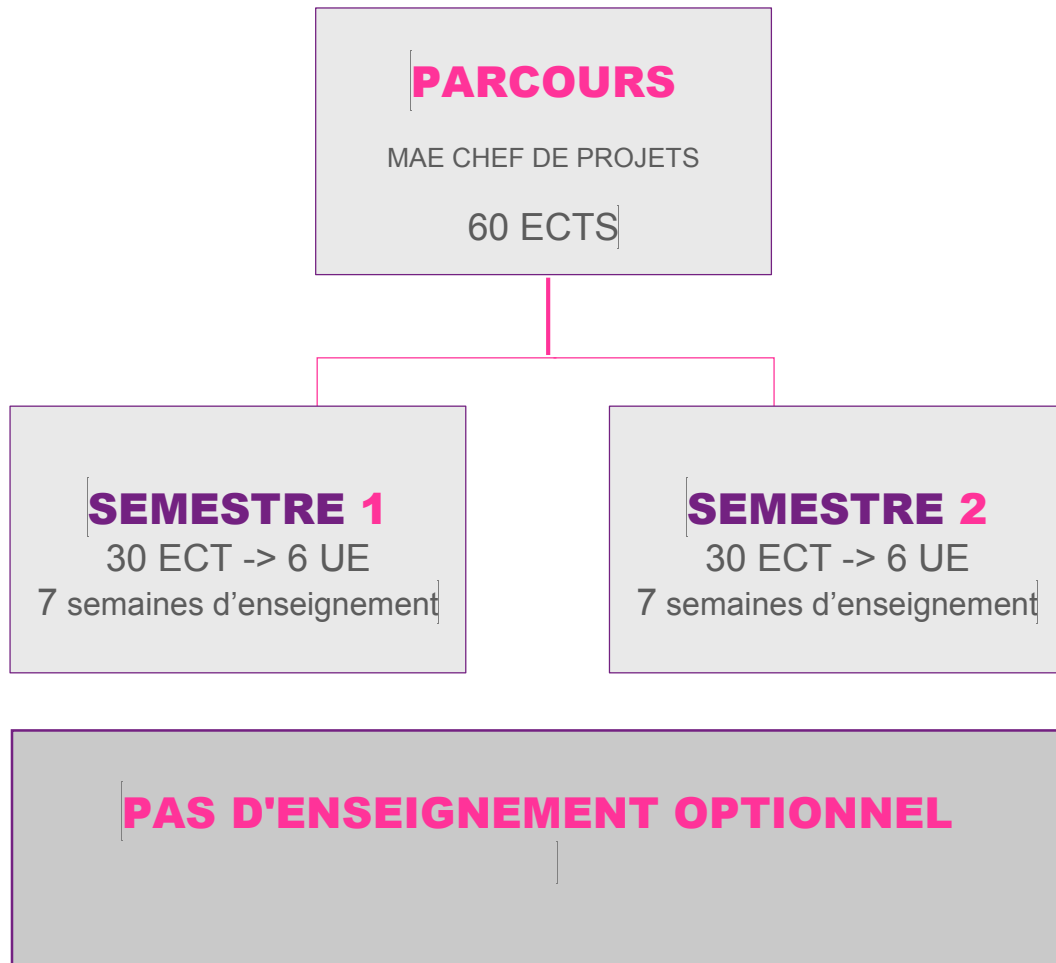
- CFA LR : <http://www.ensuplr.fr/>
- CFA Formaposte : <http://www.formaposte-mediterranee.fr/>
- CFA Difcam : <http://www.difcam.com/>

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>



FICHES SYLLABUS

SEMESTRE 1

| | | |
|------|------------------------------------|--|
| UE1 | ORGANISATION ET ECONOMIE | THEORIE DE LA FIRME |
| | | THEORIE DES ORGANISATIONS |
| UE2 | SYSTEME D'INFORMATION COMPTABLE | COMPTABILITE GENERALE APPROFONDIE |
| | | COMPTABILITE ANALYTIQUE APPROFONDIE |
| UE 3 | MARKETING | MARKETING STRATEGIQUE |
| | | ETUDES ET DIAGNOSTIC |
| UE 4 | INFORMATIQUE DE GESTION | INFORMATIQUE DE GESTION |
| | | SIMULATION |
| UE 5 | FINANCE | DIAGNOSTIC FINANCIER |
| | | DECISION FINANCIERE |
| UE6 | MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES | |



| | |
|--|----------------------------------|
| Titre/Title: Théories de la Firme | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /Lecturer: Jérôme LERAT-PYTLAK | |
| <p>Objectifs du cours / Learning objectives :</p> <ul style="list-style-type: none">- Transmettre aux apprenants au moyen d'apports académiques et de cas d'entreprises l'état actualisé des connaissances relatives aux principales théories de la firme.- Rendre les apprenants capables d'analyser une situation d'entreprise, d'identifier d'éventuels dysfonctionnements managériaux et de proposer des solutions d'amélioration du fonctionnement de l'entreprise et de la performance sur la base de ces théories. <p>Compétences managériales visées / Managerial skills :</p> <ul style="list-style-type: none">- Capacité à analyser les processus décisionnels au sein d'une organisation, y compris identification des dysfonctionnements et propositions d'améliorations organisationnelles.- Capacité à analyser une situation organisationnelle constituée de coalitions d'acteurs et capacité à mettre en œuvre les méthodes d'analyse et de résolution de problèmes adéquats.- Capacité à identifier les systèmes de reporting nécessaires à l'amélioration continue des processus.- Capacité à identifier l'opportunité (ou non) d'externaliser des activités.- Capacité à analyser les relations contractuelles et conventionnelles entre les acteurs d'une entreprise et à proposer des dispositions d'optimisation de la satisfaction des acteurs.- Capacité à définir la stratégie de succès au sein d'un secteur à partir des ressources et compétences disponibles.- Capacité à construire une démarche de type RSE ou développement durable basée sur la satisfaction de l'ensemble des parties prenantes. | |
| <p>Plan du cours / Contents :</p> <p>Introduction</p> <ul style="list-style-type: none">- Théorie néo-classique de la firme et remise en cause <p>1. La métaphore du cerveau</p> <ul style="list-style-type: none">- Les limites de la métaphore organique et le rôle de l'information1.1. Les théories de la décision<ul style="list-style-type: none">- La rationalité limitée de Simon- Les modèles politique de la décision- Le garbage can model1.2. L'école behavioriste ou la théorie comportementale de la firme1.3. Organisation holographique et ERP <p>2. La métaphore du marché</p> <p>Les théories économiques de la firme</p> <ul style="list-style-type: none">2.1. Théorie des coûts de transaction2.2. Théorie des droits de propriété2.3. Théorie de l'agence2.4. Théorie des conventions <p>3. Quelques approches contemporaines</p> <ul style="list-style-type: none">3.1. De la théorie évolutionniste au paradigme des ressources3.2 La théorie des parties prenantes | |



Evaluation / Final examination :

Exercice sur table de résolution d'un cas d'entreprise (2 heures)

Mots Clés: Théories de la firme, théorie de l'agence, coûts de transaction, théories de la décision, théorie des parties prenantes.

Bibliographie (non exhaustif) / Bibliography :

CORIAT B. et WEINSTEIN O., 1995, Les nouvelles théories de l'entreprise, Edition Livre de Poche.

DARBELET M., IZARD L. et SCARAMUZZA M., 2002, Notions fondamentales de gestion d'entreprise, Foucher.

JOHNSON G. et SCHOLLES K., 2000, Stratégique, Publi-Union.

KENEDY Carol, 2003, Toutes les théories du management, Edition Maxima.

KOENIG G., 1998, Les théories de la firme, Economica.

MORGAN G., 1999, Images de l'organisation, DeBoeck Université.

PLANE J.-M., 2008, Théorie des organisations, Paris:Dunod.

ROJOT J., 2005, Théorie des organisations, Editions ESKA.

WEINSTEIN, 2012, Les théories de la firme, in Idées économiques et sociales, n°170, pp6-15.



| | |
|--|----------------------------------|
| Titre/Title: Théories des Organisations | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /Lecturer: Jérôme LERAT-PYTLAK | |
| <p>Objectifs du cours / Learning objectives :</p> <ul style="list-style-type: none">- Transmettre aux apprenants au moyen d'apports académiques et de cas d'entreprises l'état actualisé des connaissances relatives aux principales théories des organisations.- Rendre les apprenants capables d'analyser une situation d'entreprise, d'identifier d'éventuels dysfonctionnements managériaux et de proposer des solutions d'amélioration du fonctionnement de l'entreprise et de la performance sur la base de ces théories. <p>Compétences managériales visées / Managerial skills :</p> <ul style="list-style-type: none">- Capacité à analyser la structure d'une organisation (organigramme, définitions de fonctions, mécanismes de coordination...), à identifier les imperfections et à proposer des améliorations organisationnelles.- Capacité à diagnostiquer les modes de management (styles de direction, centralisation, systèmes de reconnaissance...) en vigueur dans une organisation et à proposer des préconisations managériales permettant l'amélioration des performances.- Capacité à proposer des démarches, outils, méthodes, techniques organisationnelles ou managériales adaptées aux objectifs d'une organisation.- Capacité à diagnostiquer la culture organisationnelle d'une organisation. | |
| <p>Plan du cours / Contents :</p> <p>Introduction générale : sciences de gestion et notion d'organisation</p> <p>La métaphore de la machine</p> <ol style="list-style-type: none">1. L'Ecole classique<ol style="list-style-type: none">1.1. Taylorisme1.2. Fayolisme1.3. Weber1.4. Fordisme<ul style="list-style-type: none">- La remise en cause du modèle taylorien-fordien- L'adaptation du modèle taylorien-fordien <p>La métaphore de l'organisme</p> <ol style="list-style-type: none">2. L'Ecole des relations humaines<ol style="list-style-type: none">2.1. Mayo2.2. Maslow2.3. Mc Gregor2.4. Likert3. L'organisation vue comme un système complexe<ol style="list-style-type: none">3.1. La théorie des systèmes3.2. Les théories de la contingence3.3. Mintzberg et les configurations structurelles3.4. Les 8 paramètres d'analyse de la structure3.5. Les réseaux d'entreprise3.6. Lawrence et Lorsch et la dynamique différenciation/intégration3.7. Chandler et la relation stratégie↔structure <p>La métaphore de la culture</p> <ul style="list-style-type: none">- Cultures nationales et cultures d'entreprises | |
| <p>Evaluation / Final examination :</p> <p>Exercice sur table de résolution d'un cas d'entreprise (2 heures)</p> | |



Mots Clés: Théories des organisations, Taylorisme, Fordisme, école des relations humaines, théorie des systèmes, structure organisationnelle, mécanismes de coordination.

Bibliographie (non exhaustif) / Bibliography :

- CORIAT B. et WEINSTEIN O., 1995, Les nouvelles théories de l'entreprise, Edition Livre de Poche.
DARBELET M., IZARD L. et SCARAMUZZA M., 2002, Notions fondamentales de gestion d'entreprise, Foucher.
JOHNSON G. et SCHOLLES K., 2000, Stratégique, Publi-Union.
KENEDY Carol, 2003, Toutes les théories du management, Edition Maxima.
KOENIG G., 1998, Les théories de la firme, Economica.
MORGAN G., 1999, Images de l'organisation, DeBoeck Université.
PLANE J.-M., 2008, Théorie des organisations, Paris:Dunod.
ROJOT J., 2005, Théorie des organisations, Editions Eska.
WEINSTEIN, 2012, Les théories de la firme, in Idées économiques et sociales, n°170, pp6-15.



| | |
|--|----------------------------------|
| Titre/title: COMPTABILITE GENERALE | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /lecturer: Nancy SEGURA | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <ul style="list-style-type: none">- Comprendre les concepts et principes généraux de la Comptabilité Générale (/Financière).- Acquérir les connaissances de base de la Comptabilité Générale (/Financière.) <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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. | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">- Introduction générale à la comptabilité Financière : présentation des principaux objectifs de la comptabilité financière, présentation des principaux destinataires de l'information financière (parties prenantes), présentation des principaux organismes normalisateurs comptables et financiers nationaux , et internationaux,- 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- Présentation de la comptabilité d'engagement / vs/ Comptabilité de trésorerie et des implications majeures de ces deux formes de comptabilité sur le contenu de l'information financière présentée dans les états financiers.- 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...)- Enregistrement des opérations d'inventaire (dépréciation, amortissements, variations de stocks : Inventaire permanent et Inventaire Intermittent, clôture des comptes). | |
| <p>Evaluation/Final examination</p> <ul style="list-style-type: none">- Un contrôle individuel écrit de 2h 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, Comptabilité Financière, Etats Financiers, Résultat, Bilan

Bibliographie (facultative) Bibliography :

DCG 9- Introduction à la Comptabilité : Manuel et Applications , 2017-2018, Ed. DUNOD , C. DISLE, R. MASEO, M. MEAU



| | |
|---|--|
| Titre/title: Comptabilité Analytique Approfondie | Volume horaire/Nb of hours: 18 h (e-learning) |
| Enseignant /lecturer: C. Averseng | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Ce cours permettra de comprendre les liens entre la comptabilité de gestion et la comptabilité générale ainsi que de maîtriser la mise en place de calculs de coûts dans un tableur (Microsoft, Libre office, Google Sheets...).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: calculs de coûts, tableur.</p> <p>En suivant ce cours, les étudiants auront un aperçu global de la comptabilité de gestion et seront capables d'en comprendre les différents aspects :</p> <p>Comment passer de la comptabilité financière à la comptabilité de gestion ? Comment mettre en place un modèle de calcul de coût ? Comment calculer son seuil de rentabilité ? Comment mettre en place un budget et comparer un prévisionnel au réel ? Comment choisir parmi différentes méthodes de calcul ?</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Semaine 1 : Introduction et notions clés Cette semaine est consacrée à l'introduction, à la présentation des notions clés de la comptabilité de gestion et l'utilisation du tableur. L'étude de cas fil rouge sert à établir le lien entre la comptabilité générale et la comptabilité de gestion. L'étude de cas fil rouge permet d'une part de revenir sur la notion de compte de résultat et, d'autre part, de caractériser les charges (charges directes/indirectes et variables/fixes).</p> <p>Semaine 2 : Les coûts complets : méthode des centres d'analyse (1/2) La deuxième semaine aborde la première partie du cours consacré aux coûts complets (méthode des centres d'analyse) en proposant une première réflexion sur les centres d'analyse et en expliquant le réseau des coûts. L'étude de cas permettra de mettre ces éléments en application en proposant un calcul des coûts aux différents stades d'exploitation (de l'achat des matières premières au coût complet du produit fini et livré au client).</p> <p>Semaine 3 : Les coûts complets : méthode des centres d'analyse (2/2) La troisième semaine termine le thème des coûts complets méthode des centres d'analyse en allant plus loin, avec les notions de stocks. Une analyse critique de la méthode vient conclure ce thème. Le cas propose de reprendre les données précédentes en rajoutant les stocks, en cours et rebuts.</p> <p>Semaine 4 : Les coûts standards La quatrième semaine est consacrée à la gestion budgétaire au travers les coûts standards/prévisionnels, le calcul des écarts sur charges directes et indirectes (méthode des tableaux) et conclut cette thématique par son analyse critique. L'étude de cas met en lumière les écarts entre coûts standards et coûts réels et propose une analyse organisée des explications possibles des écarts constatés.</p> | |



Semaine 5 : Le seuil de rentabilité

La dernière semaine aborde l'étude d'une méthode de calcul de coût partiel, la méthode du coût variable direct, qui nous permettra de calculer le seuil de rentabilité. Nous en proposerons aussi une analyse critique. Le cas est le prétexte de caractériser les charges (les charges fixes versus les charges variables) et de calculer le seuil de rentabilité (en quantité ou en chiffre d'affaires).

Un chapitre de conclusion est l'occasion de faire le point sur le rôle du contrôleur de gestion dans l'organisation, la place de l'informatique (et plus largement du système d'information de gestion) dans son quotidien.

Evaluation : Quiz informatique 1 heure

Mots Clés : Comptabilité de gestion, coût, centre d'analyse, résultat, tableur

Bibliographie (facultative) Bibliography :

- « Mini manuel de contrôle de gestion », Bernard Augé et Gérald Naro, Ed Dunod
- « Comptabilité de gestion », Béatrice Grandguillot et Francis Grandguillot, Ed Gualino
- « DCG 11 Contrôle de gestion, Manuel et Applications », Claude Alazard et Sabine Sépari, Ed Dunod
- « Les bases de la comptabilité analytique de gestion », Yves Dupuy et Denis Travaillé, Ed Economica
- « Contrôle de gestion – DCG 11 – Manuel », Daniel Larue, Ed LexisNexis
- « Le projet Armagnac – Le yield management s'applique-t-il à l'alimentaire ? – Roman d'entreprise » Bertrand Vignon, Edition Dauvers



| | |
|--|----------------------------------|
| Titre/title: MARKETING STRATEGIQUE | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /lecturer: M. POUTONNET Philippe | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Comprendre la démarche marketing (partie stratégique et partie opérationnelle) et les différents mécanismes fondamentaux. Ce cours exclut la partie analytique et le web marketing traités par d'autres intervenants.</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Séance 1 : Avant-propos Le marketing, qu'est-ce que c'est ? Introduction Histoire du marketing 1. Définitions du marketing Evolution de la définition Définition clé et notion de valeur 2. La démarche marketing Schéma de la démarche marketing Marketing stratégique et marketing opérationnel 3. Le marketing stratégique 3.1. L'analyse de marché Définition du marché Approche marketing du marché Structuration d'un marché 3.1.1. La demande et les types de consommateurs La demande d'un point de vue quantitatif La demande d'un point de vue qualitatif Les différentes phases du processus de décision Besoin et désir Modèle du processus décisionnel Cycles et processus d'achat Les motivations Les freins 3.1.2. L'offre Les rapports de force sur un marché Les indicateurs quantitatifs de l'offre La position concurrentielle Le principe de la part de marché relative</p> <p>Séances 2 et 3 3.2. Le diagnostic stratégique 3.2.1. Le diagnostic externe L'analyse pestel et le macro-environnement</p> | |



Le micro-environnement

La demande

L'offre

L'analyse de la concurrence et les forces de Porter

3.2.2. Le diagnostic interne

L'évolution des performances quantitatives de l'entreprise sur le marché

L'état et l'évolution de la notoriété et de l'image de l'entreprise et de la marque

Les ressources de l'entreprise pour un produit donné

L'analyse critique du marketing-mix

La synthèse du diagnostic et la matrice Swot

Le plan marketing

Séance 4

3.3. L'élaboration de la stratégie marketing

3.3.1. La segmentation

Le processus de segmentation

L'intérêt de la segmentation

Les règles de segmentation

La démarche de segmentation

Les critères de segmentation

La segmentation multi-critères

Les méthodes de découpage d'un marché

L'analyse des segments

La stratégie de segmentation

3.3.2. Le ciblage

Le marketing indifférencié, différencié, concentré, de niche et personnalisé

3.3.3. Le positionnement

Les stratégies de positionnement

La qualité d'un bon positionnement

Le positionnement et le mix

Les différents mix (variables commerciales)

Séances 5 et 6

4.1. Le marketing opérationnel du produit

4.1.1. Le plan produit

La qualité du produit

La gamme de produits et sa composition

L'analyse d'une gamme

Le cycle de vie du produit

Le nom de la marque

Le rôle et les fonctions de la marque

Les types de marques

Les stratégies de marques

Le packaging

L'innovation produit

4.1.2. Le plan prix

La fixation du prix et la structure de coûts

4.1.3. Le plan de distribution

Les fonctions de la distribution

Les différents types de vente et les formes de commerce

Les canaux et circuits



Les critères d'évaluation d'un circuit

La stratégie de référencement

La fidélité

4.1.4. Le plan de communication

Les objectifs de la communication

La définition de la cible

L'élaboration du message

Le choix des canaux de communication

La communication média et hors média

L'efficacité de la communication

Le marketing direct

La promotion des ventes

4.2. Le marketing des services

4.3. Le marketing du point de vente

Evaluation/Final examination écrit de 2H

Mots Clés

Mots clés : marketing - marketing stratégique - marketing opérationnel - diagnostic stratégique - offre - demande - mix - besoins - freins - motivations - segment - cible - positionnement

Bibliographie (facultative) Bibliography :



| | |
|--|----------------------------------|
| Titre/title: ETUDES ET DIAGNOSTIC | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /lecturer: G. SERE DE LANAUZE | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Maîtriser les fondements conceptuels et méthodologiques du marketing d'études afin d'établir le diagnostic à la base de toute action ou choix stratégique. Connaitre les outils d'études nécessaires au diagnostic, savoir les choisir et les mettre en œuvre.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Séance 1 : Le diagnostic Marketing et les études Séances 2 : Les études qualitatives Séance 3 : Les études qualitatives (suite et cas en TD) Séance 4 : Les études quantitatives ad hoc Séances 5 : Les études quantitatives (suite et cas en TD) Séance 6 : Les panels</p> | |
| <p>Evaluation/Final examination Travaux dirigés en contrôle continu (50%) Examen final sur table (50%)</p> | |
| <p>Mots Clés: Etudes quantitatives, études qualitatives, panels, système d'information marketing, échantillon</p> | |
| <p>Bibliographie (facultative) Bibliography : Jean Luc Giannelloni & Eric Vernet (2001), Etude de marché, Editions Vuibert Evrard, Pras & Roux (1999), Market , Etudes et recherches en marketing, Ed Dunod Véronique des Garets (1997), Etudes et recherches commerciales, Ed Economica Ph Aurier (2007), Pratique des Etudes de Marché, outils du diagnostic marketing, Ed Economica</p> | |



| | |
|--|----------------------------------|
| Titre/title: Informatique de Gestion | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /lecturer: Emmanuel Houzé /Matthieu Dereumaux | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Maîtriser les différents usages des outils informatiques génériques utilisés en entreprise Connaître le potentiel des tableurs et des bases de données Maîtriser la communication en utilisant le vocabulaire adapté avec des interlocuteurs techniques</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir prendre des décisions en groupe Savoir combiner ensemble des analyses de différents domaines de la gestion Savoir interagir avec des spécialistes des bases de données afin d'en piloter l'usage en entreprise</p> <p>Compétences techniques : Savoir mettre en place en entreprise une application de type tableur mobilisant les concepts de base de la programmation en VBA Connaître les fondamentaux des bases de données utiles pour le manager</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Séance 1 : rappel sur le fonctionnement d'un tableur et début d'une mise en pratique dans le cadre d'un travail personnel sur 3 séances Séance 2 : présentation du VBA et mise en pratique des concepts Séance 3 : finalisation du travail personnel Séance 4 : présentation du concept de bases de données Séance 5 : les SGBD : concepts et mise en pratique par les étudiants Séance 6 : cas pratique à réaliser</p> | |
| Evaluation/Final examination - 1 examen final | |
| Mots Clés : informatique, VBA, bases de données, simulation de gestion | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography: | |



| | |
|---|---------------------------------|
| Titre/title: Simulation de Gestion | Volume horaire/nb of Hours: 18h |
| Enseignant /lecturer: Emmanuel Houzé | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Développer des compétences transversales en gestion Intégrer d'une manière inductive les concepts clés de la gestion</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir prendre des décisions en groupe Savoir combiner ensemble des analyses de différents domaines de la gestion</p> <p>Compétences techniques : Savoir construire des outils de prise de décisions</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Séance 1 : présentation de la simulation et des principaux outils de gestion nécessaires Séance 2 à 5 : prises de décisions par les groupes Séance 6 : présentation des résultats et rédaction d'un rapport de synthèse</p> | |
| Evaluation/Final examination Contrôle continu | |
| Mots Clés: simulation de gestion | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography: | |



| | |
|---|----------------------------------|
| Titre/title: Diagnostic Financier | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /lecturer: Jérôme Pouget | |
| Objectifs du cours/Learning objectives: A l'issue de cet enseignement, les étudiants peuvent juger de la santé financière de l'entreprise, tant au plan de sa rentabilité que de sa structure financière. Compétences managériales/Managerial competencies: Analyse financière, diagnostic financier | |
| Plan du cours/ Contents: I – Analyse de la rentabilité Tableau des SIG du PCG Retraitements Ratios II – Analyse de la structure financière Bilan fonctionnel Retraitements Ratios de structure | |
| Evaluation/Final examination : Examen final 100% | |
| Mots Clés : Diagnostic financier, Analyse financière, SIG, Bilan fonctionnel | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



| | |
|---|----------------------------------|
| Titre/title: Décision financière | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /lecturer: Jérôme Pouget | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: A l'issue de cet enseignement, les étudiants peuvent juger de la rentabilité d'un projet quelles que soient les hypothèses sur l'avenir.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir évaluer un projet d'investissement.</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Décision d'investissement en : Avenir Certain Avenir Aléatoire Avenir incertain</p> | |
| Evaluation/Final examination : Examen final 100% | |
| Mots Clés : VAN, TRI, Arbre de decision. | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



| | |
|--|---------------------------------|
| Titre/title: GRH | Volume horaire/nb of Hours: 36h |
| <p>Enseignants /lecturers: Anne Loubès, Mélissa Boeuf Loïc Douyere Sylvie Olle Najoua Tahri</p> | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif est de sensibiliser les étudiants du master 1 à la GRH en abordant les fondamentaux ainsi que les thèmes d'actualité. Le rôle de l'entreprise dans la société et la nature de ses relations avec différentes parties prenantes seront abordés. Une approche orientée sur le marketing RH sera également présentée avec un focus sur les notions clefs (ex : la marque employeur). Au-delà de la définition générale les thèmes abordés couvrent certaines activités essentielles à la relation d'emploi et au développement de l'employabilité ainsi que de la sécurisation des parcours professionnels des salariés. Ce cours est réalisé par une équipe d'enseignants chercheurs et de professionnels.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Comprendre les enjeux RH et la place des RH dans la performance d'une organisation, Développer une vision contingente de la GRH, Se sensibiliser avec certains outils RH (compte personnel formation, entretiens d'évaluation, entretiens professionnels, schéma directeur de GPEC...), Comprendre les concepts liés aux thèmes abordés (performance sociale, employabilité, contrat psychologique...) 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. Connaître et appliquer les modèles qui expliquent les liens entre l'entreprise et son environnement social, économique Comprendre la logique d'exploitation des outils marketing en GRH Analyser l'environnement de l'entreprise en GRH (segmentation, ciblage) Définir sa stratégie de positionnement Définir les éléments opérationnels du plan marketing RH (4P) Comprendre les enjeux et les difficultés du recrutement Connaître le rôle d'un cabinet conseil en recrutement Appréhender dans sa globalité une politique de rémunération Comprendre les solutions RH en matière de rémunération</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Introduction générale : éléments de définition et perspectives (GRH et stratégie d'entreprise digitalisation et RH, territorialisation et RH, ...) : Anne Loubès La responsabilité sociale de l'entreprise : Najoua Tahri Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences : principes et outils : Anne Loubès</p> | |



Formation professionnelle et management de l'employabilité : Anne Loubès
Evaluation des collaborateurs : Anne Loubès
Recrutement : Loïc Douyere
Les fondements du marketing RH : Melissa Boeuf
La segmentation et le ciblage en RH : Melissa Boeuf
Le marketing Mix en RH : Melissa Boeuf
La rémunération : Sylvie Olle

Evaluation/Final examination
Examen final 100% écrit

Mots Clés : RH, RH et stratégie, GPEC, Formation professionnelle, employabilité, Marketing RH, Recrutement, rémunération, RSE,...

Bibliographie (facultative) Bibliography:
J.M. PERRETTI, GRH, (19e edition) Vuibert.
BRILLET Franck et GAVOILLE Franck (2017). Marketing RH : Réussir l'orientation marché de la politique. Dunod.
LIGER Philippe (2016). Marketing RH : Comment devenir un employeur attractif. (4e édition). Broché.
PACZUK Serge et POINT Sébastien. (2008). Enjeux et outils du marketing RH. Eyrolles-Éditions d'Organisation.
Revue Personnel
Revue Liaisons Sociales



SEMESTRE 2

| | | |
|----------------|--------------------------------------|---|
| UE1 | TRAITEMENT DE L'INFORMATION | RECHERCHE OPERATIONNELLE |
| | | STATISTIQUES ET PROBABILITES |
| UE2 | STRATEGIE ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE | STRATEGIE |
| | | INTELLIGENCE ECONOMIQUE |
| UE 3 | INGENIERIE FINANCIERE | |
| UE 4 | STAGE | |
| UE 5 (à choix) | FISCALITE ET METHODOLOGIE | FISCALITE ou NEGOCIATION VENTE ou COMMUNICATION |
| | | METHODOLOGIE |
| UE6 | GRH INTERNATIONALE | GRH INTERNATIONALE |
| | | DROIT SOCIAL |



| | |
|---|--|
| Titre/title RECHERCHE OPÉRATIONNELLE | Volume horaire/nb of Hours 18h : 12h CM – 6h TD |
| Enseignant /lecturer: Mme Laurence BONIFAS | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: L'objet du cours est de présenter quelques méthodes de Recherche Opérationnelle, outils d'aide à la décision reposant sur des modèles d'optimisation sous contraintes. On se limitera à quelques problèmes de Programmation Linéaire, et à quelques éléments de la Théorie des Graphes (Problèmes simples de transport et planification de projet).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir résoudre des systèmes d'équations linéaires à plusieurs inconnues et des systèmes d'inéquations linéaires à 2 inconnues , dans le cadre de la prise de décision en entreprise.</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">Programmation linéaireForme canonique et résolution graphiqueMéthode du simplexe (maximisation sous contraintes \leq)Analyse marginaleProgrammation linéaire en nombres entiersUtilisation du logiciel SOLVEUR sous EXCELThéorie des GraphesOrdonnancement d'un graphe sans circuitChemin de longueur optimale dans un graphe ordonnancé et valuéPlanification de projet : graphe MPM | |
| Evaluation/Final examination Écrit de 2H | |
| Mots Clés : programmation linéaire – ordonnancement - MPM | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



| | |
|---|--|
| Titre/title STATISTIQUES ET PROBABILITÉ | Volume horaire/nb of Hours 18h : 12h CM – 6h TD |
| Enseignant /lecturer: Mme Laurence BONIFAS | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Ce cours est une introduction aux statistiques inférentielles et à la théorie de l'estimation. On se limitera ici aux échantillons de grandes tailles et à l'étude des phénomènes types moyenne et proportion.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Lois usuelles de probabilités (Binomiale, Poisson et Normale) dans le cadre de la prise de décision.</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Rappels sur la loi Normale Statistiques inférentielles : Lois d'échantillonnage de la moyenne et de la proportion Tests de la moyenne et de la proportion Estimation des paramètres moyenne et proportion par intervalle de confiance Test du Khi2 d'ajustement et d'indépendance</p> | |
| Evaluation/Final examination Écrit de 2H | |
| Mots Clés – Statistiques – Probabilités – Echantillon – Moyenne – Test d'indépendance | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



| | |
|---|---------------------------------|
| Titre/title: Stratégie d'entreprise | Volume horaire/nb of Hours: 18h |
| Enseignant /lecturer: Philippe Négrier | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives :</p> <p>Avoir les compétences pour réaliser une analyse Stratégique Corporate et Business Anticiper, mettre en place des stratégies pour pérenniser les entreprises afin de réaliser de la performance.</p> <p>Have the skills to carry out a strategic analysis Corporate and Business Anticipate, implement strategies to sustain companies in order to achieve performance</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>1/Analyser l'environnement, l'industrie et la concurrence</p> <ul style="list-style-type: none">Les stratégies de coût et de volumeLes stratégies de différenciation et de recomposition de l'offreRupture et innovation stratégiques :La création de nouveaux business modelsLes ressources stratégiques de l'entreprise, source de l'avantage concurrentielIntégration verticale et externalisationLa dynamique concurrentielle <p>2/Organiser l'entreprise pour mettre en oeuvre la business strategy</p> <ul style="list-style-type: none">Croissance, création de valeur et gouvernanceStratégie et développement durableL'innovation, moteur de la croissance interneGlobalisation et stratégies internationalesDiversification, recentrage et management du portefeuille d'activitésLa croissance externe : les fusions, acquisitionsLes alliances stratégiquesCorporate strategy et structure :Organiser la diversitéMatrices, projets et réseaux : construire des organisations plus stratégiquesLa formulation de la stratégie et le changement stratégiqueLe changement organisationnel et le change managementLe changement de la culture et de l'identité de l'entreprise <p>1 / Analyzing the environment, industry and competition</p> <ul style="list-style-type: none">Cost and volume strategiesThe strategies of differentiation and recomposition of the offerStrategic breakthrough and innovation:The creation of new business models | |



| |
|---|
| <p>The company's strategic resources, the source of competitive advantage Vertical integration and outsourcing Competitive dynamics</p> <p>2 / Organizing the company to implement the business strategy Growth, Value Creation and Governance Strategy and Sustainable Development Innovation, the engine of organic growth Globalization and international strategies Diversification, refocusing and management of the portfolio of activities External growth: mergers, acquisitions Strategic alliances Corporate strategy and structure: Organizing Diversity Matrices, projects and networks: building more strategic organizations Strategy formulation and strategic change Organizational change and change management Changing the culture and identity of the company</p> |
| <p>Evaluation/Final examination ETUDE DE CAS STRATEGIQUE/ STRATEGIC CASE STUDY</p> |
| <p>Mots Clés / Stratégie d'entreprise – alliance – Innovation - Changement</p> |
| <p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p> |



| | |
|---|----------------------------------|
| Titre/title: Intelligence Economique | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /lecturer: Emmanuel Houzé | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif du cours est d'intégrer la prise en compte de l'environnement informationnel dans la construction des décisions des entreprises. Pour cela, tant les informations entrantes (processus de veille) que plus globalement le management de l'information (concept d'Intelligence Economique) seront traités.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir mettre en place un dispositif de veille /IE Savoir mettre en place un dispositif de datamining</p> <p>Compétences techniques : Savoir utiliser des outils informatiques pour la veille</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Les différents types de veille Le cycle de l'Information Les outils et techniques de veille L'Intelligence Economique Le datamining</p> | |
| <p>Evaluation/Final examination - examen final 70%, contrôle continu 30%</p> | |
| <p>Mots Clés : intelligence économique, veille technologique, veille stratégique, veille commerciale, veille concurrentielle</p> | |
| <p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p> | |



| | |
|---|--|
| Titre/title Ingénierie financière | Volume horaire/nb of Hours : 18h CM |
| Enseignant /lecturer: Jérôme Pouget | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: A l'issue de cet enseignement, les étudiants peuvent identifier et choisir les sources de financement long terme pour les projets. Ils peuvent aussi établir une fourchette d'évaluation d'une entreprise.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir évaluer une entreprise, identifier les sources de financement, choisir le mode de financement</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">I –Financement des investissements<ul style="list-style-type: none">Sources de financementChoix du financementII – Evaluation des entreprises<ul style="list-style-type: none">Méthode patrimonialeMéthode de rendement | |
| Evaluation/Final examination Examen final 100% | |
| Mots Clés :Augmentation de capital, Emprunt, valeur patrimoniale, valeur de rendement. | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



| | |
|--|--|
| Titre/title : Stage | |
| Enseignant /lecturer: Najoua TAHRI | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Le stage a pour objectif de mettre les étudiants dans des situations professionnelles de longue période (minimum 4 mois), de façon à leur permettre de parfaire leur apprentissage et d'acquérir des compétences professionnelles en vue d'une insertion rapide dans la vie professionnelle.</p> <p>Compétences managériales /Managerial competencies: Les étudiants peuvent acquérir des compétences managériales directement dans l'entreprise, par le biais du stage, de l'alternance. À l'issue de leur expérience, les compétences acquises par les étudiants suite aux périodes de stage ou d'alternance se déclinent en savoirs gestionnaires : savoir-faire pratiques et savoir-être dans l'entreprise.</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: La structuration du rapport devra comporter les éléments suivants : Introduction présentant le thème du stage, Diagnostic de la situation de départ, Compte rendu de la mission : méthodologie suivie pour résoudre le problème et recommandations opérationnelles proposées à l'entreprise, Conclusion sur les résultats observés et analyse critique de tout ou partie de la mission.</p> <p>Le rapport de stage doit proposer une analyse de la situation que vous allez traiter. Vous ne devez choisir qu'une seule problématique.</p> | |
| <p>Evaluation/Final examination: Contrôle continu : 0% Contrôle final : 100%</p> | |
| Mots Clés : Rapport de stage - Méthodologie | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



| | |
|--|----------------------------------|
| Titre/title: FISCALITE | Volume horaire/Nb of hours: 18 h |
| Enseignant /lecturer: Nancy Segura | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: - Comprendre les principaux mécanismes de détermination de l'impôt sur le revenu de l'entrepreneur ; appréhender les principaux mécanismes de détermination de l'impôt sur les sociétés</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Etre capable de mettre en application de manière circonstanciée les principes fondamentaux de la fiscalité des entreprises en adaptant son analyse aux nombreuses formes d'entreprises existantes (Entreprise individuelle, SNC, EURL, SARL, SA, SAS ...)</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Présentation générale du système fiscal français et présentation de la terminologie fiscale, L'IRPP : Principes généraux et territorialité , Présentation des différents revenus catégoriels, Principe de détermination de l'imposition de l'entreprise individuelle, Principes de détermination de l'impôt sur les Sociétés.</p> | |
| <p>Evaluation/Final examination Un contrôle individuel écrit de 2h portant sur la détermination du revenu fiscal des entreprises et sur leur analyse fiscale correspondante .</p> | |
| <p>Mots Clés Impôt sur le Revenu , Impôt sur les Sociétés, Détermination du résultat fiscal</p> | |
| <p>Bibliographie (facultative) Bibliography : Droit Fiscal, DCG 4, 2017-2018 – Ed. DUNOD- P. Pinteaux, C.Godard, D. Terlong</p> | |



| | |
|--|----------------------|
| Titre/title : Négociation - vente | Volume horaire : 18h |
| Enseignant /lecturer: Frédéric JEAN | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif de ce cours est la présentation et la pratique du processus de vente ainsi que des techniques de négociations pour une montée en compétence personnalisée.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: A l'issue de cette formation, vous serez capable de mener une discussion commerciale ou de vous engager dans une négociation commerciale simple.</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">La vente : Où en êtes vous?Le processus de vente :La communication du commercial sur les réseaux sociauxLe parcours et l'expérience clientLes différentes étapes d'une venteLe processus de négociation :La preparation de la négociationLa négociationLes résultats de la négociation <p>Principe de fonctionnement du cours : Pour une meilleure efficacité, ce cours est à vocation interactif. Vous serez ammenés à effectuer des mises en situation.</p> | |
| Evaluation/Final examination Contrôle continu 100% (oral) | |
| Mots Clés : Vente, négociation, communication verbale et non verbale. | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : Fournier Christophe 2016, Le Management et la force de vente. | |



| | |
|---|----------------------|
| Titre/title COMMUNICATION | Volume horaire : 18h |
| Enseignant /lecturer: G. SERE DE LANAUZE | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Maîtriser les principaux concepts et notions théoriques de la communication de l'entreprise Connaître les acteurs du marché de la communication Comprendre les outils et techniques medias et hors médias</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication cohérente avec les objectifs de l'entreprise Savoir faire les choix et arbitrages entre les différentes techniques disponibles dans le respect des objectifs stratégiques et budgétaires</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents: Séance 1 : Fondements et théories de la communication (rappels), le processus de communication, les principaux acteurs (annonceurs, agences, médias) Séance 2 : Stratégie de communication, le plan de communication Séance 3 : La publicité générale, création et média planning Séance 4 : Les techniques du hors médias : La promotion des ventes, le marketing direct, les relations publiques et l'événementiel. Séance 5 : La communication hors médias : Internet et la communication digitale Séance 6 : TD – Application, présentations</p> | |
| <p>Evaluation/Final examination Travaux dirigés en contrôle continu (30%) Examen final sur table (70%)</p> | |
| <p>Mots Clés: Communication, média, persuasion, publicité, relations publiques, social media, digital, promotion des ventes</p> | |
| <p>Bibliographie (facultative) Bibliography : Malaval P. et Décaudin J.M., Pentacom, Communication : théorie et pratique, Pearson Education Ed.</p> | |



| | |
|--|---------------------|
| Titre/title : Méthodologie | Volume horaire: 18h |
| Enseignant /lecturer: Anne LOUBES | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Le cours est adapté aux besoins rencontrés par les étudiants durant leurs missions entreprises (stages ou périodes d'alternance). La pédagogie repose sur une analyse en profondeur des domaines RH recensés avec à chaque fois, des approfondissements en SIRH. Des cas pratiques sur la base des ouvrages publiés dans le cadre des trophées du cercle des SIRH sont mobilisés (Book Trophées Cercle des SIRH).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <p>Comprendre les problématiques opérationnelles en SIRH Savoir analyser leurs enjeux RH Savoir problématiser Réaliser des diagnostics RH et SIRH Apprendre à proposer des préconisations managériales Savoir adopter des stratégies de recherche bibliographiques dans les domaines professionnels et académiques.</p> | |
| Le cours s'organise sur la base de travaux de groupe favorables à la mutualisation, d'échanges de bonne pratiques, de benchmarking ainsi que de présentations orales. Les étudiants sont systématiquement accompagnés et coachés dans leurs démarches. | |
| Evaluation/Final examination Presentation orale | |
| Most Clés : SIRH, e-GRH, Transformations, fonction RH | |
| <p>Bibliographie (facultative) Lectures incontournables : Cercle des SIRH, coordonnée par Gérard Piétrement (2017), Le SIRH, enjeux, bonnes pratiques et innovation, 3ième édition, Vuibert Patrick Storaye (2016), Transformation, RH et digital : De la promesse à la feuille de route. Broché. Patrick Storaye Le SIRH (2013) - Enjeux, facteurs de succès et perspectives, Broché. Books Trophées Cercle des SIRH sont fournis</p> <p>De nombreuses références bibliographiques sont données pendant les interventions.</p> | |



| | |
|---|----------------------|
| Titre/title : GRH INTERNATIONALE | Volume horaire : 18h |
| Enseignant /lecturer: Mme Corine NAVARRO | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives & Compétences managériales/Managerial competencies: Découvrir et s'approprier les déclinaisons générales de la RH dans le cadre de la mondialisation de l'économie.</p> <p>Pré-requis: Connaissance des champs couverts par la GRH.</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">- L'internationalisation des entreprises et les défis pour la fonction Ressources Humaines- La gestion des recrutements et des carrières à l'international (recrutements, formation, mobilité....)- RH et stratégie d'entreprise : l'impact du SIRH sur l'évolution des pratiques du DRH et de ses partenaires internes et externes : enjeux et pratiques- une réponse aux enjeux idéologiques impactant les modèles économiques : la communication et le management interculturels : les modèles existants et le programme GLOBE, les aires culturelles, évolutions des pratiques, perspectives... | |
| <p>Evaluation/Final examination Contrôle continu et livrables présents en séances</p> | |
| <p>Mots Clés : GRH, international, mondialisation, géoéconomie, stratégie, recrutement, mobilité professionnelle</p> | |
| <p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p> <p>Chapitres d'ouvrages</p> <ul style="list-style-type: none">- CAZAL D. (2011) « Porter un regard critique sur la gestion internationale des ressources humaines, un défi impossible ? » in Taskin L., de Nanteuil M. (coord.) Perspectives critiques en management : Pour une gestion citoyenne, Bruxelles : De Boek, p. 185-194.- CAZAL D. (2011) « GRH internationale : structures, limites et nouvelles perspectives de recherche » in D. Cazal, F. Chevalier, E. Davoine, P. Louart (coord.) GRH et mondialisation : nouveaux contextes, nouveaux enjeux, Paris : Vuibert, p. 243-269. <p>Ouvrages</p> <ul style="list-style-type: none">- Michel BARABEL et O. Meier, La gestion internationale des ressources humaines, mars 2014, Dunod, CollectionTopos- Christoph BARMAYER et Marie-France WAXIN, Gestion des ressources humaines internationales, avril 2008, Liaison, Collection Entreprise et carrières.- D CAZAL-JM PERETTI-F QUIQUANDON (1990) "Vers un management international des ressources humaines ", Liaisons, Paris, 1990, 302 p. | |



- Geert Hofstede, "Vivre dans un monde multiculturel", Les éditions d'organisation. 1994.
 - Disponible aussi : une fiche de lecture par Marie-Claude Bernard, Les fiches de lecture de la chaire D.S.O., CNAM
 - Sylvie CHEVRIER, Le management interculturel, juin 2013, PUF Que Sais-je ?
Communications scientifiques
 - « Management international et comparé - Bouillons de cultures, idées fixes », Journée du groupe thématique AGRH « GRH et mondialisation », Université de Fribourg, 2 juin 2006
 - Frank Bournois, Christian Defelix, Didier Retour, Comment appréhender la gestion internationale des ressources humaines d'une entreprise ? proposition d'une grille d'analyse XIème congrès de l'AGRH
 - Jean M. Trudel et Marie-Hélène Racine, La gestion des ressources humaines dans une organisation à vocation internationale : un défi pour la P.M.E.
 - Articles de la Revue « Management international » – HEC Montréal
 - d'Iribarne Philippe, Face à la complexité des cultures, le management interculturel exige une approche ethnologique (texte en français), printemps 2004, Volume 8 - Numéro 3 - Pages De 11 à 0
 - Anne Bartel-Radic, La compétence interculturelle : état de l'art et perspectives, Été 2009, Volume 13 - Numéro 4 - Pages De 11 à 26
 - Barmeyer Christoph_I., Styles d'apprentissage et management interculturel : Une étude comparée France - Allemagne - Québec (texte en français), Été 2006, Volume 10 - Numéro 4 - Pages De 1 à 14
 - Pierre Philippe, Une internationale des cadres ou des cadres internationaux? (texte en français), Printemps 2004, Volume 8 - Numéro 3 - Pages De 55 à 0
- Articles
- La gestion des ressources humaines et l'international, RH Info, 3 janvier 2016.



| | |
|---|----------------------|
| Titre UE/title UE: Droit social | Volume horaire : 18H |
| Enseignant /lecturer: Grégory BOUVIALA | |
| <p>Résumé de cours :</p> <p>Le droit du travail ne constitue pas le domaine réservé aux juristes, mais une compétence managériale à part entière. Tout manager doit pouvoir en intégrer les problématiques pour assurer la gestion « au quotidien » de ses équipes, pour sécuriser le déploiement des projets ou pour faire face aux situations imprévues.</p> <p>Une vision dynamique du droit du travail doit permettre d’appréhender cette matière complexe et évolutive comme un levier d’action, pour réguler les relations sociales dans l’entreprise, améliorer le climat social et finalement assurer une meilleure efficacité de la gestion individuelle et collective des ressources humaines.</p> <p>Objectifs pédagogiques:</p> <ul style="list-style-type: none">- Acquérir les connaissances de base en droit du travail, sa formation historique, ses fondements théoriques- Comprendre les enjeux, les difficultés de sa mise en œuvre au sein de l’entreprise, et les acteurs concernés- Etre capable de rechercher et de comprendre l’information, et d’assurer une veille juridique dans le domaine. Suivre l’actualité <p>Objectifs professionnels :</p> <ul style="list-style-type: none">- Comprendre l’impact du droit du travail dans la fonction de manager et/ou de responsable RH- Acquérir une maîtrise suffisante de la matière pour pouvoir gérer les ressources humaines constituant son équipe en assurant le respect de la législation sociale dans l’entreprise- Développer les méthodes permettant de sécuriser juridiquement les relations de travail, de prévenir et de faire face aux conflits, de négocier avec l’ensemble des interlocuteurs, de faciliter la résolution des problèmes rencontrés. <p>Moyens : 6 séances de 3 h.</p> <ul style="list-style-type: none">- commentaires de l’actualité- apports théoriques (power-point)- Exercices (jurisprudence / cas pratiques) | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Introduction<ul style="list-style-type: none">- le rôle du droit dans la régulation des rapports sociaux- L’étendue du droit social dans les relations du monde de l’entreprise- Les sources du droit du travail et la hiérarchie des normes- Les instances et compétences juridictionnelles2. La notion de contrat de travail<ul style="list-style-type: none">Le critère permettant la qualification du contrat de travail : le lien de subordinationLes caractéristiques générales du contrat de travailLes contrats voisins et la diversité des situations salariées3. La formation du contrat de travail<ul style="list-style-type: none">Le recrutement, les obligations liées à l’embauche et les conditions de validité du contratLe choix du type de contrat de travail (CDI, CDD, interim, contrat de projet) | |



L'insertion / intégration dans l'entreprise (période d'essai)

4. L'exécution du contrat de travail

Modifications du contrat et/ou des conditions de travail

Le poste de travail et son niveau de qualification

Le lieu de travail et la mobilité

La durée et l'aménagement du temps de travail

Le salaire et les éléments de rémunération

Les aléas et imprévus : suspension, changement d'employeur, débauchage

5. La fin du contrat de travail

Les différentes fins possibles du contrat

La rupture d'un commun accord

La rupture unilatérale par le salarié

Le licenciement pour motif personnel

Le licenciement pour motif économique

L'emploi face aux restructurations et aux procédures collectives

Evaluation/Final examination

- individuelle (100 %) : examen écrit (consultation, cas pratique ou commentaire de jurisprudence)

Mots Clés: droit du travail, contrat de travail, licenciement, fin du contrat de travail

Bibliographie

I) Bibliographie :

Liste indicative et non exhaustive

- J. PELISSIER, A. SUPIOT et JEAMMAUD, DT, Précis DALLOZ

- A. SUPIOT, Le droit du travail, éd PUF

- A. MAZEAUD, Droit du travail, Ed. Montchrestien

- F. FAVENNEC-HERY et P. Y. VERKINDT, Droit du travail, LGDJ

- F. GAUDU, Droit du travail, Dalloz

- C. RADE, Droit du travail, Montchrestien,

- J.E. RAY, DROIT DU TRAVAIL, DROIT VIVANT,

- J.M. VERDIER, A. COEURET, M.A. SOURIAU, Droit du travail, volume 1,

- Utiliser toujours le dernier code du travail à jour

Consulter les revues suivantes : JCP ed sociale Revue de droit social, Revue de jurisprudence sociale, revue pratique de droit social, Dalloz, Revue des contrats, Dalloz affaires, petites affiches, Gazette du palais, RTDciv et RTDcom

Syllabus

/ [sil(l)abys]

2018 – 2019

Master 2

Mention

Management Administration des
Entreprises

Parcours

Entrepreneuriat - Direction d'Entreprise



IAE MONTPELLIER
École Universitaire
de Management



Bâtiment 29
Place Eugène Bataillon
34 095 Montpellier
Tél. 04.67.14.38.65



SYLLABUS / Parcours

Entrepreneuriat / Direction d'entreprise

FULL TIME

Informations générales

Contacts :

Directeur de la mention MAE : Philippe AURIER

philippe.aurier@umontpellier.fr

**Responsable pédagogique du
parcours :**

[Jérôme POUGET](mailto:Jerome.Pouget@umontpellier.fr)

jerome.pouget@umontpellier.fr

Secrétariat pédagogique

[Sylvie CAMP](mailto:Sylvie.Camp@umontpellier.fr)

Sylvie.camp@umontpellier.fr

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 /](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 :

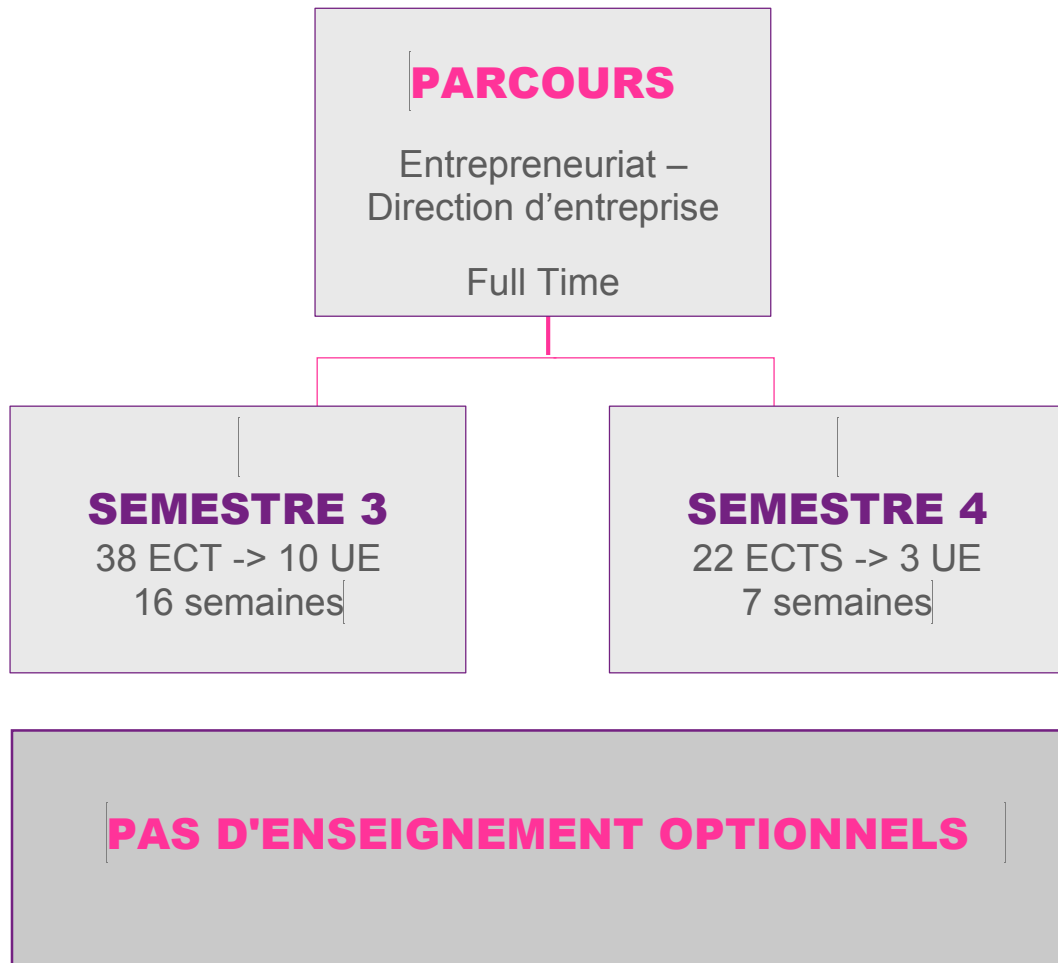
- CFA LR : <http://www.ensuplr.fr/>
- CFA Formaposte : <http://www.formaposte-mediterranee.fr/>
- CFA Difcam : <http://www.difcam.com/>

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>



EXAMENS (Enseignements fondamentaux et spécialisés)
Présentation par semestre : 60 crédits (2 semestres universitaires)

| | N° UE | Intitulé |
|--|-------|---|
| Unité Enseignement Fondamental (UEF) | UE 1 | Statistiques |
| | UE 2 | Management des ressources humaines |
| | UE 3 | Comptabilité - Contrôle |
| | UE 4 | Finance |
| | UE 5 | Marketing |
| | UE 6 | Systèmes d'Information |
| Unité Enseignement Fondamental (UEF) | UE7 | Environnement Economique |
| | UE8 | Environnement Juridique et Fiscal |
| | UE9 | Anglais |
| | UE 10 | Stratégie d'entreprise |
| | UE 11 | Entrepreneuriat – Direction d'entreprise 1 |
| | UE 12 | Entrepreneuriat – Direction d'entreprise 2 |
| Unité d'Expérience Professionnelle (UEP) Et de réflexion méthodologique | UE 13 | Stage |



FICHES SYLLABUS

Semestre 3

UE 1 - Statistiques

| | |
|--|----------------------------------|
| Titre / Title : UE1 Statistique, Méthodes Multivarié et optimisation | Volume horaire/nb of Hours : 36h |
| Enseignant /lecturer : Philippe Aurier Professeur à l'IAE de Montpellier Laurence Bonifas | |
| Objectifs du cours/Learning objectives: Maîtriser les fondamentaux de l'analyse statistique et de l'optimisation Compétences managériales/Managerial competencies: 1 Savoir utiliser la statistique comme un outil d'aide à la décision: choix de la méthode, mise en œuvre, interprétation, réponse à la question. Maîtrise du logiciel SPSS. 2 Résoudre les problèmes d'optimisation sous contraintes linéaires (solveur Excel) | |
| Plan du cours/ Contents : Statistiques et analyse des données (27 heures) Ph Aurier Statistique descriptive Estimation Tests Régression multiple et analyse de variance Analyse typologique Optimisation (9h) Laurence Bonifas Séance 1 (3h) : Présentation du problème à résoudre, mise en place de la Forme Canonique, puis de la Forme Standard Séance 2 (3h) : Mise en place de l'algorithme du Simplexe Séance 3 (1 h 30) : Application pratique du cours Séance 4 (1 h 30) : Application informatique avec la présentation du logiciel SOLVEUR sous EXCEL | |
| Evaluations / Assessment : Examen optimisation : 25% Examen statistique (37.5%) Projet (37.5%) | |
| Mots Clés Statistique descriptive, test, estimation, intervalle de confiance, régression, anova, typologie, optimisation linéaire SPSS : User manual https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/SSLVMB_24.0.0/statistics_spsstut_project_ddita-gentopic1.html | |
| Bibliographie : | |



UE 2 - Management des RH

| | |
|---|-------------------------------------|
| UE 2 : Management des hommes et des organisations / Gestion des Ressources Humaines | Volume horaire/nb of Hours : 36h |
| Enseignant /lecturer: Anne Loubès Achmet Véronique | |
| Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif est de sensibiliser les étudiants au Management des Ressources Humaines en abordant les fondamentaux ainsi que les thèmes d'actualité. Le rôle de l'entreprise dans la société et la nature de ses relations avec différentes parties prenantes seront abordés sous l'angle des RH. Au-delà de la définition générale les thèmes abordés couvrent certaines activités essentielles à la relation d'emploi et au développement de l'employabilité ainsi que de la sécurisation des parcours professionnels des salariés. Les enjeux et principes de la rémunération seront discutés et approfondis. Afin d'appréhender la sécurité et la santé, un travail sur les pratiques à mettre en place au sein des organisations permettra de positionner les principes et les outils. | |
| Compétences managériales/Managerial competencies: Comprendre les enjeux RH et la place des RH dans la performance d'une organisation, Développer une vision contingente de la GRH, Comprendre les concepts liés aux thèmes abordés (performance sociale, employabilité, contrat psychologique...), Comprendre les enjeux, les composantes de la rémunération mais également ses limites, Travail en équipe (réflexion pendant les cours par groupe de 2 ou 3 étudiants + exposés par groupe), Se sensibiliser avec certains outils RH (compte personnel formation, entretiens d'évaluation, entretiens professionnels, schéma directeur de GPEC...), Sensibilisation au développement des risques psycho-sociaux à travers les limites de la rémunération Prise de parole devant un groupe (présentation des exposés) Sensibilisation à la mise en place des pratiques liées au bien être au travail | |
| Séance 1 : Connaître la fonction RH Définitions et positionnement Les grands enjeux Séance 2 : Comprendre la GPEC Positionnement de la GPEC Les principes et outils Séance 3 : Recruter des collaborateurs De la phase préparatoire à la sélection L'intégration et la socialisation Séance 4 : La rémunération Introduction I- Les enjeux de la politique de rémunération II- Les composantes de la rémunération | |



III- La gestion opérationnelle de la rémunération

IV- La maîtrise de la masse salariale

V- Réflexion autour des limites de la rémunération

Séance 5 : Exposés par groupe

Sujets : Accidents du travail; Epuisement professionnel; Fusion CE-CHSCT-DP

Séance 6 : Exposés par groupe

Evaluations / Assessment

Pour le cours d'Anne Loubès : examen final écrit 2h

Pour le cours de Madame Achmet : Partiel final écrit de 2h (70%) + contrôle continu (30%)

Mots Clés : Transformations RH, GPEC, Recrutement, Santé et Sécurité au travail, Rémunération.

Bibliographie (facultative) Bibliography

Peretti (2015). Gestion des ressources humaines (20ème édition), Paris : Vuibert.

Revue Personnel

Revue Liaisons Sociales



UE 3 - Comptabilité / Contrôle

| | |
|---|------------------------------------|
| UE 3 : Comptabilité générale | Volume horaire/nb of Hours : 18 |
| Responsable: Christine Marsal | |
| Intervenant(s): Christine Marsal | |
| <p>Objectifs pédagogiques:</p> <ul style="list-style-type: none">-Comprendre les concepts et principes généraux de la Comptabilité Générale(/Financière).-Acquérir les connaissances de base de la Comptabilité Générale (/Financière.) <p>Compétences managériales développées:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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. | |
| <p>Plan du cours/ Contents :</p> <ul style="list-style-type: none">- Introduction- Présentation des deux principaux documents de gestion : bilan et compte de résultat- Les principes d'enregistrement comptable : partie double, les opérations commerciales simples, avec réduction- Les opérations de fin d'année : les amortissements et provisions- | |
| <p>Evaluations / Assessment :</p> <ul style="list-style-type: none">- Un contrôle Terminal sous la forme d'une étude de cas à résoudre en groupe et en temps limité. (70%)- Contrôle continu sur la base de l'assiduité sur la plate-forme Moodle (30%) | |
| Mots Clés: Bilan, compte de résultat, amortissement, écritures comptables | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography | |
| Comptabilité Générale et gestion des entreprises. Jean Jacques Friedrich, Hachette Sup. | |



| | |
|---|--|
| UE 3 : Comptabilité Analytique Approfondie | Volume horaire/nb of Hours : 18 heures e-learning |
| Enseignant /lecturer: C. Averseng | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Ce cours permettra de comprendre les liens entre la comptabilité de gestion et la comptabilité générale ainsi que de maîtriser la mise en place de calculs de coûts dans un tableur (Microsoft, Libre office, Google Sheets...).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: calculs de coûts, tableur.</p> <p>En suivant ce cours, les étudiants auront un aperçu global de la comptabilité de gestion et seront capables d'en comprendre les différents aspects :</p> <p>Comment passer de la comptabilité financière à la comptabilité de gestion ? Comment mettre en place un modèle de calcul de coût ? Comment calculer son seuil de rentabilité ? Comment mettre en place un budget et comparer un prévisionnel au réel ? Comment choisir parmi différentes méthodes de calcul ?</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Semaine 1 : Introduction et notions clés Cette semaine est consacrée à l'introduction, à la présentation des notions clés de la comptabilité de gestion et l'utilisation du tableur. L'étude de cas fil rouge sert à établir le lien entre la comptabilité générale et la comptabilité de gestion. L'étude de cas fil rouge permet d'une part de revenir sur la notion de compte de résultat et, d'autre part, de caractériser les charges (charges directes/indirectes et variables/fixes).</p> <p>Semaine 2 : Les coûts complets : méthode des centres d'analyse (1/2) La deuxième semaine aborde la première partie du cours consacré aux coûts complets (méthode des centres d'analyse) en proposant une première réflexion sur les centres d'analyse et en expliquant le réseau des coûts. L'étude de cas permettra de mettre ces éléments en application en proposant un calcul des coûts aux différents stades d'exploitation (de l'achat des matières premières au coût complet du produit fini et livré au client).</p> <p>Semaine 3 : Les coûts complets : méthode des centres d'analyse (2/2) La troisième semaine termine le thème des coûts complets méthode des centres d'analyse en allant plus loin, avec les notions de stocks. Une analyse critique de la méthode vient conclure ce thème. Le cas propose de reprendre les données précédentes en rajoutant les stocks, en cours et rebuts.</p> <p>Semaine 4 : Les coûts standards La quatrième semaine est consacrée à la gestion budgétaire au travers les coûts standards/prévisionnels, le calcul des écarts sur charges directes et indirectes (méthode des tableaux) et conclut cette thématique par son analyse critique. L'étude de cas met en lumière les écarts entre coûts standards et coûts réels et propose une analyse organisée des explications possibles des écarts constatés.</p> | |



Semaine 5 : Le seuil de rentabilité

La dernière semaine aborde l'étude d'une méthode de calcul de coût partiel, la méthode du coût variable direct, qui nous permettra de calculer le seuil de rentabilité. Nous en proposerons aussi une analyse critique. Le cas est le prétexte de caractériser les charges (les charges fixes versus les charges variables) et de calculer le seuil de rentabilité (en quantité ou en chiffre d'affaires).

Un chapitre de conclusion est l'occasion de faire le point sur le rôle du contrôleur de gestion dans l'organisation, la place de l'informatique (et plus largement du système d'information de gestion) dans son quotidien.

Evaluations / Assessment

Quiz informatique 1h15

Mots Clés : Comptabilité de gestion, coût, centre d'analyse, résultat, tableur

Bibliographie (facultative) Bibliography

- « Mini manuel de contrôle de gestion », Bernard Augé et Gérald Naro, Ed Dunod
- « Comptabilité de gestion », Béatrice Grandguillot et Francis Grandguillot, Ed Gualino
- « DCG 11 Contrôle de gestion, Manuel et Applications », Claude Alazard et Sabine Sépari, Ed Dunod
- « Les bases de la comptabilité analytique de gestion », Yves Dupuy et Denis Travaillié, Ed Economica
- « Contrôle de gestion – DCG 11 – Manuel », Daniel Larue, Ed LexisNexis
- « Le projet Armagnac – Le yield management s'applique-t-il à l'alimentaire ? – Roman d'entreprise » Bertrand Vignon, Edition Dauvers



UE 4 - Finance

| | |
|--|--------------------------------------|
| UE 4 : Analyse financière | Volume horaire/nb of Hours : 18 h |
| Enseignant /lecturer: Eric STEPHANY | |
| Objectifs du cours/Learning objectives: - Comprendre la performance financière des entreprises - Compréhension des principaux indicateurs de performance. Compétences managériales/Managerial competencies: - Comprendre les documents comptables - Etablir un diagnostic financier | |
| Plan du cours/ Contents: - Introduction - I - Comprendre l'activité de l'entreprise -II - Comprendre la structure financière de l'entreprise | |
| Evaluations / Assessment : QCM écrit 2h Etudes de cas | |
| Mots Clés : diagnostic financier, rentabilité financière, | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography www.aunege.org | |



| | |
|---|------------------------------------|
| UE 4 : Décision financière / Corporate finance | Volume horaire/nb of Hours 18 h |
| Enseignant /lecturer: Jérôme POUGET | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: La décision financière consiste à mettre en œuvre financièrement dans l'entreprise les décisions stratégiques. Elle s'articule en deux grands axes. Premièrement, il s'agit d'évaluer financièrement les choix stratégiques. Ainsi, la fonction financière, à travers des critères financiers, porte un jugement sur les choix stratégiques éventuels et sur leur opportunité. Elle quantifie les conséquences financières des choix. Deuxièmement, il s'agit de mettre en œuvre les choix de financement qui permettent la réalisation des choix stratégiques.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <ul style="list-style-type: none">- Appréhender les choix d'investissement- Identifier les sources de financement- Choisir les financements | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Partie 1 : La décision d'investissement</p> <ul style="list-style-type: none">En avenir certainEn avenir aléatoireEn avenir incertain <p>Partie 2 : La décision de financement</p> <ul style="list-style-type: none">Les sources de financementLe choix du financement | |
| Evaluations / Assessment examen final écrit de 3h | |
| Mots Clés : Investissement, Financement | |
| <p>Bibliographie (facultative) Bibliography</p> <p>« Analyse de l'Information Financière », P. Amadiou / V. Bessière, Economica 2e édition « Finance d'Entreprise », P. Vernimmen / P. Quiry / Y. Le Fur, Dalloz, www.vernimmen.net « Gestion Financière », E. Stéphany, Economica</p> | |



UE 5 - Marketing

| | |
|---|-----------------------------------|
| UE 5 : Marketing Stratégique | Volume horaire/nb of Hours 18h |
| Enseignant /lecturer: Philippe Aurier Professeur à l'IAE de Montpellier | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: La première partie du cours présente les concepts fondamentaux du marketing : définition, proposition de valeur, performance marketing (PDM, CLV, CE, BE, ...), fonctions et organisation. La deuxième partie aborde les composantes fondamentales du marketing stratégique, à savoir le consommateur (comportement, caractérisation, processus d'achat et de consommation), le marketing dans le processus d'analyse stratégique de l'entreprise, les principales composantes d'une stratégie marketing, la marque.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Le cours apporte les clés de lecture permettant au étudiants de mieux comprendre les marchés et les stratégies profitables qui y sont développées.</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents (6 séances de 3 h):</p> <ul style="list-style-type: none">Concepts fondamentauxLe consommateurArticulation stratégie et stratégie marketingLes composantes d'une stratégie marketing (marché, cible, positionnement, axes stratégiques d'actions)La marque | |
| <p>Evaluations / Assessment Examen écrit 1h30</p> | |
| <p>Mots Clés Marketing, strategy, consumer, market, performance, brand</p> | |
| <p>Bibliographie Bibliography : ARMSTRONG G. , KOTLER P. : PRINCIPES DE MARKETING, PEARSON DAY G., MARKET DRIVEN STRATEGY, THE FREE PRESS, NEW YORK</p> | |



| | |
|--|-----------------------------------|
| UE 5 : Marketing Opérationnel | Volume horaire/nb of Hours 18h |
| Enseignant /lecturer: Anne-sophie CASES Professeure à l'IAE (UM) | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Il s'agit d'aborder les moyens d'action du Marketing liés à la tarification de l'offre, à sa commercialisation (distribution offline et online), ainsi que ceux associés aux moyens de communication et la gestion de la relation client.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: une maîtrise des outils opérationnels sur les sujets suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">La gestion de la Force de vente,La tarification de l'offre et la mise en place de promotionsLa compréhension des stratégies multi et cross-canal en distributionLes stratégies de communication (offline / online)La Data au service de la relation client (IOT, AI, Big Data) | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Tarification de l'offre commerciale et Promotions des ventes Distribution et Gestion de la Force de vente Communication offline et online Marketing interactif et Gestion de la relation client Cas d'application : Etudes de cas</p> | |
| Evaluations / Assessment Examen écrit de 1h30 | |
| Mots Clés Prix, promotion, distribution, vente, publicité, display, référencement, CRM, emailing | |
| <p>Bibliographie / Bibliography :</p> <p>Dubois Pierre-Louis et Alain Jolibert, Le Marketing, Fondements et Pratique, 4ème Edition, Economica.</p> <p>D. Lindon & F. Jallat, Le Marketing, Etudes Moyens d'action Stratégie 5ème Edition, Dunod.</p> <p>Gary Armstrong et Philip Kotler, Emmanuel Le Nagard Assayag, Thierry Lardinois, Principes de Marketing, Pearson (10ème édition).</p> <p>Evrard Y., B. Pras et E. Roux (1993), Market, Etudes et recherches en Marketing, Fondements Méthodes, Nathan.</p> <p>Giannelloni J.L et Eric Vernet (2001), Etudes de marché, 2ème Edition, Vuibert Gestion.</p> | |



UE 6 - Système d'information

| | |
|---|---|
| UE 6 : Gestion, Base de données | Volume horaire/nb of Hours 18 heures |
| Enseignant /lecturer: Eric WILLEMS | |
| Objectifs du cours/Learning objectives: Modéliser et interroger une base de données | |
| Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir utiliser les bases de données dans le contexte de la prise de décision en entreprise. | |
| Plan du cours/ Contents: chapitre 1 - MODELE ENTITE-ASSOCIATION section 1 - Donnée ou propriété 1.1) Type 1.2) Récapitulatif 1.3) Conseil sur le choix du nom 1.4) Conseil sur le choix du type 1.5) Conseil sur le choix de la valeur 1.6) Autres caractéristiques 1.7) Conclusion section 2 - Entité section 3 - Association section 4 - Occurrence section 5 - Identifiant section 6 - Exemple : Cahier des charges section 7 - Type d'association 7.1) Association de type 1 - 1 7.2) Association de type 1 - N 7.3) Association de type M - N 7.4) Généralisation section 8 - Cardinalité 8.1) Justification 8.2) Simplification 8.3) Association de type 1 - 1 8.4) Association de type 1 - N 8.5) Association de type M - N | |



chapitre 2 - MODELE RELATIONNEL

section 1 - Domaine

section 2 - Relation

section 3 - Analogie avec le modèle Entité-Association

section 4 - Dépendance fonctionnelle (DF)

4.1) Structure d'accès théorique

4.2) Matrice des dépendances fonctionnelles

4.3) CIF - CIM

4.4) Passage d'un Schéma Conceptuel vers un Schéma Relationnel

4.5) Intégrité référentielle

section 5 - Normalisation

5.1) Objectifs

5.2) Formes normales (FN)

chapitre 3 - LANGAGE SQL

section 1 - Comparatif avec le modèle relationnel et son langage

section 2 - Commande SELECT

section 3 - Autres exemples

A) - Méthode prédicative

B) - Méthode ensembliste

chapitre 4 – REALISATION D'UNE BD AVEC UN LOGICIEL

Evaluations / Assessment

Ecrit de 2h

Mots Clés : SQL – Base de données – Modèle relationnel de base de données

Bibliographie (facultative) Bibliography



| | |
|--|-----------------------------------|
| UE 6 : Système d'Information | Volume horaire/nb of Hours 18h |
| Enseignant /lecturer: Emmanuel Houzé | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Le cours a pour objectifs de permettre aux étudiants de comprendre les enjeux de l'intégration des technologies de l'information dans les organisations et de donner des bases pour l'action tant au niveau opérationnel qu'au niveau stratégique.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir définir une stratégie intégrant des TI Manager l'introduction d'une TI</p> | |
| Plan du cours/ Contents: 1 Introduction : notion de SI 2 L'organisation : communication et appropriation d'une TI et d'un PGI 3 Le marché : de l'audit à la concrétisation d'un site web transactionnel | |
| Evaluations / Assessment : Ecrit de 2h | |
| Mots Clés : Systèmes d'information ; Appropriation des TI; PGI; Stratégie des SI | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : « Systèmes d'Information et Management » Robert Reix, Bernard Fallery, Michel Kalika, Frantz Rowe, 2016 – Vuibert 7e édition | |



UE 7 - Environnement économique

| | |
|---|-----------------------------------|
| UE 7 : Economie Générale | Volume horaire/nb of Hours 36h |
| 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. La question de l'insertion d'une économie dans son environnement international est aussi abordée au travers de l'étude détaillée de la balance des paiements d'une part et de l'étude des variations du taux de change et de son instabilité. Enfin, des éléments de microéconomie sont portés à la connaissance des étudiants : les équilibres de marché et les notions d'élasticité font l'objet d'une présentation, des exercices sont traités.</p> <p>Compétences managériales : évaluation de la politique économique d'un pays ; analyse des moteurs de la croissance ; connaissance du fonctionnement du marché des changes ; connaissance des spécificités structurelles de différents marchés ; connaissance des caractéristiques des fonctions de demande et d'offre sur un marché.</p> | |
| Plan du cours/ Contents: Chapitre 1 : présentation générale du système économique ; Chapitre 2 : La politique économique ; Chapitre 3 : La balance des paiements ; Chapitre 4 : Eléments de microéconomie : équilibres de marchés et notions d'élasticités. | |
| Evaluation/Final examination : un partiel écrit d'une durée de 2h prégnant la forme de plusieurs questions avec potentiellement des exercices à résoudre. | |
| Mots Clés : Secteurs institutionnels, croissance économique, plein emploi, inflation, solde extérieur, solde public, dette publique, politique monétaire, politique budgétaire, taux de change, marché de concurrence, marché d'oligopole, marché de monopole, élasticité-prix, élasticité-revenu. | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography: 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. | |



UE 8 - Environnement juridique et fiscal

| | |
|---|---|
| UE 8 : Droit / Fiscalité | Volume horaire/nb of Hours 36 heures |
| Enseignant /lecturer : CHEN Muriel | |
| Objectifs du cours/Learning objectives: | Maîtriser les bases |
| Compétences managériales/Managerial competencies: | Avoir les bons réflexes |
| Plan du cours/ Contents: | |
| Droit de la famille : 3h Aimer et vouloir créer son entreprise ... Le mariage : régime légal et séparation des biens Le PACS L'union libre | |
| Droit commercial : 3x 3h Généralités du droit commercial : actes de commerce, qualité du commerçant, le conjoint Cadres généraux de l'activité commerciale : liberté du commerce, concurrence La vente : formation du contrat, exécution du contrat | |
| Droit des sociétés : 4 x 3h Généralités sur les sociétés : Définition : pluralité d'associés, but lucratif, volonté d'association Classification : Civile commerciale, de personnes de capitaux Règles communes : constitution, fonctionnement, dissolution, liquidation, partage La SARL: Constitution Fonctionnement : gérance, contrôle, décision, les associés Modification des statuts : augmentation et réduction du capital Transformation Dissolution | |
| La SA : Constitution Fonctionnement Modification des statuts Dissolution | |
| Droit du travail : 3h Formation du contrat : condition de fond et de forme, période d'essai Le CDD : caractéristiques, durée, renouvellement, expiration, indemnité Exécution du contrat : durée, congés, rémunération; Suspension du contrat : maladie, accident, congés | |



Droit fiscal : 3 x 3h

IRPP Généralités :

Personnes imposables

Revenus imposables

Etablissement de l'impôt

Paiement de l'impôt

BNC

BIC

Impôt sur les bénéfices des sociétés :

Domaine d'application

Détermination du bénéfice imposable

Etablissement de l'impôt

Paiement de l'impôt

TVA :

Champ d'application : opérations imposables, opérations exonérées, l'option

Territorialité : livraison de biens, prestation de services

Base d'imposition

Exigibilité

Taux

Obligations des redevables

Evaluations / Assessment

Examen écrit de 1h30 en droit / Examen écrit de 1h30 en fiscalité

Mots Clés : Impôts – TVA – SA – SARL – Impôt sur les sociétés – Impôt sur le revenu

Bibliographie (facultative) Bibliography :



UE 9 - Anglais professionnel

| | |
|--|------------------------------------|
| UE 9 : Anglais professionnel -Business English | Volume horaire/nb of Hours 36 h |
| Enseignant /lecturer: Dr. David Caroline | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives: Ce cours a pour objectif de travailler les 4 compétences en anglais, à savoir : l'expression écrite, l'expression orale, la compréhension écrite et la compréhension orale. Ces compétences seront travaillées dans le contexte professionnel du management.</p> <p>The aim of this course is to work on the 4 competencies in English, namely: written expression, oral expression, reading comprehension and listening comprehension. These skills will be used especially in a professional management context.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: To be able to communicate in english context</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Les quatre compétences de l'anglais seront travaillées dans le contexte du management :</p> <ul style="list-style-type: none"> - compréhension écrite : à travers des textes d'actualité, apprentissage du vocabulaire d'anglais professionnel, révisions de quelques règles de grammaire fondamentales. - compréhension orale : écoute de dialogues ou de textes oralisés - expression écrite : rédaction de lettres de motivation, CV, emails, rapports de réunion, synthèses, compte-rendus... - expression orale : exposés sur un thème de marketing, management etc., jeux de rôle (simulations de réunion, entretiens d'embauche...) <p>The four skills of English will be worked in the context of management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • written comprehension: through journalistic texts, vocabulary of professional English, revisions of some basic grammar rules. • oral comprehension: listening to dialogues or oral texts • written expression: writing of cover letters, CV, emails, meeting reports, summaries, minutes... <p>- oral expression: presentations on a marketing theme, management etc., role plays (simulations of meetings, interviews ...)</p> | |
| <p>Evaluations / Assessment</p> <p>Contrôle continu : un oral pendant les cours Examen final : un écrit de 2 heures</p> <p>Continuous assessment: one oral during classes Final exam: two hour written exam</p> | |
| Mots Clés : Anglais professionnel / Business English | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



UE 10 - Stratégie d'entreprise

| | |
|--|-------------------------------------|
| UE 10 : Stratégie d'entreprise | Volume horaire/nb of Hours : 36h |
| Enseignant /lecturer: Philippe Négrier | |
| Objectifs du cours/Learning objectives : Avoir les compétences pour réaliser une analyse Stratégique Corporate et Business Anticiper, mettre en place des stratégies pour pérenniser les entreprises afin de réaliser de la performance. Compétences managériales Have the skills to carry out a strategic analysis Corporate and Business Anticipate, implement strategies to sustain companies in order to achieve performance | |
| Plan du cours/ Contents: 1/Analyser l'environnement, l'industrie et la concurrence Les stratégies de coût et de volume Les stratégies de différenciation et de recomposition de l'offre Rupture et innovation stratégiques : La création de nouveaux business models Les ressources stratégiques de l'entreprise, source de l'avantage concurrentiel Intégration verticale et externalisation La dynamique concurrentielle 2/Organiser l'entreprise pour mettre en oeuvre la business strategy Croissance, création de valeur et gouvernance Stratégie et développement durable L'innovation, moteur de la croissance interne Globalisation et stratégies internationales Diversification, recentrage et management du portefeuille d'activités La croissance externe : les fusions, acquisitions Les alliances stratégiques Corporate strategy et structure : Organiser la diversité Matrices, projets et réseaux : construire des organisations plus stratégiques La formulation de la stratégie et le changement stratégique Le changement organisationnel et le change management Le changement de la culture et de l'identité de l'entreprise | |



1 / Analyzing the environment, industry and competition

Cost and volume strategies

The strategies of differentiation and recomposition of the offer

Strategic breakthrough and innovation:

The creation of new business models

The company's strategic resources, the source of competitive advantage

Vertical integration and outsourcing

Competitive dynamics

2 / Organizing the company to implement the business strategy

Growth, Value Creation and Governance

Strategy and Sustainable Development

Innovation, the engine of organic growth

Globalization and international strategies

Diversification, refocusing and management of the portfolio of activities

External growth: mergers, acquisitions

Strategic alliances

Corporate strategy and structure:

Organizing Diversity

Matrices, projects and networks: building more strategic organizations

Strategy formulation and strategic change

Organizational change and change management

Changing the culture and identity of the company

Evaluations / Assessment

ETUDE DE CAS STRATEGIQUE/ STRATEGIC CASE STUDY

Un écrit de 3 h

Mots Clés : Business model – Alliances stratégiques - Stratégic

Bibliographie (facultative) Bibliography :



| | |
|---|------------------------------------|
| ATELIER INSERTION PROFESSIONNELLE | Volume horaire/nb of Hours : 6h |
| Enseignant /lecturer: Marion TREMINTIN | |
| Objectifs du cours/Learning objectives : Savoir rédiger son CV : fond et forme Savoir rédiger une lettre de motivation Savoir préparer et passer un entretien de recrutement Compétences managériales/Managerial competencies: | |
| Plan du cours/ Contents: Analyser une annonce d'emploi Les différentes formes de CV Rédiger son CV en fonction de l'annonce Les attendus de la lettre de motivation Rédiger sa lettre de motivation Préparer son entretien : fond et forme Simulation d'entretiens | |
| Evaluations / Assessment : pas d'évaluation | |
| Mots Clés : CV, lettre de motivation, entretien de recrutement, recrutement | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



| | |
|--|------------------------------------|
| METHODES ET TECHNIQUES DE RECRUTEMENT | Volume horaire/nb of Hours : 6h |
| Enseignant /lecturer: Marion TREMINTIN | |
| Objectifs du cours/Learning objectives: Appréhender le processus de recrutement dans son intégralité Mener des entretiens de recrutement (détection des compétences) | |
| Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir analyser et formaliser les besoins en recrutement Savoir trier des CV Savoir mener un entretien de recrutement | |
| Plan du cours/ Contents: Analyse et formalisation de la demande Communication de recrutement Tri de CV Entretien téléphonique de pré sélection Entretien de recrutement Simulations d'entretiens | |
| Evaluations / Assessment : pas d'évaluation | |
| Most Clés : Recrutement/ CV/ Entretien/ Compétences | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



UE 11 - Entr. Direction Entre. 1

| | |
|---|----------------------------------|
| UE 11 : Titre/title Négociation et capital de l'entreprise (anciennement : Modalités juridiques et financières de la création / reprise d'entreprise) | Volume horaire/nb of Hours : 36h |
| Enseignant /lecturer: Jérôme Pouget – Rocco Falotico | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives :</p> <p>Mener une négociation en intégrant les diverses contraintes de la propriété et de la gestion d'une entreprise</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir gérer les risques de selection adverse et d'aléa moral Savoir gérer les relations d'agence Savoir négocier une transaction portant sur les titres d'une entreprise</p> | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">- Les risques manageriaux<ul style="list-style-type: none">o La selection adverseo L'aléa moralo Les biais comportementaux- L'évaluation des enterprises<ul style="list-style-type: none">o Méthodes patrimoniales vs méthodes de rendemento Méthodes directes vs methods indirectes- La négociation<ul style="list-style-type: none">o Point de vue du vendeuro Point de vue de l'acheteur | |
| Evaluations / Assessment Mise en situation | |
| Mots Clés : Risques manageriaux ; Evaluation; Négociation | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



UE 12 - Entr. Direction Entre. 2

| | |
|--|-------------------------------------|
| UE 12 : Management du projet de création | Volume horaire/nb of Hours : 18h |
| Enseignant /lecturer: Thierry Lassagne (9h), Fanny Rolet (6h), Jean-Michel Meyer | |
| Objectifs du cours/Learning objectives : Partage d'expérience autour de la création et de la reprise d'entreprise Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir identifier les risques et les opportunités lors de la creation ou de la reprise Savoir mobiliser les ressources manageriales et financières | |
| Plan du cours/ Contents: - Témoignages d'anciens du MAE sur leur parcours entrepreneurial | |
| Evaluations / Assessment Rapport d'étonnement | |
| Mots Clés : Témoignages; Retour d'expérience | |
| Bibliographie (facultative) Bibliography : | |



| | |
|--|-------------------------------------|
| UE 12 : Stratégie et Marketing de l'Innovation Innovation Marketing and Strategy | Volume horaire/nb of Hours : 18h |
| Enseignant /lecturer: Emmanuel DEJEAN | |
| <p>Objectifs du cours/Learning objectives :</p> <ul style="list-style-type: none">- Comprendre le rôle de la stratégie et du marketing dans la dynamique des organisations innovantes / To understand how strategy and marketing are key drivers for organizations- Identifier et formaliser les éléments stratégiques d'un business plan / To learn the basics of strategy into business plans- Connaître les outils du marketing de l'Innovation / To know the tools of marketing for Innovation- <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <ul style="list-style-type: none">- Connaître les bases du marketing / Basic knowledge in marketing- Connaître les bases de l'innovation / Basic knowledge in Innovation- Structurer un Business Plan / Business Plan structure- Faire une analyse SWOT / SWOT analysis | |
| <p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">- Définitions : marketing, innovation , recherche, invention, processus ... / Definitions- Lien entre croissance et innovation (analyse macroéconomique) / Why Innovation is the growth driver ?- Formaliser le processus d'innovation et analyser la place de la stratégie et du marketing dans ce processus / To clarify innovation processes and to analyse the role of marketing and strategy in such processes- Stratégie, Marketing et Entrepreneuriat : les recettes du succès / Strategy, Marketing and Entrepreneurship : how to succeed ?- Business Plan : formalisation de la stratégie / Business Plan : clarification of the strategy- Etablir une matrice de segmentation : segmentation de l'offre /segmentation de la demande / focalisation sur les segments prioritaires / How to carry out a market segmentation- Réaliser une étude de marché sur segments prioritaires / To realize a market study on key market segments- Positionner son offre sur un marché concurrentiel / To display an offer on a competitive market- Outils de business development : some tools for a successful business development | |



Evaluations / Assessment

Présentation orale avec support type Powerpoint du business plan d'un projet innovant (10 minutes de présentation en binôme) / Oral business plan presentation for innovative project (10' Pitch in tandem assessment)

Mots Clés : Innovation Marketing, Strategy, Innovation process, Market segmentation, Business development

Bibliographie (facultative) Bibliography :

Paul Millier – « Stratégie et marketing de l'innovation technologique - 3ème édition » – juin 2011 – Editions DUNOD

Marc Giget – « La dynamique stratégique de l'entreprise : Innovation, croissance et redéploiement à partir de l'arbre de compétences – 1998 - DUNOD