



Syllabus

/ [sil(l)abys]

Master 1

**Mention Management
Sectoriel**

Parcours

**Management Omnicanal
Banque et Assurances**





SYLLABUS MOBA

Informations générales

Contacts :

Responsable pédagogique :

Christine MARSAL

Christine.marsal@umontpellier.fr

Secrétariat pédagogique :

Echaima OUAMCHA

Echaima.ouamcha@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

1. **Moodle** : dépôts de mémoire / suivi de cours
2. **Planning** : consultation de l'emploi du temps selon le parcours
3. **Antiplagiat** : vérification plagiat avant dépôt de document
4. **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 :

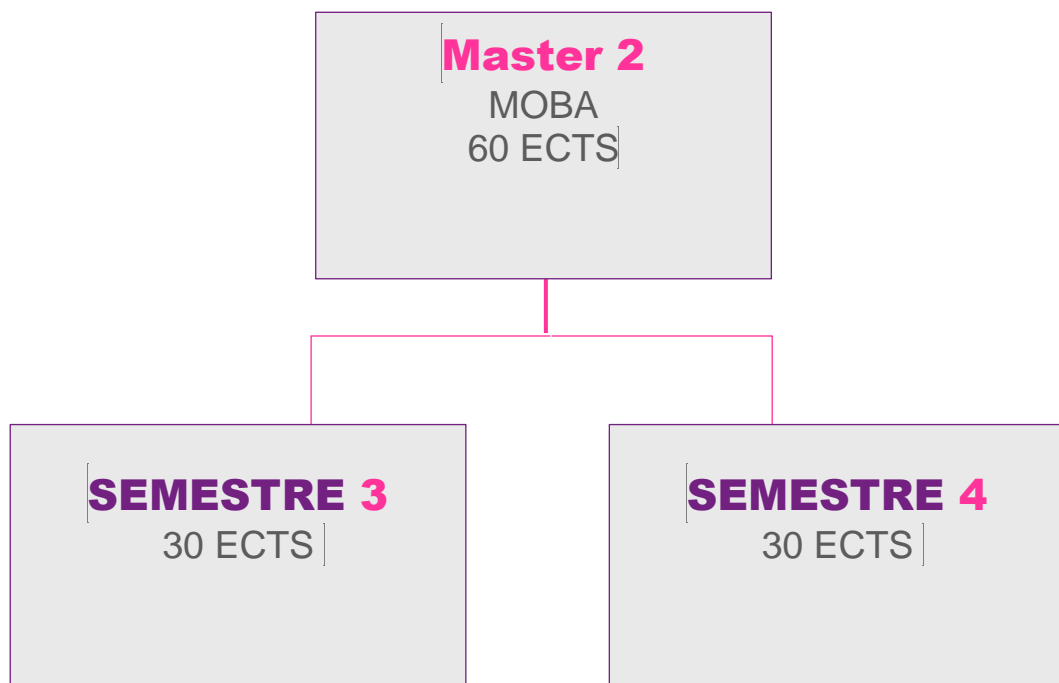
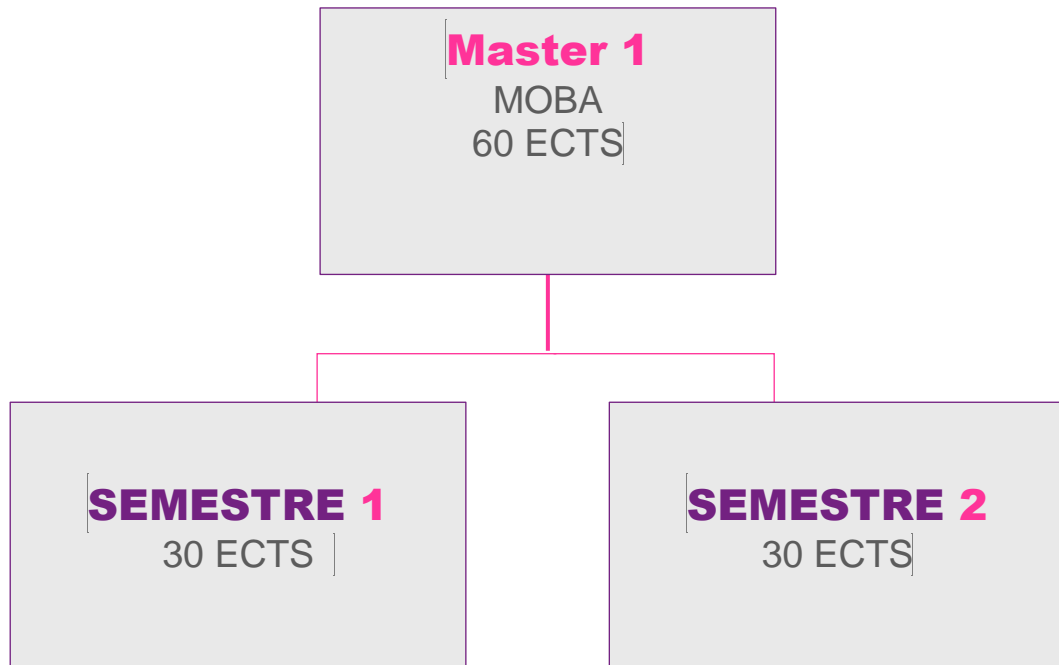
- CFA LR : <http://www.ensuplr.fr/>
- CFA Formaposte : <http://www.formaposte-mediterranee.fr/>
- CFA Difcam : <http://www.difcam.com/>

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

5. 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>

SYLLABUS **Master 1 MOBA – Semestre 1**

UE1	Organisation & Economie
UE2	Système d'information comptable
UE 3	Marketing
UE 4	Informatique de gestion
UE 5	Management des Ressources Humaines
UE 6	Spécialisation Banque 1



Titre/title : Organisation et Économie	Volume horaire/nb of hours : 18 h Semestre 1
Enseignant /lecturer : Pascal MICHELENA	
Objectifs du cours/Learning objectives : Ce cours rappelle quelques concepts fondamentaux de la macroéconomie pour ensuite évoquer tout particulièrement le rôle des sociétés financières dans le système économique. Les questions liées à l'instabilité financière, à la régulation bancaire sont abordées. Dans une dernière partie, une analyse particulière de la politique monétaire est présentée. Les relations entre banques commerciales et Banque Centrale sont examinées, de même que les mesures conventionnelles et non conventionnelles prises par les Banques Centrales pour gérer les conséquences de la crise financière de 2008. Compétences managériales/Managerial competencies : savoir identifier les variables économiques pertinentes pour la prise de décision.	
Plan du cours/ Contents : PARTIE 1 : RÔLE ET PLACE DES INSTITUTIONS FINANCIERES DANS LE SYSTEME ECONOMIQUE PARTIE 2 : LA CONDUITE DE LA POLITIQUE MONETAIRE APRES LA CRISE FINANCIERE DE 2008 : UNE PERSPECTIVE EUROPEENNE	
Evaluation/Final examination :	
Mots Clés : économie monétaire, politique monétaire, banque centrale.	
Bibliographie (facultive)/Bibliography : B.Bernier et Y.Simon, Initiation à la macroéconomie, Dunod M. Delaplace, Monnaie et financement de l'économie, Dunod	

Enseignant /lecturer : Stéphanie BOUCHET

MONTPELLIER
École Universitaire
de Management

Objectifs du cours/Learning objectives :

- 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.

Compétences managériales visées/Managerial skills :

- 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.

Plan du cours/ Contents :

Introduction

- Théorie néo-classique de la firme et remise en cause

1. La métaphore du cerveau

- 1.1. Les théories de la décision
- 1.2. L'école behavioriste ou la théorie comportementale de la firme
- 1.3. Organisation holographique et ERP

2. La métaphore du marché

- 2.1. Théorie des coûts de transaction
- 2.2. Théorie des droits de propriété
- 2.3. Théorie de l'agence
- 2.4. Théorie des conventions

3. Quelques approches contemporaines

- 3.1. De la théorie évolutionniste au paradigme des ressources
- 3.2 La théorie des parties prenantes

Evaluation/Final examination : 100 % de contrôle continu (exercice sur table de résolution d'un cas d'entreprise).

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

Bibliographie (facultative)/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 : SI Comptable	Volume horaire/nb of hours : 30 Semestre 1
Enseignant /lecturer : Christine MARSAL /Bastien CLERGUE	
Objectifs du cours/Learning objectives : -Comprendre les concepts et principes généraux de la Comptabilité Générale (/Financière) et de la comptabilité analytique -Acquérir les connaissances de base de la Comptabilité Générale (/Financière.) et de la comptabilité analytique. Faire la différence entre les deux. Compétences visées: Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion adaptés au secteur Contrôler et mesurer la pertinence et la performance des outils de gestion permettant de gérer et/ou accompagner le fonctionnement du service ou de l'établissement en fonction des spécificités du secteur.	
Plan du cours/ Contents : <u>Cours de comptabilité générale/financière</u> - 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 <u>Cours de comptabilité analytique</u> Du résultat comptable au résultat analytique Le calcul des coûts :la méthode des centres d'analyse Le suivi budgétaire Le seuil de rentabilité	
Evaluation/Final examination : 100% contrôle continu	
Mots Clés : Bilan, compte de résultat, amortissement, écritures comptables, comptabilité analytique, coût, rentabilité, budget, écarts, charges fixes, charges variables, charges directes, charges indirectes.	
Bibliographie (facultive)/Bibliography : Jean Jacques Friedrich, Comptabilité Générale et gestion des entreprises, Hachette Sup. Benoit Pigé (direction), Management et contrôle de gestion, DSCG 3, Nathan	



Titre/title : Marketing	Volume horaire/nb of hours : 15h Semestre 1
Enseignant /lecturer : Christophe FOURNIER	
Objectifs du cours/Learning objectives :	
<p>Appréhender les concepts clés de la démarche marketing : analyse de marché, segmentation, ciblage, positionnement</p> <p>Comprendre les enjeux se posant aux responsables marketing : prise en compte des parties prenantes, enjeux liés à la RSE, évolution des frontières entre entreprises et clients.</p> <p>Compétences managériales visées/Managerial skills :</p> <p>L'étudiant doit être capable:</p> <ul style="list-style-type: none">- de comprendre la culture organisationnelle et les modes de management, d'analyser les facteurs et les contraintes juridiques, économiques ou sociales qui pèsent sur l'organisation- de définir et de quantifier le marché d'une organisation- de comprendre la structure et le fonctionnement d'un marché- de prendre en compte la concurrence.- de comprendre le processus de décision du consommateur ainsi que son expérience- de s'approprier la politique marketing, la stratégie de l'entreprise- de s'appuyer sur les principales méthodes de diagnostic interne et externe.	
Plan du cours/ Contents : Jeu d'entreprise en groupe sur 2 journées	
<p>(1) La démarche marketing la définition du marketing le marketing stratégique proactif versus réactif Les rubriques du plan marketing L'orientation marché</p> <p>(2) Les grands enjeux du marketing stratégique Les optiques traditionnelles dans la relation au marché La prise en compte des parties prenantes La responsabilité sociale de l'entreprise L'abolition des frontières entre l'entreprise et ses clients</p> <p>(3) La compréhension des marchés L'analyse du marché La segmentation du marché</p> <p>(4) La prise de décision Le ciblage Le positionnement</p>	
Evaluation/Final examination : 100 % contrôle continu	
Mots Clés : marketing, culture organisationnelle, RSE, segmentation, positionnement, ablage.	
Bibliographie (facultive)/Bibliography :	



Titre/title : Marketing	Volume horaire/nb of hours : 15h Semestre 1
Enseignant /lecturer : Gilles SERE DE LANAUZE	
Objectifs du cours/Learning objectives : Maitriser les fondements conceptuels et méthodologiques du marketing d'études afin d'établir le diagnostic à la base de toute action ou choix stratégique. Compétences managériales/Managerial competencies : Connaitre les outils d'études nécessaires au diagnostic, savoir les choisir et les mettre en œuvre.	
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	
Evaluation/Final examination : 100% contrôle continu	
Mots Clés : Etudes quantitatives, études qualitatives, panels, système d'information marketing, échantillon	
Bibliographie (facultive)/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	



Titre/title : Informatique de Gestion	Volume horaire/nb of hours : 15 h Semestre 1
Enseignant /lecturer : Emmanuel HOUZE / Matthieu DEREUMAUX	
Objectifs du cours/Learning objectives : Connaître les utilisations avancées de l'informatique dans la gestion des entreprises afin de pouvoir les mettre en pratique. En particulier l'utilisation des bases de données et de la programmation dans les applications de gestion. Compétences managériales/Managerial competencies : Maitriser les tableurs pour construire des outils de gestion Savoir conceptualiser des bases de données	
Plan du cours/ Contents : Introduction : Définition et Objectifs PARTIE 1. Tableur 1 Présentation 1 Fonctions avancées 2 Programmation des macros PARTIE 2 : BASES DE DONNEES 1 Présentation des bases de données relationnelles 2 Construction et utilisation	
Evaluation/Final examination : 100 % contrôle continu	
Mots Clés : Tableur, VBA, Bases de données, simulation	
Bibliographie (facultive)/Bibliography :	



Titre/title : Informatique de gestion	Volume horaire/nb of hours : 15 h Semestre 1
Enseignant /lecturer : Emmanuel HOUZE	
Objectifs du cours/Learning objectives : Une simulation d'entreprises permettra aux étudiants d'acquérir les comportements nécessaires au travail de groupe et de mettre en pratique et de développer leurs connaissances en gestion. Compétences managériales visées/Managerial skills : Tenir compte des impacts de ses décisions au niveau global de l'entreprise	
Plan du cours/ Contents : Présentation du concept et des bases du jeu Simulation Construction d'un rapport	
Evaluation/Final examination : 100% de contrôle continu.	
Mots Clés : jeu d'entreprise, simulation de gestion, bilan, compte de résultat, stratégie.	
Bibliographie (facultive)/Bibliography :	



Titre/title : Management des RH	Volume horaire/nb of hours : 30 h Semestre 1
Enseignant /lecturer : Najoua TAHRI	
Objectifs du cours/Learning objectives : L'objectif de ce cours est de fournir des connaissances des différents domaines d'action fondamentaux de la gestion des ressources humaines (recrutement, rémunération, gestion des effectifs et GPEC) et permettre de développer un regard critique sur les pratiques et outils de gestion des ressources humaines. Compétences managériales visées/Managerial skills : Sensibiliser de futurs collaborateurs et managers à jouer leur rôle d'acteurs du changement en développant un regard critique sur les pratiques de gestion des ressources humaines et en leur permettant de contribuer à leur évolution.	
Plan du cours/ Contents : Introduction Chapitre 1 : La Fonction Ressources Humaines Chapitre 2 : Le Processus de Recrutement Chapitre 3 : La Gestion des Effectifs Chapitre 4 : La fixation des objectifs Chapitre 5 : La Rémunération Chapitre 6 : La Gestion Prévisionnelle des emplois et des Compétences (GPEC)	
Evaluation/Final examination : 100% contrôle continu	
Mots Clés : Recrutement, GPEC, Rémunération, Gestion par Objectifs (GPO)	
Bibliographie (facultive)/Bibliography :	



Titre/title : Spécialisation Banque 1	Volume horaire/nb of hours : 42 h Semestre 1
Enseignant /lecturer : DOSSETTO Yannick / GHENNAM Razek	
Objectifs du cours/Learning objectives : - Comprendre les missions de la Fonction Conformité dans la Banque - Mesurer les enjeux de la fonction Conformité pour la Banque à travers le respect des obligations réglementaires et des attentes des clients envers leur banque, - Intégrer les objectifs de la Conformité dans la commercialisation des produits financiers et le rôle essentiel des commerciaux de la banque en matière de connaissance des clients, Compétences managériales/Managerial competencies : - Intégrer les exigences réglementaires et sociétales lié à la fonction Conformité et être capable de les appliquer et de les faire appliquer - Intégrer les missions, l'organisation et le pilotage d'une fonction Conformité dans la Banque Comprendre les convergences d'intérêt de la Conformité et du Développement commercial	
Plan du cours/ Contents: Partie I : Présentation générale : contexte historique et réglementaire, évolution des sanctions Partie II : La Conformité dans la commercialisation des produits en banque de détail Partie III : La protection de la clientèle Partie IV : Les instruments financiers, leurs risques et leur rendement Partie V : Le Règlement Général de l'Autorité des Marchés Financiers & le Code Monétaire et Financier Partie VI : Règles de bonne conduite du Règlement général de l'AMF – la Directive MIF + Revue de jurisprudence Partie VII : Respect des règles de marché Partie VIII : Transactions personnelles Partie IX : Les Conflits d'intérêts Partie X : Le démarchage bancaire et financier et la vente à distance Partie XI : Les autres thèmes de la Conformité : la validation des nouveaux produits et des nouvelles activités, le traitement des réclamations, Le secret bancaire Partie XII : la Sécurité Financière et la Prévention de la Fraude	
Evaluation/Final examination : 100 % contrôle continu	
Mots Clés : Conformité, réglementation bancaire, AMF, code monétaire et financier	
Bibliographie (facultive)/Bibliography : La conformité dans les banques - www.revue-banque.fr › Risque et Réglementations La fonction de conformité au sein des établissements de crédit ... - https://acpr.banque-france.fr/.../racb2003-la-fonction-de-conformite-au-sein-des-ets-d.. Les métiers de la conformité dans la banque - www.observatoire-metiers_banque.fr/f/etudes/sf/plus/s/metiers_conformite	



Master 1 MOBA – Semestre 2

UE1	Négociation Vente
UE2	Finance
UE 3	Réglementation et droit bancaire
UE 4	Réglementation et marchés financiers
UE 5	Les fondamentaux du marché du particulier
UE 6	Epargne et fiscalité
UE 7	Professionnalisation



Titre/title : Finance	Volume horaire/nb of hours : 30 h Semestre 2
Enseignant /lecturer : Jelloul MESSAOUDENE	
Objectifs du cours/Learning objectives : Le cours présente les analyses statiques et comparatives de la rentabilité et de la situation financière d'une entreprise. Compétences managériales/Managerial competencies : Les étudiants sont capables de poser un diagnostic sur la santé financière de l'entreprise et sont capables de formuler des préconisations.	
Plan du cours/ Contents : I- Analyse de la rentabilité A - Tableau des SIG B - CAF et retraitements II - Analyse de la structure financière A - Bilan fonctionnel B - Ratios	
Evaluation/Final examination : 100 % contrôle continu	
Mots Clés : Diagnostic financier, analyse financière	
Bibliographie (facultive)/Bibliography : « Finance », J. Teulié / P. Topsacalian, Ed. Vuibert « Finance », « Gestion Financière », E. Stéphany, Ed. Economica	



Titre/title : Négociation et force de vente	Volume horaire/nb of hours : 15 h Semestre 2
Enseignant /lecturer : Christophe FOURNIER	
Objectifs du cours/Learning objectives : L'objectif de ce cours est de donner aux étudiants les éléments indispensables pour l'animation, l'encadrement et le contrôle d'une force de vente. Chaque thème sera ainsi abordé tant sous un angle managérial que théorique. Cette dernière approche permettra ainsi de présenter un certain nombre d'invariants utiles aux étudiants pour s'adapter tout au long de leur vie professionnelle à des situations inédites et inconnues aujourd'hui.	
Compétences managériales/Managerial competencies : Etre capable de développer un management efficace des équipes commerciales pour atteindre les objectifs commerciaux fixés	
Plan du cours/ Contents : Définition de la stratégie commerciale (structure, prévision des ventes, quotas...) Mise en œuvre de la stratégie (recrutement, motivation, rétribution...) Contrôle (performance commerciale intra rôle, extra rôle, tableaux de bord...)	
Evaluation/Final examination : 100% contrôle continu	
Mots Clés : management - force de vente - performance commerciale	
Bibliographie (facultive)/Bibliography : Christophe Fournier, 2016, Management de la force de vente, Collection Topo, Edition Dunod	



Titre/title : Négociation et force de vente	Volume horaire/nb of hours : 28h Semestre 2
Enseignant /lecturer : Olivier MAUREL	
Objectifs du cours/Learning objectives : Intégrer les fondamentaux de l'approche comportementale pour optimiser la négociation commerciale en banque et assurance. Compétences managériales/Managerial competencies : gestion d'équipe.	
Plan du cours/ Contents : Approche comportementale: les dominantes comportementales, la fenêtre de Johari, l'écoute au service de la négociation. Approche méthodologique : les 4 étapes d'un entretien de vente-conseil Approche globale négociée : état d'esprit et méthodologie (+ jeux de rôles)	
Evaluation/Final examination : 100 % contrôle continu	
Mots Clés : Négociation, approche comportementale, Johari	
Bibliographie (facultive)/Bibliography :	



Titre/title : Épargne et fiscalité	Volume horaire/nb of hours : 21 h Semestre 2
Enseignant /lecturer : LEROY Gaël	
Objectifs du cours/Learning objectives :	
Appréhender et maîtriser les termes techniques et concepts de l'Assurance Vie et IARD.	
Compétences managériales visées/Managerial skills :	
Aide à la décision quant au choix d'une assurance	
Plan du cours/ Contents :	
Thomas Chollet (15h) Jour 1 : La notion d'Assurance : origines, contrat, acteurs, fonctionnement, chiffres clés Jour 2 : Les différents états de la prime La notion de sinistre Assurance non-vie , assurance non-vie La solvabilité d'une compagnie d'Assurance Jean-Claude Schnell (3h) Présentation d'une mutuelle d'assurance	
Evaluation/Final examination : 100 % contrôle continu	
Mots Clés : Assurance Vie, Assurance IARD, contrat, prime, risque, tarification, calcul provision, solvabilité, comptabilité, compte de résultat, bilan	
Bibliographie (facultive)/Bibliography :	



Titre/title : Réglementation et marchés financiers	Volume horaire/nb of hours : 15 h Semestre 2
Enseignant /lecturer : Eric STEPHANY	
Objectifs du cours/Learning objectives :	
Connaître et comprendre les contraintes réglementaires pesant sur le secteur bancaire.	
Compétences managériales/Managerial competencies : appliquer la réglementation dans le contexte professionnel de prise de décision.	
Plan du cours/ Contents :	
Cours magistral, commentaires de l'actualité économique, financière et réglementaire Le système financier Les institutions financières La réglementation financière	
Evaluation/Final examination : 100 % contrôle continu	
Mots Clés : institutions financières, marchés financiers, innovations financières.	
Bibliographie (facultive)/Bibliography :	



Titre/title : Les fondamentaux du marché du particulier	Volume horaire/nb of hours : 21 h Semestre 2
Enseignant /lecturer : GAVALDA Laurent	
Objectifs du cours/Learning objectives : Le cours de « Techniques de financement des Particuliers » vise à découvrir les fondamentaux d'un établissement bancaire dans le cadre de la distribution de crédits aux particuliers. A l'issue de ce cours, les étudiants seront en mesure de comprendre les enjeux d'un établissement bancaire en termes de financement des particuliers. Compétences managériales visées/Managerial skills : Proposer et mettre en œuvre des financements adaptés.	
Plan du cours/ Contents : Aspect juridique du statut de l'emprunteur et le risque pour le prêteur : L'aspect juridique des différents types de financement : Les garanties dans un dossier de financement Analyse des dossiers de financement : Appréciation du risque de l'octroi de financement	
Evaluation/Final examination : 100 % contrôle continu	
Mots Clés : prêts, financement, garanties, risque de crédit.	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



Titre/title : Les fondamentaux du marché du particulier	Volume horaire/nb of hours : 21 h Semestre 2
Enseignant /lecturer : DOSSETTO Yannick	
Objectifs du cours/Learning objectives :	
Connaître les mécanismes de base de l'assurance des biens et des personnes	
Compétences managériales visées/Managerial skills :	
Etre à même d'évaluer la situation d'un client et de l'informer sur les solutions d'assurance existantes	
Plan du cours/ Contents :	
Partie 1 : Les bases de l'Assurance et ses Réseaux de distribution	
Partie 2 : Le contrat de la souscription au sinistre	
3ème Partie : Dommages aux Bien	
4ème Partie : Assurances Automobile	
5ème Partie : Les Assurances de Personnes	
6ème Partie : Prévoyances/Responsabilité Civile/Protection Juridique	
7eme partie : L'assurance Vie	
Evaluation/Final examination : 100 % de contrôle continu (question de cours et étude de documents)	
Mots Clés : Assurance, risque, dommages, assurance vie, assurance de biens, responsabilité civile, protection juridique	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



Titre/title : METHODOLOGIE	Volume horaire/nb of hours : 15 h Semestre 2
Enseignant /lecturer : Christine MARSAL / Bruno BOIVIN	
Objectifs du cours/Learning objectives : Rappels méthodologiques concernant la présentation orale des missions réalisées en entreprise. Rappels méthodologiques sur la rédaction d'un rapport d'activité de fin de master 1. Compétences managériales visées/Managerial skills : Savoir correctement s'exprimer en public de façon organisée et synthétique	
Plan du cours/ Contents : Séance 1 : Présentation des attentes en termes de présentation orale et en termes de rédactions de rapport Commentaire et analyse des consignes Entraînements sur plusieurs rapports rendus les années précédentes Séances 2,3 et 4 Restitution orale des missions réalisées en entreprise Participation collective à l'évaluation des prestations orales Synthèse des enseignements : les points forts les points faibles de la présentation d'une mission entreprise, les points faibles et les points forts d'une intervention orale (attitude, utilisation des slides etc..)	
Evaluation/Final examination : Evaluation des présentations orales (30% de la note finale) Evaluation des rapports de fin de master par les tuteurs universitaires désignés (70% de la note finale)	
Mots clés : Rédaction d'un rapport, Communication orale, Communication écrite.	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



Titre/title : Professionalisation (Anglais)	Volume horaire/nb of hours : 18 h Semestre 2
Enseignant /lecturer : BOBA Besmira	
Objectifs du cours/Learning objectives : The course comprises six three-hour sessions, making a total of eighteen hours in all. The students' level of English differs greatly, from quite fluent to practically beginners' level, so this must be taken into account when giving the classes. Compétences managériales visées/Managerial skills : Everyday bank actions by a counsellor to a client will be covered: Handling various client problems Answering client questions Answering the telephone Responding to insurance claims	
Plan du cours/ Contents : Some basic English will be run through quickly plus grammar. Conversation and oral English will be encouraged to the fullest. Grammar revision – a new look at grammar basics and current usage Vocabulary – vocabulary used in the world of Banking and Finance A look at idioms and phrasal verbs Everyday topics from the world of Banking – texts and films How to give a presentation	
Evaluation/Final examination : The students will be required to prepare beforehand and give a presentation on Examination Day. They can present as individuals or in groups – maximum three students. The subject must be concerned with Banking, Banking Methods or Insurance.	
Mots Clés : English, Banking, Insurance, Grammar, Conversation, Expression, Presentation	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	