

COURSE LIST - SPRING 2021 - UNDERGRADUATE LEVEL 1 & 2

BACHELOR 1 - LEVEL 1		
Course name	ECTS	Course objectives
Comptabilité générale 2	3	- Maîtriser les opérations de fin d'exercice simples
Introduction au droit	3	- Connaître le vocabulaire juridique - Connaître les principes fondamentaux et les grandes notions du droit privé - Connaître les règles essentielles qui régissent les activités économiques et commerciales
Marketing 2	3	- Connaître les principes fondamentaux et les grandes notions du droit privé
Introduction aux humanités	3	- Connaître les règles essentielles qui régissent les activités économiques et commerciales

BACHELOR 2 - LEVEL 2		
Course name	ECTS	Course objectives
Droit des sociétés 2	3	- Maîtriser les différentes étapes de la constitution d'une société - Etudier les techniques de rapprochement entre les sociétés et l'organisation des groupes de sociétés
E : Gérer une campagne SEA	3	- Décrire l'environnement et la philosophie du référencement payant - Sélectionner et cibler les mots clés stratégiques - Mettre en place des groupes d'annonces et rédiger les annonces - Créer et interpréter les KPI (indicateurs de performance clé)
E : Relations publiques	3	- Expliquer le rôle du professionnel des relations publiques dans l'environnement de l'entreprise - Décrire les stratégies, tactiques et techniques des programmes de relations publiques - Développer une compréhension des différentes tâches d'écriture pour des publics et des finalités spécifiques - Élaborer un plan de communication de base
E : Contrôle de gestion	3	- Découvrir le métier de contrôleur de gestion - Utiliser les instruments de pilotage et les méthodes de calcul des coûts

COURSE LIST - SPRING 2021 - UNDERGRADUATE LEVEL 3

PGE 1 - LEVEL 3		
Course name	ECTS	Course objectives
Analyse financière	3	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en pratique les retraitements des comptes dans l'approche fonctionnelle - Comprendre l'information financière et proposer un diagnostic financier - Rédiger une analyse financière
Communication d'entreprise	3	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître et comprendre les principaux concepts de la communication d'entreprise - Connaître et comprendre le concept d'identité d'entreprise, d'image et de réputation
Comportement du consommateur	3	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les facteurs d'influences internes et externes qui caractérisent un consommateur - Connaître les principaux modèles de prise de décision du consommateur - Savoir identifier le profil d'un consommateur
Comptabilité analytique	3	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre l'enchaînement et la logique de calcul des coûts, en y incorporant la gestion des stocks, jusqu'à l'étude de la rentabilité - Maîtriser les coûts complets, coûts partiels et marges comme base d'aide à la décision
Comptabilité financière d'entreprise avancée 1	3	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser les seuils de rentabilité comme base d'aide à la décision - Analyser les leviers opérationnels et financiers comme base d'aide à la décision
Contrôle de gestion avancé : Contrôle budgétaire	4	<ul style="list-style-type: none"> - Tracer la création de valeur et tenter de montrer un des rares modèles de répartition de la richesse et des gains de productivité - Etablir dans le cadre de processus de management les tableaux de bord sur la gestion « politique » de l'entité - Etudier la rentabilité et de la performance, les tableaux de bord et indicateurs de performances
Droit des sociétés	2	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser les connaissances basiques de droit des sociétés - Etre capable de lire une décision juridique ou tout document légal lié au droit des sociétés - Connaître les options légales en cas de litiges et connaître l'actualité liée au droit des sociétés - Etre capable d'analyser une situation d'un point de vue juridique, de la comprendre et de donner une réponse juridique appropriée à la problématique de la situation
Droit social	2	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les bases juridiques nécessaires pour répondre aux problématiques du conseil d'entreprise - Comprendre les sources du droit du travail dans leur cadre international, communautaire et national
Environnement économique et social 1	4	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les enjeux économiques de court et de moyen-terme afin de saisir les évolutions en cours - Etre en mesure de proposer un exposé pertinent et construit en rapport avec tout fait économique et social de fond ou d'actualité
Fiscalité des personnes	2	<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender les modalités d'imposition des revenus d'activité et du capital des personnes physiques dans un objectif d'optimisation fiscale
Informatique de gestion avancé	3	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser des données liées à un projet dans un classeur Excel - Créer des documents professionnels
Microéconomie	3	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer une analyse introductive des mécanismes et enjeux microéconomiques actuels en articulant de manière étroite considérations théoriques et analyse de cas concrets
Relations professionnelles	1	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les aspects théoriques, les règles, les procédés et les techniques des relations professionnelles - Optimiser son potentiel humain et professionnel par le développement de compétences relationnelles et d'outils de candidature appropriés - Rédiger des outils de candidature efficaces
Techniques de vente et négociation	3	<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender les techniques de vente - Savoir identifier les besoins d'un prospect, d'un client - Savoir développer une argumentation personnalisée - Etre capable d'identifier les objections possibles et savoir y répondre - Mener des entretiens de négociation/vente dans des contextes variés
Langue étrangère (Français, Espagnol, Allemand, Chinois, Italien)	2	<ul style="list-style-type: none"> - Apprendre la langue

COURSE LIST - SPRING 2021 - GRADUATE LEVEL 4

PGE 2 - LEVEL 4		
Course name	ECTS	Course objectives
Droit pénal des affaires	3	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les grands mécanismes du droit pénal et les infractions majeures du droit pénal des affaires - Comprendre les principes liés à l'éthique des affaires - Se familiariser avec la technique pénale
Responsabilité sociétale des entreprises	3	<ul style="list-style-type: none"> - Démontrer que le développement durable et la responsabilité sociétale sont inhérents à l'entreprise et à sa stratégie - Découvrir le rôle des acteurs tels que l'état, les ONG, ... - Démontrer le caractère innovant résultant de la prise en compte de ces enjeux - Comprendre les déclinaisons par grand domaine de spécialisation (finance, marketing, stratégie)
Stratégie avancée	3	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre l'évolution des options stratégiques des entreprises contemporaines - Maîtriser les leviers de la prise de décision stratégique en univers incertain - Savoir identifier et caractériser les problématiques stratégiques - Savoir mobiliser les outils et concepts pertinents pour y répondre en prenant en compte notamment les enjeux organisationnels et la dimension internationale
Droit des obligations	3	<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender les différentes obligations en tenant compte des grandes réformes - Identifier les principales difficultés pouvant naître à l'occasion de la rédaction ou l'exécution d'un contrat. - Comprendre et savoir appliquer la jurisprudence issue de ce domaine.
Fiscalité des entreprises avancée	3	<ul style="list-style-type: none"> - Acquérir les connaissances théoriques nécessaires - Apprendre à appliquer les règles fiscales.
Analyse financière avancée	3	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser par les ratios : Ratios de composition, ratios d'évolution, ratios d'activité - Analyser les flux de fonds et les flux de trésorerie - Etude des risques
Evaluation d'entreprise	3	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluer une entreprise cotée : DCF, ANR, Comparables...
Entreprendre	3	<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender l'entrepreneuriat - Identifier les réseaux utiles sur un territoire - Présenter une proposition commerciale à un entrepreneur
Conception de site web	3	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser le langage HTML5 pour éditer du contenu sur le web - Maîtriser les feuilles de styles CSS pour l'affichage des contenus - Maîtriser le protocole http, ftp et notions des différentes technologies client serveur
Modèles économiques du digital	3	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en perspective des fondements économiques des modèles économiques développés dans un environnement numérique (internet et tous autres types de réseaux de télécommunication)
Droit du travail	3	<ul style="list-style-type: none"> - Savoir distinguer les formes contractuelles de la relation de travail - Savoir rémunérer le travail effectif - Savoir déterminer le travail effectif - Savoir procéder à une rupture du contrat de travail et en évaluer le coût
Dynamique de groupe et performance collective	3	<ul style="list-style-type: none"> - Apprendre à mieux connaître les fonctionnements des équipes de travail afin de gagner en efficacité relationnelle - Développer sa capacité à analyser les étapes des processus fondamentaux des fonctionnements humains dans les groupes - Adapter sa communication à ses interlocuteurs en fonction de normes et statuts de groupes
Achats	3	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre l'importance de la fonction d'achat au sein d'une organisation. - Savoir identifier les bons fournisseurs et comment améliorer leurs performances pour répondre aux besoins de l'organisation. - Comprendre la structure d'une organisation d'achat (centralisée ou décentralisée) et les fonctions d'achat au niveau stratégique, au niveau tactique, et niveau opérationnel. - Comprendre les pratiques éthiques et la responsabilité sociale dans la fonction achat - Comprendre ce qui constitue les différents types de contrats impliqués dans le processus d'achat
Management de la chaîne logistique	3	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre comment circulent les flux dans une entreprise. - Mesurer les performances logistiques: délais, stocks, en-cours. - Découvrir les obstacles qui freinent la circulation des flux (Anti-flux) - Proposer des améliorations pour accélérer les flux (Gentils-flux) - Mettre en œuvre une stratégie pour conquérir de nouveaux marchés - Comprendre les arbitrages coûts-services lors du design de la supply chain
Ingénierie et performance commerciale	3	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les leviers de la performance commerciales - Découvrir les éléments clés permettant de mesurer la performance commerciale - Connaître les différentes possibilités d'organisation des forces de vente
Marketing et SI	3	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître le principe du SIM (système d'information marketing) - Savoir intégrer les problématiques liées à l'information aux stratégies marketing - Etre capable de rassembler, trier, analyser et diffuser des informations
Photoshop	3	<ul style="list-style-type: none"> - Savoir gérer un projet autour de différents supports de communication en maîtrisant le langage et les bases de Photoshop
Marketing appliqué au sport	3	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les enjeux liés au secteur du sport - Apprendre les principales politiques marketing mobilisées par les marques du secteur sportif - Etre sensibilisé au marketing événementiel
Branding appliqué au luxe	3	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître le marché du luxe - Identifier les principales stratégies des marques de luxe - Savoir choisir une stratégie de marque selon un contexte donné
E : HTML 5 CSS3	3	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser le langage HTML5 pour éditer du contenu sur le web - Maîtriser les feuilles de styles CSS pour l'affichage des contenus
Transformation digitale	3	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre l'importance de la transformation digitale comme facteur d'innovation dans les entreprises - Appliquer, expliquer et discuter les concepts et les théories de la numérisation et comment ceux-ci sont liés pour résoudre les défis composites, actuels et futurs, liés au changement numérique - Utiliser les perspectives théoriques pour analyser les entreprises et les marchés de la numérisation dans des cas réels

E : Business model du digital	3	- Mettre en perspective des fondements économiques des modèles économiques développés dans un environnement numérique (internet et tous autres types de réseaux de télécommunication)
-------------------------------	---	---

MSC 1 - LEVEL 4

Course name	ECTS	Course objective
Budgets quantitatifs et outils budgétaires	3	- Développer une compréhension complète et détaillée des processus et outils budgétaires - Comprendre les rôles et responsabilités de chaque partie prenante ainsi que les facteurs clés de succès - Utiliser les bons outils du marché, y compris l'informatique décisionnelle
Business model à l'ère du digital	3	- Mettre en perspective des fondements économiques des modèles économiques développés dans un environnement numérique (internet et tous autres types de réseaux de télécommunication)
Communication et crise	3	- Appliquer les stratégies à adopter en situation de crise par une marque
E : Activité d'entreprises étudiantes 2	2	- S'investir dans les entreprises étudiantes ou dans un projet entrepreneurial
Entrepreneuriat et opportunités commerciales	3	TBC
Innovation et concepts	3	- Comprendre les connaissances théoriques de la gestion des connaissances, de la planification stratégique, des possibilités de combinaison de l'innovation et des stratégies commerciales - Appliquer les connaissances théoriques acquises tout en analysant des cas pratiques - Développer des compétences d'application de techniques innovantes dans l'exécution de stratégies
Management de la relation client et outils	3	- Connaître les fondamentaux du marketing relationnel - Découvrir les différentes techniques de gestion de la relation client - Savoir identifier les outils les plus pertinents à mobiliser pour pérenniser les relations-client
Stratégie d'entreprise et indicateurs de suivi	3	TBC
Langue étrangère (Français, Espagnol, Allemand, Chinois, Italien)	2	- Apprendre la langue

COURSE LIST - SPRING 2021 - GRADUATE LEVEL 5

PGE 3 - LEVEL 5		
Course name	ECTS	Course objective
Communication de crise	2	- Appliquer les stratégies à adopter en situation de crise par une marque
Médiaplanning à 360°	2	- Découvrir et avoir un panorama complet des différents acteurs, des médias et des critères permettant de faire des choix stratégiques en matière de communication
Communication d'entreprise	3	- Approfondir les stratégies et techniques de communication des entreprises, ses différentes formes et ses effets
Etudes de marché	4	- Maîtriser les techniques d'études qualitatives (individuelle et en groupe, offline et online) et quantitatives (savoir lire des chiffres, savoir réaliser un questionnaire pertinent, réaliser les tests statistiques de base)
Innovation Produit	3	- Comprendre l'importance d'être innovant sur le marché - Savoir mettre en place les étapes de développement d'un produit ou service nouveau
Marketing durable	3	- Intégrer les enjeux - Savoir décider de stratégies à mobiliser en matière de développement durable dans les politiques marketing
Panels et big data	3	- Se familiariser avec l'utilisation des panels distributeurs et consommateurs - Savoir interpréter des chiffres et en tirer des recommandations pratiques
Planning stratégique	2	- Maîtriser les concepts fondamentaux et techniques en marketing stratégique
Techniques de Pitch	1	- Savoir s'exprimer et développer du leadership et des softskills à travers des exercices de mise en scène et d'improvisation
Théâtralisation du point de vente	3	- Maîtriser les techniques de merchandising et de mise en valeur d'un point de vente
Hôtellerie et tourisme de luxe	2	- Connaître les principaux modes de fonctionnement - Adapter ses décisions - Savoir quels moyens mettre en œuvre dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie de luxe, en France et à l'étranger
Management de la mode	2	- Développer ses capacités à communiquer les valeurs d'une entreprise de textile qui s'engage en matière de développement durable auprès d'une cible (BtoB, BtoC, BtoA, etc.)

MSC 2 - LEVEL 5		
Course name	ECTS	Course objective
Communication événementielle et les RP	3	- Savoir accompagner les organisateurs de tout événement, du début de projet jusqu'à sa réussite - Analyser la faisabilité, structure juridique éventuelle, responsabilité des organisateurs, information auprès du public, aides et subventions possibles, gestion de l'organisation etc....
Marque et publicité	3	- Connaître la communication et la communication d'entreprise, la communication publicitaire (destinée à la clientèle finale ou aux clients potentiels), la communication interne destinée aux salariés - Faire la synthèse des fondements théoriques de la communication et de ses applications concrètes dans les différents types d'entreprises
Planning Stratégique	3	- Connaître la démarche du planning stratégique digital et responsable
Social Media	3	- Diversifier les thèmes d'intervention - Faire connaître les différents métiers de marketing et de la communication digitale avec une dimension responsable
Marketing Social	3	- Développer l'esprit critique des étudiants vis-à-vis du marketing dans la société, de la relation entreprise et société et de la responsabilité sociale des entreprises - Comprendre les enjeux de ces thématiques - Comprendre et savoir utiliser les théories du comportement et du marketing pour aborder les problèmes sociaux - Analyser et discuter des travaux de recherche, ainsi qu'à planifier des interventions de marketing social - Développer des compétences en matière de communication et de persuasion
Merchandising	3	- Comprendre les enjeux économiques majeurs du merchandising - Découvrir quelles techniques de gestion sont mises en œuvre dans ce domaine - Mettre en œuvre les principes et méthodes au travers d'un cas pratique réaliste
Packaging	3	- Etre à même d'écrire une présentation et de justifier ses préconisations - Pouvoir prendre en charge le design d'une marque, produit, packaging en agence ou en entreprise
Panels à l'heure du Big Data	3	- Se familiariser à l'utilisation des panels distributeur et consommateur, outils de prise de décision totalement incontournable dans le monde du marketing de grande consommation - Connaître le monde de la distribution, acteur à part entière de l'univers de la grande consommation - Savoir produire des études marketing - Faire le lien entre la théorie et la pratique à travers un cas marketing permettant d'utiliser des données de panels et d'en tirer des enseignements et des recommandations opérationnelles
Management du changement	3	- Mettre en œuvre les techniques de conduite du changement dans le cadre d'une politique de sécurité des systèmes d'information - Combattre les résistances individuelles et organisationnelles

Cognition et datamining	3	- Comprendre les possibilités du data mining et du texte mining dans le diagnostic des risques - Savoir utiliser ces techniques avec les outils Sipina et Iramuteq
Bien être et santé	3	- Connaître le marché de la prévention
Business Intelligence	3	- Maîtriser les principes de la protection des données
Chef de produit et Data en santé	4	- Etre capable d'assumer la fonction de chef de produit dans le secteur de la santé
Communication santé	3	- Comprendre les éléments de communication spécifiques à l'univers de la santé
e-Santé	2	- Intégrer le rôle du digital au sein de l'industrie
Market access	3	- Maîtriser les principes d'accès aux marchés
Univers hospitalier	3	- Connaître le fonctionnement des marchés hospitaliers
Langue étrangère (Français, Espagnol, Allemand, Chinois, Italien)	2	- Apprendre la langue