

COURSE LIST - SPRING 2022 - UNDERGRADUATE LEVEL 1 & 2

BACHELOR 1 - LEVEL 1

Course name	ECTS	Course objectives
Comptabilité générale 2	3	- Pour contrôler les enregistrements de fin d'année
Introduction au droit	3	- Connaître le vocabulaire juridique - Connaître les principes fondamentaux et les grandes notions du droit - Connaître les règles essentielles qui régissent les activités économiques et
Marketing 2	3	- Connaître les dimensions du marketing mix (4P) - Pouvoir les appliquer
Introduction aux humanités	3	- Comprendre les faits sociétaux actuels - Améliorer les capacités de réflexion analytique et critique

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 2022 - UNDERGRADUATE LEVEL 3

PGE 1 - LEVEL 3		
Course name	ECTS	Course objectives
Analyse financière	2	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre l'information financière et proposer un diagnostic financier - Mettre en pratique les retraitements des comptes dans l'approche fonctionnelle - Rédiger une analyse financière
Communication d'entreprise	3	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les principaux concepts de la communication d'entreprise - Comprendre les concepts d'identité d'entreprise, d'image et de réputation
Fondamentaux du marketing 2	2	<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
Comptabilité analytique	2	<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
Gestion de projet	2	<ul style="list-style-type: none"> - S'appropriier les notions clés de la gestion de projet - Identifier le rôle et les responsabilités du chef de projet - Identifier les étapes clés d'un projet et le processus de mise en œuvre - Conduire un projet en mettant en œuvre une méthode et des outils opérationnels - Définir les instances et acteurs d'un projet - Débloquer les situations difficiles dans la gestion de projet
Transition écologique & climatique	2	TBC
Microéconomie	2	<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
Techniques de vente et négociation	2	<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	- Apprendre la langue

COURSE LIST - SPRING 2022 - GRADUATE LEVEL 4

PGE 2 - LEVEL 4			
Course name	ECTS	Course objectives	Pre-requisites
Droit pénal des affaires	2	- 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	n/a
E : Analyse financière avancée	2	- Analyser par les ratios : ratios de composition, ratios d'évolution, ratios d'activité - Analyser les flux de fonds et les flux de trésorerie - Etudier les risques	
E : Branding	3	- Identifier les principales stratégies des marques - Savoir choisir une stratégie de marque selon un contexte donné	n/a
E : Conception de site Web	3	- 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	n/a
E : Evaluation d'entreprise	2	- Evaluer une entreprise cotée : DCF, ANR, Comparables...	
E : Fiscalité des entreprises avancée	2	- Acquérir les connaissances nécessaires à l'accompagnement du dirigeant d'entreprise - Appliquer les règles fiscales	
E : Marketing et SI	3	- 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	n/a
E : Modèles économiques du digital	3	- Mettre en perspective les fondements des modèles économiques développés dans un environnement numérique (internet et tous autres types de réseaux de télécommunication)	
E : Nudge : apports de sciences comportementales	2	TBC	n/a
E : Innovation sociale	2	TBC	
E : La finance peut-elle sauver la planète	2	TBC	
E : Les entrepreneurs en situation de handicap	2	TBC	
E : Sociologie du management	3	- Comprendre et appliquer les fondement de l'analyse et de la démarche sociologique à un secteur	n/a
Responsabilité sociétale des entreprises	3	- Comprendre la RSE par grand domaine de spécialisation (finance, marketing, stratégie) - Découvrir le rôle des acteurs tels que l'état, les ONG, ... - Démontrer la nature innovante des actions de RSE	n/a
E : Information (Titre à définir)	2	TBC	
E : L'entreprise face au changement climatique	2	TBC	
Stratégie avancée	3	- 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	n/a
Transformation numérique	3	- Comprendre l'importance de la transformation digitale comme facteur d'innovation dans les entreprises - Identifier les technologies support à la digitalisation - Utiliser les perspectives théoriques pour analyser les entreprises et les marchés de la numérisation	n/a

MSC 1 - LEVEL 4			
Course name	ECTS	Course objective	Pre-requisites
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	- Introduction aux budgets et à la comptabilité
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)	- Business Model
Communication et crise	3	- Appliquer les stratégies à adopter en situation de crise par une marque	- Management Communication
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 - Maîtriser les technique de segmentation tactique (scoring, RFM, CLV)	- Marketing, concepts et nouveaux outils
Techniques de négociation	3	- Découvrir les principes et maîtriser les principales étapes de la négociation pour parvenir à des accords réalistes et durables - Savoir mener une négociation de manière durable et responsable, même en cas de désaccords	- Connaissance de la vente de produit et/ou service et maîtrise de la gestion d'une affaire, de sa détection jusqu'à sa conclusion, en passant par sa qualification et la construction d'une proposition commerciale (dossier commercial).

Stratégie d'entreprise et indicateurs de suivi	3	- Connaître, maîtriser et savoir analyser les principaux indicateurs de suivi de la performance d'une entreprise pour pouvoir en tirer des recommandations stratégiques - Savoir formuler des recommandations stratégiques visant à améliorer les performances de l'entreprise	- Introduction au management et au marketing
Marketing des causes	3	- Comprendre l'origine des difficultés communicationnelles rencontrées par les associations qui cherchent à promouvoir un projet d'intérêt général - Savoir exploiter l'espace public pour défendre des causes sociétales et attirer le grand public sur ces causes	- Fondamentaux du marketing - Fondamentaux du management
Langue étrangère (Français, Espagnol, Allemand, Chinois, Italien)	2	- Apprendre la langue	n/a

COURSE LIST - SPRING 2022 - GRADUATE LEVEL 5

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'entreprise
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 que 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
Business development	3	- Appréhender l'entrepreneuriat par le biais du développement d'affaires
Category management	3	- Comprendre les enjeux et méthodes du management par catégories
Coaching de vente	3	- Appréhender le métier de la vente à partir de la personnalité et des croyances sur la vente
Grands comptes	3	- Maîtriser les techniques d'approche et de préparation à la négociation avec les Grands Comptes - Acquérir les techniques, méthodes et outils pour établir un réseau relationnel - Qualifier les interlocuteurs et mesurer leur positionnement pour développer une meilleure stratégie commerciale
Growth hacking	3	- Tester de nouveaux marchés avant de se lancer - Tester de nouveaux canaux d'acquisition de clients - Exploiter les nouvelles technologies afin de générer la notoriété, d'améliorer la fidélisation et de faire grandir la clientèle de l'entreprise innovante
Management des équipes de vente	3	- Permettre aux managers commerciaux de clarifier et de traduire les objectifs stratégiques de leur entreprise en actions commerciales performantes - Harmoniser la stratégie avec le profil professionnel de chaque collaborateur commercial - Mobiliser toutes les ressources commerciales - Identifier les perspectives offertes et déployer une stratégie commerciale performante, rentable et valorisante pour votre force de vente
Marchés publics	3	- Connaître les acteurs des secteurs publics en France - Savoir prospecter efficacement le Secteur Public et son écosystème - Connaître la réglementation en vigueur et ses évolutions - Disposer de clés pour répondre à un appel d'offres public et le remporter - Appréhender l'exécution des marchés publics

Négociation complexe	3	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre la différence entre une étude qualitative et quantitative - Savoir lire et interpréter des tableaux de données - Etre capable de proposer des recommandations pratiques après avoir récolté des données pertinentes
Planning stratégique	3	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître la démarche du planning stratégique digital et responsable
Langue étrangère (Français, Espagnol, Allemand, Chinois, Italien)	2	<ul style="list-style-type: none"> - Apprendre la langue