



MASTER EN MANAGEMENT



Responsable de programme : Luc PONTET

Brest Business School 2 avenue de Provence 29200 BREST – France
<http://brest-bs.com/>

AACSB project

School: Brest Business School

Program: PROGRAMME GRANDE ECOLE en formation initiale

LG: Learning Goal; LO: Learning Objective; M: Measure for assessment

Mission : Former des managers entrepreneurs capables de développer de la valeur économique et sociale nécessaire à notre monde en mutation Train creative and entrepreneurial managers who are able to develop the necessary economic and social value to our changing world									
LG1 : Nos étudiants sont capables de définir et de gérer des projets Our students are able to define and manage projects		LG2 : Nos étudiants sont capables de manager des équipes multiculturelles et diverses Our students are able to manage multiltural teams		LG3 : Nos étudiants acquièrent une culture entrepreneuriale Our students gain entrepreneurial culture		LG4 : Nos étudiants agissent dans un monde complexe Our students act in a complex world		LG5 : Nos étudiants développent une vision stratégique Our students develop a strategic vision	
LO11 : Savoir utiliser les techniques de gestion fondamentales Knowing how to use basic management techniques	LO12 : Détenir une expertise dans un domaine des sciences de gestion Have an expertise in an area of management science	LO21 : Appréhender et vivre la diversité Understand and live diversity	LO22 : S'intégrer et collaborer dans une équipe multiculturelle Being able to live and work in a multicultural team	LO31 : Savoir mobiliser ou imaginer de nouveaux concepts Can activate or imagine new concepts	LO32 : Etre capable de mener un projet entrepreneurial Being able to lead an entrepreneurial project	LO41 : Développer une culture sociétale et économique Develop a social and economic culture	LO42 : Développer une culture technologique Develop a technologic culture	LO51 : Concevoir une démarche stratégique Design a strategic approach	LO52 : Mettre en œuvre des actions stratégiques Implement strategic actions
M11 PGE : la note finale obtenue au business game en fin de M2	M12 PGE : la note obtenue au mémoire de fin d'études	M21 PGE : la note obtenue au rapport d'observation lié au séjour à l'étranger	M22 PGE : le score obtenu à l'item correspondant dans la grille d'évaluation complétée par l'entreprise suite au stage	M31 PGE : la note finale obtenue au module fabrique de l'innovation	M32 PGE : la note finale obtenue au projet intrapreneurial	M41 PGE : la note finale obtenue au Forum des nouveaux mondes	M42 PGE : la note finale obtenue au Laboratoire des sciences	M51 PGE : la note finale du module de stratégie de l'escala 2 Expert	M52 PGE : la note finale du module de stratégie de l'escala 3

MAQUETTE PGE - ANNEE SCOLAIRE 2020/2021

L3 ET M1 ENTRANT - SEMESTRE 1 - ESCALE 1	
Modules	crédits
La pensée design	3
Le forum des nouveaux mondes	5
Cartographie des controverses	4
Le laboratoire des sciences	4
Economie Numérique	3
Lobbying et réseaux	3
Etudes qualitatives et quantitatives	3
La fabrique de l'innovation	5
Total modules de gestion et examens	30

L3 SEMESTRE 2 - ESCALE 2 BASIC	
Modules	crédits
Codage	3
Projet entrepreneurial	4
Démarche marketing	3
Culture comptable et analyse financière	6
Droit de l'entreprise et droit fiscal	4
Management	3
Systèmes d'information	3
Challenge commercial	4
Total modules de gestion	30

Résumés Escale I

La Pensée Design : GLM3106ZFZ

Comment imaginer un téléphone sans touche ? Comment repenser le vélo et son usage ? Comment créer un nouveau produit ou service qui pourra relancer une activité bloquée face à de nombreuses contraintes ?

Le Design consiste à se poser la question de « comment ça marche », du savoir-être, de découvrir quel est le problème pour ensuite innover dans la solution. Il ouvre ainsi le champ à toutes les solutions possibles (diverger) pour ensuite sélectionner et affiner (converger) sur un mode itératif vers la meilleure solution à un problème posé, en intégrant la dimension d'expérience pour l'utilisateur final. Le module de Pensée Design se donne pour objectif de former les étudiants aux bases de cette méthode créative de résolution de problèmes et de production d'idées nouvelles, un processus qui se fonde sur une démarche centrée vers l'utilisateur et qui se donne comme objectif de préparer l'innovation plutôt qu'une simple copie. Il s'agit donc de découvrir un mode de pensée et une culture qui dépasse de loin la simple question de l'esthétique et du style.

Le module est organisé sous une forme mixte intégrant du face-à-face et de l'apprentissage par la pratique afin de développer sa pensée créative. Cet apprentissage est complété par des échanges avec des spécialistes du Design et des démarches créatives.

Le Forum des Nouveaux Mondes : GLM3101ZFZ

L'Homme et le monde se transforment de manière vertigineuse. Le concept Nord-Sud est dépassé, les échanges internationaux changent de cap, la Nature s'épuise d'un Homme qui vit de plus en plus longtemps et n'a pas encore compris qu'il en fait partie. Alors que la démographie explose dans certains pays, elle ralentit dans d'autres, le changement climatique et la raréfaction des ressources planent comme une menace pour la survie de l'espèce humaine. Les effets conjugués de la mondialisation et des nouvelles technologies ont contribué à réduire les écarts entre pays, mais de nombreuses personnes vivent encore sous le seuil de pauvreté, sans accès à l'eau potable et aux soins de base. Les droits fondamentaux sont de moins en moins universels et cela augmente les risques de conflits armés et renforce le sentiment d'insécurité. La religion et les cultures de la planète quel impact sur le social et le politique ?

Un nouveau monde est à construire et cette entreprise nécessite de mettre en relation les grands enjeux d'aujourd'hui, de comprendre leur complexité et maîtriser les innovations technologiques et sociales.

Ce module vise à mettre l'étudiant face à des grandes questions qui ont de l'incidence sur l'avenir du monde et son évolution, à lui faire explorer et imaginer différents chemins, différentes solutions aux problématiques exposées.

L'étudiant rencontrera des enseignants et de spécialistes nationaux et internationaux qui sauront lui transmettre leurs convictions, leurs expériences et leurs espoirs dans ce nouveau monde qui se crée. Ce module apporte donc à l'étudiant une ouverture sur des espaces culturels, humains, économiques, écologiques, politiques divers.... qu'il devra considérer en tant que personne, en tant qu'entrepreneur innovant et respectueux de son environnement.

En même temps, le module poursuit l'objectif de développer chez l'étudiant des compétences liées au savoir-être, le mettant face à des responsabilités individuelles indispensables pour la réussite collective ; le mettant face aux différentes conceptions du travail en équipe afin qu'il comprenne la dynamique à suivre pour le bien-être et la motivation de tous dans la réussite d'un but commun.

Cartographie des controverses : GLM3 I04ZFZ

Nous sommes de plus en plus confrontés à des controverses (changement climatique, nano-technologies, OGM, antennes relais, crise économique,...) où il est difficile de discerner ce qui est « vrai » de ce qui est « faux ». Les points de vue s'affrontent et on ne sait plus qui entendre et qui croire.

- Faut-il croire les scientifiques ? les médias ? les experts ? les politiques ? les associations ? sa grand-mère ?
- Les rumeurs sont-elles systématiquement fausses ?
- Faut-il se méfier de ce que l'on appelle souvent les « théoriciens du complot » ?
- Qui écouter dans une controverse sur les biocarburants par exemple : les ingénieurs automobiles, les experts des compagnies pétrolières, les indigènes de l'Amazonie, les espèces animales ? les forêts ?
- Mais...qui est le porte-parole des forêts ?

Ces débats concernent une grande diversité d'acteurs. Les masses d'informations sont énormes. Les enjeux pour les organisations et les citoyens sont colossaux : enjeux juridiques, financiers, en termes de communication, de santé publique, de gestion de scandales,...

La plupart du temps les citoyens semblent faire face à de véritables énigmes alors qu'on leur demande d'avoir sinon une position tranchée sur chacun des débats, du moins une opinion complète sur les enjeux sous-jacents.

Dès lors, comment faire ?

Le laboratoire des sciences : GLM3 I02ZFZ

La science et ses enjeux sont aujourd'hui, dans une situation ambiguë. La connaissance scientifique est indispensable, notamment, à la compréhension du monde physique et de ses phénomènes. Indispensable à la vie quotidienne et économique, la maîtrise des champs scientifiques clés impact nombre d'enjeux géopolitiques. Et pourtant force est de constater que la culture scientifique en France souffre d'importantes lacunes, et que la science est source de préjugés et de craintes.

Palier cette inculture scientifique est nécessaire dans la formation des leaders-entrepreneurs de demain, appelés à accompagner les changements à venir. Les champs scientifiques à l'étude dans ce module sont au cœur de débats sociaux, sociétaux et économiques dans le même temps qu'ils sont porteurs d'avancées et d'utilisation à la fois industrielles, servicielles et marchandes.

C'est pourquoi la démarche pédagogique de ce module vise à doter les étudiants des clés pour identifier les enjeux et débats pluridisciplinaires et transversaux qu'induisent les avancées scientifiques

Economie numérique : GLM3 I03ZFZ

Le module Economie numérique présente les enjeux des TIC dans le monde de la consommation, de l'information, du travail, de l'éducation, leur impact sur la création de nouveaux modèles économiques. L'objectif est de mieux comprendre et appréhender les évolutions numériques, leur impact sur la société, leur utilisation par les particuliers et d'appréhender les usages que les entreprises font de ces nouveaux outils.

Lobbying et réseaux : BMGOR001

L'avènement d'une économie fondée sur la connaissance a totalement modifié la manière dont les organisations façonnent leur compétitivité.

D'un côté, le travail peut de moins en moins être prescrit : que ce soit officiel (MPO, contrôle a posteriori) ou non (fiches de postes évasives, contrôle par le reporting), chacun est renvoyé à sa capacité à établir son réseau relationnel pour réaliser son travail, dans des formes qu'il doit inventer au quotidien. Les organisations capables de reconnaître l'importance de ces réseaux et de s'appuyer sur eux pour stimuler leur fonctionnement et leur agilité organisationnelle, générer des innovations, absorber sans difficulté la variabilité de leur environnement, etc., développeront un avantage comparatif sans équivalent.

De l'autre, leur univers est devenu de plus en plus complexe, si bien qu'elles ne disposent pas en interne de l'ensemble des compétences nécessaires à leur production.

A ce titre, les réseaux inter et intra-organisationnels des organisations sont une richesse leur permettant de mobiliser les compétences clés pour atteindre leurs objectifs. Certains types de réseaux très structurés, les lobbies, affichent même au-delà des objectifs d'influence, et les organisations peuvent recourir au lobbying afin d'être épaulées, protégées, intégrées, ou recommandées.

Dans une perspective plus individuelle, tout manager doit savoir autant maîtriser son domaine de connaissance que solliciter ses ressources relationnelles pour accéder à des connaissances ou des savoir-faire qu'il ne détient pas, voire jouer lui-même le rôle de connecteur.

Ce module propose aux étudiants de comprendre ce qu'est un réseau relationnel, d'acquérir connaissances et savoir-faire pour le construire et agir dans un monde structuré en réseaux, et de découvrir les principes et les enjeux du lobbying.

Etudes qualitatives et quantitatives : BL3MA020

Ce module fonctionne en partenariat avec le module Fabrique de l'innovation. Il cherche à accompagner les étudiants dans la création de leur projet innovant et les incite à s'interroger et à trouver des éléments de réponse quant aux potentialités de marché de leur innovation. Pour ce faire, les étudiants sont amenés à réfléchir et à entamer la conduite d'une étude de marché.

La fabrique de l'innovation : GLM3106ZFZ

Comment faire émerger des innovations ? Comment dépasser les schémas traditionnels ? Comment transformer une innovation en business model crédible ? Comment adapter un modèle existant aux enjeux d'un monde qui change ? Comment construire un business model intégrant les nouveaux enjeux sociétaux et environnementaux ?

La Fabrique de l'innovation a pour objectif de répondre à ces interrogations fondamentales, de permettre aux étudiants de saisir les opportunités d'un monde qui change en développant une innovation et une idée d'entreprise.

La Fabrique de l'innovation est la suite logique du module « Pensée design », il est l'occasion de mettre en application concrète les apprentissages du module « Etudes » et d'intégrer l'ensemble des acquis ou mises en œuvre des autres modules de l'Éscale I (Forum des nouveaux mondes, Laboratoire des sciences, Codage, Lobbying et réseaux, Web et big data, et Cartographie des controverses).

Le module est organisé sous la forme d'un événement de deux semaines conjuguant des cours magistraux autour des thématiques liées aux business models et au management de l'innovation, des conférences d'entrepreneurs, des sessions de coaching avec des entrepreneurs et des professeurs de Brest Business School, et des ateliers permettant aux étudiants de développer les savoir-faire et savoir-être fondamentaux en matière d'entrepreneuriat (observation/entretiens, elevator pitch, présentations powerpoint).

Résumés Escale 2 Basic

Codage : BMGS1029

Depuis Arpanet, le net a fortement évolué. D'un outil destiné à la communication on est passé au plus important média de notre société, dont le e-commerce profite grandement. Au travers de ce module les étudiants se familiariseront avec les outils du web et notamment les différents codes de programmation tels que le HTML, le CSS ou encore le PHP. Il s'agira également de comprendre le fonctionnement des différents outils qui ont permis l'évolution de la communication via le web : URL, browser,... Vitrine pour l'ensemble des activités économiques, ce module permettra aux étudiant de comprendre la technologie qui se cache derrière la communication web et d'en anticiper les évolutions.

Projet entrepreneurial : GLM3201BFZ

Comment transformer une idée en opportunité d'affaires ? Comment construire une entreprise pérenne ou un centre de profits durable ?

Le projet entrepreneurial a pour objectif de répondre à ces interrogations fondamentales, Permettre aux étudiants de saisir les opportunités d'un monde qui change en développant une idée d'entreprise. Les étudiants travailleront par équipes de 4 à 5 pour construire un projet de création d'entreprise qu'ils devront exposer et soutenir en fin de semestre.

Démarche marketing : GLM3004BFZ

Dans le cadre du projet de création d'entreprise, acquérir les concepts fondamentaux, les bases de la démarche Marketing et savoir mettre en œuvre les tactiques opérationnelles nécessaires à la réussite et à la différenciation de son projet.

Culture comptable et analyse financière : GLM3205BFZ

Cours fondamental d'introduction à la fonction comptable et financière d'entreprise axé sur :

- La connaissance des schémas comptables de base et des procédures d'enregistrement
- La maîtrise du processus d'établissement des comptes annuels
- La compréhension du bilan et du compte de résultat
- L'appropriation des connaissances essentielles de comptabilité de gestion

Droit de l'entreprise et droit fiscal : BL3DR006

Ce cours est consacré au droit de l'entreprise qui regroupe les règles de droit applicables aux entreprises. L'entreprise est la cellule économique fondamentale dans notre société, celle-ci évolue dans un environnement juridique qu'il est nécessaire d'appréhender.

Ce cours a pour objet

- Les contrats
- La propriété intellectuelle
- -Le droit social tant dans son aspect individuel que collectif
- Ceux qui sont incontestablement les premiers acteurs de la vie commerciale : les commerçants. Ceux-ci peuvent être des personnes physiques que l'on dénommera entreprise commerciale individuelle. D'autre part l'activité commerciale peut s'exercer sous la forme sociétaire (entreprise commerciale sociétaire). Un traitement particulier sera fait aux conséquences fiscales et sociales attachées aux statuts.
- La prévention des difficultés des entreprises.

Management : BL3OR001

Ce module de management est destiné aux étudiants de l'Escale 2- Basic.

Il a pour objet l'acquisition des connaissances et des compétences (aptitudes) managériales requises par les activités et postes d'encadrement

Il vise à :

- Actualiser les fondamentaux du management
- Eclairer le sens du management (Stratégique et opérationnel)
- Positionner le manager dans une perspective humaniste
- Appréhender la fonction managériale et en souligner la complexité dans le monde professionnel contemporain

Systemes d'information : GLM3207BFZ

Dans un environnement professionnel de plus en plus exigeant, où les seules barrières nationales et/ou sous régionales ne suffisent plus pour protéger les marchés, l'organisation doit son positionnement concurrentiel à sa capacité à réagir et/ou anticiper par rapport aux sollicitations de ses partenaires d'affaires. Cela passe par une parfaite maîtrise des flux d'informations, et plus généralement des processus, socle nécessaire au développement de l'efficacité et l'efficience organisationnelles.

L'objectif du module SI-M6.IB consiste à faire découvrir aux apprenants les flux d'information ainsi que les méthodes et outils qui permettent de les modéliser, analyser et gérer leurs performances pour en faire une source d'avantages concurrentiels. Le module traite également des enjeux et opportunités qu'offre l'économie de l'information et de la connaissance dans un contexte professionnel.

Challenge commercial : BMGMA063

Le module permet d'acquérir les notions de la fonction commerciale, de son organisation et des missions confiées aux commerciaux. Il va permettre d'initier à la relation commerciale directe et de dérouler une action de prospection terrain, avec prise de commande

L'entreprise BBS sert de support pour la mise en oeuvre de l'opération de prospection commerciale.

MAQUETTE PGE - ANNEE SCOLAIRE 2020/2021

M1 SEMESTRE 1 - SEMESTRE D'OUVERTURE	
Modules	crédits
Team Building	
Séminaire English ou FLE	
CSR International Project	5
International law	5
International business	5
Economic Analysis and strategies	5
Ethics management and corporate social responsibility	5
Project Management	5
Total modules de gestion	30

M1 SEMESTRE 2 - ESCALE 2 EXPERT	
Modules	crédits
Projet intrapreneurial	6
Marketing stratégique	4
Politique financière	4
Gestion des ressources humaines	4
Développer une vision stratégique	4
Logistique	4
Contrôle de gestion	4
Total modules de gestion	30

SEMESTRE D'OUVERTURE

CSR International Project : BMGAI021

The purpose of this module is to implement all modules of the first semester (Project Management, International Business, International Law, Ethics, Economic analysis and strategy) in one project. This project aims to imagine an export strategy for a typical Breton product keeping in mind some environmental and innovating aspects.

International law : BMGDR026

As there has always been a strong connection between law and economics, a complete, global understanding of business requires the future manager to acquire a good sense of the law and legal theory, as well as developing the ability to carry out basic legal analysis.

The main goal of this course is to enable students to integrate legal and business analysis when decision-making. Beginning with a basic comprehension of the applicable rules, by the end of the course, the student will be able to carry out a practical interpretation of such rules and apply them to a given situation. Both as part of the legal universe and beyond it, the student will become familiar with the logic of the law, which nowadays permeates so many facets of any organization's day-to-day activities.

International business: BMGAI020

This is an introductory course to international business. The motives, challenges and modalities of international business are discussed from theoretical and practical standpoints. The international environment related risks and opportunities are highlighted. Their relative impacts on the firm's international business strategy design and implementation are also detailed and illustrated by real cases.

Economic Analysis and strategies : BL3EC002

The course is oriented to provide the theoretical economic knowledge and key practices for the establishment of an export strategy on a product / innovative service. Four themes are developed : competitive strategies, economics of innovation, macroeconomic diagnosis and international strategy. Each topic is first treated theoretically for 1:30 , then students work in teams on a case study for 3 h. Finally , 1:30 is devoted to debriefing and synthesis. At the end of the module , students teams must develop a the three other dimension of the case study.

Ethics management and corporate social responsibility : BMGDR029

This course is designed to provide students with an overview of certain chosen global business and related legal ethics issues from a comparative perspective, mainly highlighting the differences (as well as notable similarities and convergence) between the US and European systems of doing business in an ethical fashion. The material is organized around a series of topics that will introduce students to those ethical and social issues that they are most likely to encounter in transnational business in multinational corporations, national and international professional services/accounting firms, investment banks and

other institutional investors like venture capital or private equity funds, and even local businesses that export or have business dealings abroad. In addition to substantive ethics and their related legal rules, the course considers various policy issues and theoretical questions raised by the comparisons between the US and Europe. As you may know, there has been an explosion over the past few years in both sensitivity to CSR (corporate social responsibility) matters and enforcement / investigations into business wrongdoing on many issues (especially corruption, bribery, insider trading and antitrust abuses which hurt consumers, investors and workers, among other societal stakeholders).

The course will build on this foundational overview of corporate ethical structures and functions by also examining the related legal aspects of corporate transactions, operations and governance, including the various duties and rules that regulate various actors and the mechanisms used to enforce those ethical rules and expectations. We will also examine larger regulatory environments that indirectly govern the conduct of certain business / corporate actors (directors, managers, employees, professional consultants, etc.) by encouraging or discouraging particular conduct.

Project Management : BMGSI032

The course should allow students to position a business project within overall corporate objectives and strategy, and to understand the project-specific environment, set project requirements, and financial and non-financial goals. The course covers the process of a project - namely Start & End, Quality, Methods and Teamwork - defining a clear project goal statement, with goals, Scope, deliverables and control requirements.

Though structured around the theory of project management, this course is heavily based on company practice and aims at giving students operational capabilities in a real business environment. The concepts presented are applied to business cases or examples and students are constantly invited to reflect on how to put the knowledge in practice.

This course aims to be interactive, each student will be frequently invited to share their vision and provide examples. Students will prepare a presentation on a topic of their choice, which will be discussed.

Although theory will be presented, the course will focus on real-life experience, so that students can readily use the know-how in a business environment. Cases will be studied, and examples from experience given..

ESCALE 2 EXPERT

Projet intrapreneurial : GMMI201EF2

L'intrapreneur se définit comme « tout rêveur qui agit » (Pinchot, 1986 : 11). Il vise à transformer une idée en une activité rentable, au sein d'une organisation existante. Qu'il s'agisse d'un produit, d'un service, d'une innovation sociale, managériale ou organisationnelle, le succès d'un projet suppose, pour partie, des modes de fonctionnement et des méthodes de travail qui privilégient la responsabilisation des acteurs, le partage d'une vision, de l'anticipation et la rigueur d'un suivi.

Toutefois, tout projet innovant développe de l'incertitude. Se pose alors la question des compétences et des ressources à associer mais également celle de la capacité de l'organisation à intégrer cette innovation.

Par équipe de 3 ou 4, les étudiants sont invités à répondre à une problématique réelle d'entreprise en mettant en œuvre ou en optimisant des projets innovants. Les problématiques peuvent être diverses et multiples : développement d'un nouveau produit/service, ouverture à l'international, développement d'une nouvelle activité, lancement d'un nouveau canal de distribution, mise ne place de mode de communication plus efficace, etc....

Au final, le projet intrapreneurial conduit les étudiants à mobiliser la démarche générale de management d'un projet et ses liens avec l'innovation, la posture et la culture intrapreneuriale.

Marketing stratégique : GMMI204EFZ

Le module vise à plonger les étudiants dans le travail d'un manager marketing. Fort de ses connaissances théoriques préalablement acquises, l'étudiant en expert aura à diagnostiquer une ou plusieurs situations marketing réelles, identifier ses problèmes et/ou limites, proposer et évaluer des solutions et mettre en œuvre certaines de ces solutions. Le module favorise la créativité, l'organisation personnelle et en équipe, la gestion des contraintes, l'optimisation du « work under stress », et la maîtrise de la « valeur » et de ses outils. Le module suit un rythme alternant coaching en école et travail marketing sur terrain.

Politique financière : GMMI208EFZ

La notion d'investissement s'associe à celle d'un projet inscrit dans la durée et représente pour toute organisation un pari plus ou moins risqué. Le leader entrepreneur doit être en mesure d'étudier les décisions d'investissement en environnement certain et en situation d'incertitude.

Tout investissement doit être financé et le choix d'un mode de financement relève d'une décision. Le manager doit donc savoir analyser les différents modes de financement de projet et leur mise en œuvre.

Management des ressources humaines : GMMI209EFZ

Le module vise à donner aux apprenants les fondements théoriques et pratiques des différents enjeux et aspects du management des ressources humaines. Les cours s'inscrivent dans une perspective globale, stratégique, managériale et critique des ressources humaines prenant en compte un environnement mondialisé en constante mutation. Ce module concerne tout apprenant, qu'il envisage d'exercer dans une fonction de management ou de gestion des ressources humaines, en tant que généraliste ou spécialiste.

Développer une vision stratégique : GLM3206BFZ

Ce module vise à répondre à la question suivante : comment concevoir une stratégie ?

Pour cela il aborde deux grandes parties : l'analyse stratégique et les choix stratégiques.

Ainsi les thèmes suivants sont tour à tour développés : l'analyse de l'environnement, l'analyse interne, les concepts de mission, de positionnement et d'objectifs généraux, les voies et moyens stratégiques, l'organisation et la planification. Pour chaque thématique, des modèles et outils sont analysés.

Management logistique : GMMI210EFZ

Ce module aborde la chaîne logistique dans sa globalité. Le pilotage des flux logistiques - en vue de développer une organisation efficiente et agile - en est le concept clé. La performance logistique et les moyens de la soutenir sont alors le fil conducteur de ce cours. Les allers-retours entre les outils opérationnels et la réflexion stratégique sont la règle. Les techniques génériques utilisées dans le domaine du management logistique sont alors étudiées : achats/approvisionnement ; gestion industrielle ; distribution ; systèmes d'information sont, entre autres, les thèmes abordés. En filigrane, certaines problématiques liées au développement durable sont abordées.

Contrôle de gestion : GLM3208BFZ

Le contrôle de gestion facilite le déploiement de la stratégie en formalisant le pilotage d'une organisation. Elle met à disposition des dirigeants les outils adaptés de mesure, tant des impacts de leurs décisions et de leurs actions que des impacts des mutations de l'environnement pris dans ses multiples dimensions, sociétale, sociale, commerciale, logistique, financière... Dans ce cadre, le contrôle de gestion contribue au développement de la performance d'une organisation.

MAQUETTE PGE - ANNEE SCOLAIRE 2020/2021

M2 - ESCALE 3 TRONC COMMUN	
Modules	crédits
Mettre en œuvre une vision stratégique	3
Stratégie SI	2
Management interculturel	3
Leadership et gestion du changement	3
Méthodologie de recherche et mémoire	14
Business game	3
Spécialisations	32
Total modules de gestion	60

MODULES DE SPECIALISATION

OPTIONS	Crédits ECTS
Option International development : environmental analysis	32
Intercultural management	4
Emerging markets in IB	4
Leading markets in IB	4
International operations management	4
International business negotiation	4
Strategy and company export development	4
Approach to foreign markets	4
International economic environment	4
Option finance et gestion de patrimoine	32
Choix des actifs financiers et construction de portefeuilles	4
Organisation et fonctionnement des activités de marchés	4
Environnement institutionnel règlementaire et déontologie	4
Les techniques de couverture des risques financiers	4
Relation avec le client, gestion pour le compte de tiers et instruments financiers	4
Environnement fiscal du patrimoine du particulier	4
Environnement juridique et fiscal du patrimoine professionnel	4
Ingénierie financière	4
Option Ingénieur d'affaires et management de projets	32
Gestion de projets	3
Méthodes agiles	3
Finance et big data	3
Vulgarisation scientifique et futurologie	3
CRM	3
Négociation, contrôle et management	3
Rentabilité et enjeux juridiques des projets	3
Blockchain et nouveaux business modèles	2
L'entreprise et le risque	3
Business Process Management (BPM)	3
Manager en environnement SAP	3

Option Responsable marketing	32
Marketing des services	4
Stratégie de communication	4
Relation client	4
Distribution et simulation marketing	4
Apport de la sociologie et de l'ethnologie à la consommation	4
Nouveaux espaces	4
Consommations alimentaires et études des comportements	4
Team marketing	4
Option Contrôle de gestion	32
Stratégie et contrôle de gestion opérationnel	4
Contrôle de gestion et pilotage stratégique	4
Maitrise des processus et tableaux de bord opérationnels	4
Coût, décision et contrôle de gestion international	4
Reporting et pilotage	4
Système d'information et management d'entreprise	4
Gestion de projets et Business Intelligence	4
Pilotage : Apport des TIC	4
Option Supply Chain Management	32
Acteurs et enjeux SC	4
Logistique et transport à l'international	4
Gestion des stocks et des approvisionnements	4
Achats	4
Gestion industrielle	4
Infrastructures et entrepôts	4
Gestion de projet et méthodes logistiques	4
Audit logistique	4
Option GRH	32
Droit social	4
Gestion administrative et paie	4
Stratégie RH	4
Digital et RH	4
Performance RH	4
Esprit critique	4
Projet RH	4
Mobilisation du capital humain	4

ESCALE 3 – TRONC COMMUN

Mettre en œuvre une vision stratégique : GMMI206EFZ

Le premier module de stratégie, "développer une vision stratégique", a permis aux étudiants de maîtriser les outils d'analyse et de choix stratégiques ainsi que les étapes de la démarche de réflexion stratégique. Ce second module va permettre d'approfondir certaines actions stratégiques en insistant sur les méthodes de mise en œuvre.

Stratégie SI : GMMI207EFZ

L'objectif du module SI-08 est de permettre aux apprenants de comprendre les enjeux de la stratégie SI et la nécessité de l'alignement stratégique des SI qui en découle dans un contexte professionnel.

Management interculturel : BMGMG005

Ce cours doit permettre aux étudiants de :

- Acquérir des clés de réflexion afin de gérer la diversité culturelle et l'interculturalité dans leurs futurs emplois
- Développer des compétences managériales requises par les activités et postes d'encadrement dans un environnement social et professionnel toujours plus métissé
- Participer à ou gérer un projet/une équipe multiculturels

Le décryptage de la culture et de ses implications doit permettre à l'étudiant de développer des compétences managériales et un savoir être mobilisables dans une organisation multiculturelle. Les entreprises recherchent des collaborateurs et managers "agiles et mobiles", habitués à cette diversité. Les connaissances académiques sont opérationnalisées dans le cadre d'ateliers et de projets.

Leadership et gestion du changement : BMGDP040

We will be working on your leadership skills. In teams, you will be working on Business Plan and Business models for international investors and stakeholders. We will be learning how to work in complex international situations (International B to B or B to States' contracts).

Méthodologie de recherche et mémoire : BMGMA067

Le module Mémoire et méthodologie de recherche accompagne l'étudiant tout au long des travaux qu'il effectue dans le cadre de son mémoire de recherche. A travers le mémoire, l'étudiant doit développer une vision critique et constructive d'une problématique managériale. Pour cela, il doit être capable de repérer et de hiérarchiser les problèmes ainsi que de sélectionner et synthétiser l'information. Ceci lui permettra de proposer des hypothèses d'étude puis de définir une méthodologie adaptée. Le mémoire de recherche a pour finalité de proposer des recommandations répondant à la problématique managériale investiguée. L'étudiant doit démontrer à travers le mémoire de recherche sa capacité à construire un raisonnement, sa capacité à conjuguer approche théorique et approche empirique ainsi que sa capacité à mettre en œuvre une méthode rigoureuse. Il doit également démontrer sa capacité à gérer un projet sur le long terme.

Stratégie : simulation : BMGST034

Ce cours permet une simulation de gestion d'une entreprise dans un contexte hautement concurrentiel.

MODULES D'OPTIONS

Option International development : environmental analysis

Intercultural management – BMSRH007

In completion of the two modules 'Leading markets in IB' and 'Emerging markets in IB', this module is dedicated to the study of cross-cultural transactions. It is about presenting and detailing the role of culture in business, in particular in cross-national business management. Business is culturally blended and business styles are different across cultures. This module begins by showing the value of culture in business and continues by discussing the various cultural dimensions and their respective influence on business transactions. The discussions are built up upon the textbook of Richard Mead and Tim G Andrews (2009) International Management: Culture and Beyond which is a trusted reference in cross-cultural studies. The students will have the chance to engage in field cross-cultural exercises and benefit from the coaching of experienced persons in the field of cross-cultural management.

Emerging markets in international business – BMGAI018

This module is one of the modules constituting the minor option 'International business environment'. Coupled with the module 'Leading markets in IB', it studies the different economic, political, cultural and social characteristics of the emerging countries and/or regions and relates to the IB deals with and within these countries and/or regions. The list of the countries and/or regions to be studied in this module includes Central Europe, Russia and Central Asia, Middle East and Turkey, South America and Brazil, Africa, and South East Asia. The students will be asked to work in groups on international business issues related to the countries and/or regions studied.

The module opens with a discussion of the complexity of the IBE, its sources and its implications to international strategy development. Decision making techniques are therefore presented and applied to real cases. The module closes with a practical case of country analysis and international strategy development.

Leading markets in international business – BMGAI016

This module is a part of the minor option 'International business environment'. Coupled with the module of 'emerging markets in international business', it enlightens students about the geographic, political, cultural and economic profiles of several leading powers (countries or zones) in international business. The module presents and discusses the profiles of these powers within an international business framework. The list of powers to be studied includes Australia and Canada, China, India, Japan, United States of America, United Kingdom and Western Europe. This module is assured by experts in the field of geopolitics, economic development, country analysis, and international marketing. It adopts a proactive learning approach and favors discussion and mutual creation of knowledge. The reference list includes business profiles (produced by Datamonitor Inc) of each of the regions and/or countries studied as well as general references about regional and country studies. Students are advised to consult the general references for the whole course and the relative profile for the region and/or the country to be studied the coming class. The students will be asked to work in groups on real projects about international business issues related to the countries and/or regions studied. One lecture will be dedicated to the roles of international organizations in the world business and the interaction between politics and IB choices. The module closes with a practical illustration of a country analysis in IB and an initiation to the Analytica program.

International operations management – BL3AI003

First, the aim is to help students gain a better understanding of the legal, logistics and financial dimensions of international trade and to identify the associated risks and opportunities. Second, this module aims at giving them a theoretical and practical understanding of the administrative techniques of foreign trade, in particular:

- legal environment of markets
- distribution contracts
- customs operations
- logistics operations
- financial risks management
- financing methods
- insurance.

Logistics is approached in terms of costs optimization as well as a banking aspect through the different means of payment and their safety devices.

International business negotiation – BMGAI003

This course addresses the objectives and stakes of international negotiation for firms. Negotiation skills are taught and extensively practised through case studies and role-play. International trade negotiation tools (incoterms, pricing structure, payment methods...) are integrated in the cases to be studied.

Strategy and company export development – BMGAI006

The purpose of this course is to allow students to learn certain concepts and skills related to international strategy in a globalized economic environment, and to develop the related management capabilities.

This includes:

- understanding the concept of globalization and its consequences for business and firms- integrating the intercultural aspects of international trade
- learning how to elaborate an export strategy through internal and external diagnoses
- understanding the available solutions to access markets and reach customers and how to select the proper distribution channels
- organizing an export department within a firm, depending on its size and consistently with its international strategy.

Approach to foreign markets – BMGAI004

The students learn to design an international marketing strategy including :

- identification of foreign market opportunities
- assessment of the competitive situation of the firm on a target market
- analysis of consumer behaviour on a target market
- adaptation of the marketing-mix for the target market.

Choix des actifs financiers et construction de portefeuilles – BMGFI058

Malgré les différentes crises financières successives, la gestion de portefeuille d'actifs financiers se présente comme l'une des activités les plus incontournables du monde bancaire et financier dans son ensemble. Nous assistons à un changement de la structure de l'épargne des ménages. Des parts de valeurs mobilières (actions, obligations, Titres de créances négociables) ou de fonds d'investissement font désormais partie intégrante du patrimoine financier des ménages, mais aussi des investisseurs institutionnels (Caisses de retraites, entreprises, compagnies d'assurance...). Ces deux catégories d'acteur délèguent, en effet, de plus en plus la gestion de leur capitaux aux professionnels de la gestion de portefeuille, contribuant ainsi à l'essor de cette activité.

La gestion de portefeuille requiert l'utilisation de techniques de plus en plus complexes et nécessite le plus souvent l'utilisation de techniques d'évaluation des différents supports. L'objectif de ce module est de familiariser l'apprenant dans la mise en place et l'utilisation de ces techniques.

Organisation et fonctionnement des activités de marchés – BMGFI056

Les marchés financiers répondent aux besoins de financement de l'économie, en permettant le transfert de capitaux des agents ayant des capacités d'épargne vers les agents ayant des besoins de financement. Le module aborde une présentation de l'organisation et du fonctionnement des activités au sein des marchés financiers. Il présente les caractéristiques des marchés, ainsi que les obligations de transparence pré et post négociation. Il détaille les réglementations sur l'émission des titres financiers et sur les informations à fournir aux investisseurs, ainsi que les règles applicables aux fusions-absorptions. Enfin, l'exercice de fonctions sous l'autorité ou pour le compte de prestataires de services d'investissement (PSI) implique de posséder des connaissances comptables, financières et fiscales de base. Ces éléments sont abordés dans le dernier volet du module.

Environnement institutionnel réglementaire et déontologie – BMGDR020

Les activités sur les marchés financiers se déroulent dans un cadre réglementaire national, européen et même international. L'Autorité des marchés financiers (AMF) est, en France, l'autorité de tutelle des acteurs sur les marchés financiers. Elle inscrit son action en conformité avec les réglementations européennes. Ses prérogatives sont présentées dans le premier volet du module. Sont abordés également, le statut de prestataires de services d'investissement (PSI) et les règles qui s'imposent à ses activités et, enfin, le cadre général des produits et services d'investissement. Le deuxième volet du module traite des règles de bonne conduite et de l'organisation d'une déontologie permettant d'assurer au client un service de qualité, en toute intégrité et équité, au sein des PSI. En outre, les organismes financiers sont au cœur du dispositif de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme. Le troisième volet du module présente ainsi le cadre juridique de ce dispositif et explicite les mécanismes du blanchiment. Ce volet présente également les obligations des PSI ainsi que les sanctions qu'ils encourent dans ce cadre. Le dernier volet du module présente les principales applications de la Directive Abus de marché du 28 janvier 2003 et leurs conséquences dans l'organisation des PSI. L'objectif de cette directive est de restaurer la confiance des différents acteurs dans les marchés et d'harmoniser l'application des règles au sein de l'Union européenne. Sont en particulier détaillées, les notions d'information privilégiée et de délit d'initié. Sont également exposées l'obligation de déclaration de transactions suspectes à l'AMF et les sanctions encourues.

Les techniques de couverture des risques financiers – BMSFI01 I

Le facteur risque est élément fondamental à intégrer dans le processus de construction de portefeuilles d'actifs financiers. Le module appréhende les différentes techniques de couverture des risques présentes sur les marchés dérivés.

Relation avec le client, gestion pour le compte de tiers et instruments financiers – BMGFI057

Le premier volet du module présente la réglementation en matière de démarchage bancaire et financier. Celle-ci s'est fixé comme objectif principal de protéger les investisseurs. Y sont notamment présentés les personnes habilitées à pratiquer le démarchage, les produits autorisés et les règles de commercialisation dans ce cadre. Enfin, le code de bonne conduite du démarcheur est détaillé. Les règles applicables à la vente à distance des produits financiers sont également abordées dans ce chapitre.

Le deuxième volet du module présente la Directive Marchés d'instruments financiers, entrée en vigueur le 1er novembre 2007. Celle-ci a tout particulièrement renforcé les obligations des prestataires de services d'investissement en matière d'information et de conseil aux clients, et de politique d'exécution des ordres. Dans ce deuxième, volet sont passés en revue les grands points réglementaires de cette Directive en matière de connaissance du client, d'obligation d'agir au mieux des intérêts du client, de politique d'exécution des ordres et de commission. La fin de ce volet exposera les notions de capacité des clients et d'insolvabilité.

Le troisième volet du module présente les divers instruments financiers (actions, obligations, titres de créances négociables et instruments du marché monétaire, titres hybrides et composés), leurs caractéristiques techniques et les risques qui leur sont associés. D'autres catégories d'instruments qui leur sont substituables sont également abordées.

Enfin, le quatrième volet du module présente la gestion pour le compte de tiers et la gestion collective. La gestion pour le compte de tiers est la délégation, de la part de l'investisseur (privé ou institutionnel) auprès d'un PSI disposant d'un agrément pour cette activité, de la gestion financière de ses capitaux.

La gestion pour le compte de tiers se compose de la gestion individualisée sous mandat pour le compte d'un particulier, d'une entreprise ou d'un investisseur institutionnel, et de la gestion collective réalisée par l'intermédiaire des organismes de placement collectif (OPC). Cette deuxième catégorie de gestion fera l'objet d'une présentation approfondie.

Environnement fiscal du patrimoine du particulier – BMSDR012

Territorialité de la fiscalité personnelle des revenus et du patrimoine des personnes physiques et fondamentaux de la fiscalité personnelle internationale (hors donation et succession)

Fiscalité française applicable aux revenus perçus par les personnes physiques

Fiscalité française applicable au patrimoine (ISF, Donation)

Principales stratégies d'optimisation fiscale

Risque fiscal dans les stratégies juridiques et fiscales

Contentieux fiscal

Environnement juridique et fiscal du patrimoine professionnel – BMSDR016

La gestion de patrimoine a pour objet de faire fructifier un patrimoine, tout en le protégeant des aléas de la vie privée et professionnelle, et en limitant autant que faire se peut son imposition. Elle doit par ailleurs permettre sa transmission dans les meilleures conditions possibles.

Aussi, le conseil en gestion de patrimoine doit connaître le cadre juridique de l'exploitation d'un patrimoine professionnel, notamment en maîtrisant l'utilisation des contrats les plus courants de la vie des affaires.

Il s'agit également de pouvoir choisir la structure de l'entreprise et d'appréhender les conséquences juridiques, fiscales et sociales des différentes options sur le statut de l'exploitant, du dirigeant et du conjoint. De par son activité, le dirigeant est amené à prendre des risques. Il est alors prudent de mettre en place des outils de protection de son patrimoine professionnel.

Enfin, à l'occasion de la transmission de son entreprise, certaines impositions sont dues. Afin d'éviter quelles ne soient pénalisantes, il convient de savoir en limiter les conséquences.

Ingénierie financière BLIF011

Le module traite dans un premier temps du domaine de l'ingénierie financière. Celui-ci ayant pour vocation l'analyse des grandes masses du passif du bilan dans la perspective de restructuration et d'optimisation. Après une analyse des modalités liées à la politique de dividende, différents aspects de l'ingénierie financière sont examinés :

- la gestion du haut du bilan et particulièrement de la structure de l'actionnariat;
- l'intervention en fonds propres;
- les enjeux et opportunités propres à une opération de croissance externe (fusions, acquisitions, scissions, etc.) ainsi que leurs modalités;
- le montage et la réalisation d'opérations d'ingénierie financière (mise en place de sociétés holdings, d'opérations à levier financier, de titrisation, etc.).

Dans un deuxième temps, le module fournit aux apprenants une connaissance de l'industrie et/ou de l'environnement bancaire, de même que les différents produits bancaires et financiers et leur système de vente.

Gestion des projets technologiques BMSCG035

Ce module doit permettre aux apprenants d'appréhender les techniques de développement, de réalisation, de négociation et de commercialisation d'un projet technique à travers des études de cas et des activités pratiques personnelles.

Les Méthodes agiles – BMGMF011

Apprendre les méthodes agiles qui consistent à impliquer le client du début à la fin du projet et en adoptant un processus itératif et incrémental. Elle considère que le besoin ne peut être figé et propose au contraire de s'adapter aux changements de ce dernier.

Finance et Big Data – BMGBU001

Comprendre les enjeux économiques et sociétaux du "Big Data " aujourd'hui et quel est leur intérêt dans les domaines financiers, marketing, ressources humaines... Comment il permet d'optimiser l'utilisation des données disponibles en interne et d'aller chercher d'autres données dans le but d'améliorer la connaissance client ?

Vulgarisation scientifique et futurologie – BMGDE003

Apprendre comment adapter un ensemble de connaissances techniques, scientifiques, de manière à les rendre accessibles à un lecteur non-spécialiste.

Comprendre que l'avenir n'est pas ce qui vient après le présent, mais ce qui est différent de lui.

Négociation, contrôle et management – BMSAI024

Ce module a pour objectifs de mettre en évidence les enjeux subtils d'une négociation ainsi que de faire prendre conscience des enjeux du contrôle dans les organisations.

Il s'agit, d'une part, de préparer les apprenants à la négociation en leur faisant prendre conscience qu'il ne s'agit pas d'une simple discussion informelle, mais d'un exercice qui nécessite préparation, mesure et pugnacité.

Il s'agit d'autre part, de comprendre les problématiques liées au contrôle organisationnel et à la mise en oeuvre de dispositifs de gestion. L'analyse de ces enjeux doit permettre de décrypter les situations de management auxquelles les managers/chefs de projet sont amenés à faire face.

Rentabilité et enjeux juridiques des projets – BMSCG034

La gestion réussie d'une affaire passe par la maîtrise de sa planification puis de la conduite de sa réalisation, sur le plan de la technique de conduite de projet et sur le plan financier, ainsi que sur le plan juridique.

Gestion de la relation client (CRM) – BMGSI036

Apprendre l'ensemble des outils et techniques destinés à capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et aux prospects, dans le but de les fidéliser en leur offrant ou proposant des services.

Blockchain et nouveaux Business modèles – BMGST057

Comprendre l'importance des outils de la blockchain dans la recomposition du fonctionnement économique et intégration des nouveaux modèles de business dans la compréhension de l'économie actuelle.

L'entreprise et le risque – BMGDR021

A l'heure actuelle de très nombreux risques pèsent sur l'entreprise. Ceux-ci peuvent être d'ordre aussi bien commercial que pénal, social, environnemental ou de réputation. Il est nécessaire de pouvoir au préalable les identifier afin que l'entreprise puisse les anticiper et les prévenir.

Business process management (BPM) – BMGSI032

Les objectifs de la mineure « Systèmes d'Information » consistent à offrir aux apprenants l'opportunité de développer leurs aptitudes aux usages professionnels d'outils technologiques de notoriété. L'originalité de cette option réside dans le dosage entre apports théoriques et pratiques.

Ainsi au terme de cette option, les apprenants auront de solides bases théoriques en management de projet, en ingénierie et analyse des performances des processus, et plus généralement en SI à travers l'implémentation et l'exploitation d'un ERP. De plus, grâce aux partenariats académiques signés par BBS, ces apprenants auront l'opportunité de manipuler des outils leaders de leurs marchés respectifs :

- l'outil Microsoft Project pour le pilotage de projet
- L'outil Aris pour la modélisation et l'analyse des processus,
- L'ERP SAP pour le management d'une organisation.

Manager en environnement SAP

Les objectifs de la mineure « Systèmes d'Information » consistent à offrir aux apprenants l'opportunité de développer leurs aptitudes aux usages professionnels d'outils technologiques de notoriété. L'originalité de cette option réside dans le dosage entre apports théoriques et pratiques.

Ainsi au terme de cette option, les apprenants auront de solides bases théoriques en management de projet, en ingénierie et analyse des performances des processus, et plus généralement en SI à travers l'implémentation et l'exploitation d'un ERP. De plus, grâce aux partenariats académiques signés par BBS, ces apprenants auront l'opportunité de manipuler des outils leaders de leurs marchés respectifs :

- l'outil Microsoft Project pour le pilotage de projet
- L'outil Aris pour la modélisation et l'analyse des processus,
- L'ERP SAP pour le management d'une organisation.

Marketing des services – BMGMA048

70% des emplois sont issus du secteur des services. De ce constat d'employabilité essentiel, ce module permet aux étudiants de cerner les spécificités de la démarche marketing dans le secteur des services notamment en raison de l'intangibilité des prestations. Ce module s'articule en 3 grands volets :

1. la définition et le développement de l'économie des services
2. les spécificités du marketing des services l'apport des TIC
3. le développement sectoriel du marketing bancaire

Stratégie de communication – BMGMA006

Ce module aborde la stratégie de communication d'une marque ou d'une organisation. Après avoir resitué les fondamentaux de la stratégie de communication et présenté le brief agence, les enseignements aborderont : la publicité, le média-planning, la promotion des ventes et la communication en ligne.

Ce module propose une mise en application réelle au travers d'une compétition d'agences. Les étudiants travailleront en groupe sur la problématique de communication d'une organisation locale et proposeront un plan de communication.

Relation client – BMGIN001

Ce module transversal entre les fonctions commerciales et marketing traite des enjeux du marketing personnalisé et de la relation client. Fort du constat que l'acte commercial n'est pas une simple transaction mais un processus relationnel, ce module vise à former les étudiants à une approche relationnelle avec les clients et à l'utilisation de logiciels CRM. L'utilisation du mobile comme outil marketing et de gestion de la relation client vient compléter ces premières thématiques.

Distribution et simulation marketing – BMGMA058

Dans un contexte marqué par le caractère incontournable de la distribution, ce module se propose d'approfondir les connaissances des étudiants sur ce thème en cohérence avec les autres moyens marketing : le produit, le prix et la communication. Il aborde les problématiques de la stratégie de distribution, du multicanal, du merchandising, du commerce connecté ou du e-commerce par le biais de plusieurs approches. Tout d'abord des cours magistraux sur le e-commerce suivis d'une application de création de site de e-commerce. Ensuite, l'apprentissage par le biais d'un jeu d'entreprise et d'études de cas en marketing et plus spécifiquement en distribution. Les thèmes du merchandising et du commerce connecté seront abordés au travers d'exemples concrets et d'apports théoriques.

Apport de la sociologie et de l'ethnologie à la consommation – BMGMA055

Ce module vise à offrir aux étudiants des connaissances très générales sur ce que sont la sociologie et l'ethnologie, dès lors que ces deux sciences permettent de mieux comprendre le consommateur et qu'elles ont en partie inspiré les sciences de gestion. Il vise plus précisément à familiariser les étudiants avec certains grands courants de pensée et avec les méthodologies qualitatives de ces deux disciplines. S'inscrivant dans un cursus en gestion, ce module donnera lieu à un travail de terrain qui devra permettre aux étudiants de livrer des recommandations. En ce sens, ce module s'inscrit dans le courant de l'ethnomarketing, mais ne s'en limite pas.

Nouveaux espaces – BMGMA049

Ce module se propose d'ouvrir la réflexion et la démarche marketing vers de 'nouveaux espaces', champs d'application novateurs ou mode de réflexion provocateur sur le marketing et ses pratiques. Les étudiants seront sensibilisés au rôle du marketing pour la société en général (et pas seulement pour l'entreprise). Ils aborderont le marketing social, le marketing sociétal, ainsi que le marketing politique. Ils étudieront les conditions, les possibilités, mais aussi les limites d'extension du domaine marketing hors de la sphère marchande pour l'essentiel à travers une présentation critique du marketing politique, mais aussi à travers le marketing associatif, le marketing des organismes à but non lucratif. A l'issue de ce module, les étudiants auront développé leurs aptitudes à appréhender de façon critique, visionnaire et novatrice, la mission marketing, inscrite au cœur de la société contemporaine.

Consommations alimentaires et études des comportements – BMGEC008

Pour appréhender le secteur et les marchés des produits alimentaires et y développer des stratégies, il faut connaître et comprendre les attentes et les comportements des consommateurs. Sans cela, les risques d'échec dans le lancement d'un produit (produit lui-même, positionnement, information délivrée) sont augmentés. Ce module a pour objectif d'explorer différents modes d'étude des comportements alimentaires et d'analyser comment ceux-ci évoluent au cours du temps, ainsi que dans des environnements changeants. Les outils mobilisés sont ceux de l'économie, de la sociologie, de la psychologie et de l'analyse sensorielle (études, enquêtes, expériences). Ils permettront d'appréhender les comportements des consommateurs face aux différentes politiques publiques (prévention, taxes), face à l'évolution de l'environnement (pouvoir d'achat, diversification, segmentation), face à l'information privée (nutrition, labels, allégations, etc.), de discuter des questions d'obésité, de différences culturelles, de différences générationnelles, etc

Team marketing - BMGMA007

Ce module constitue l'aboutissement des années d'enseignement marketing. Il vise à mettre les étudiants en situation professionnelle réelle. Différents projets, nommés Team Marketing, sont proposés par des organisations clientes. Chaque projet fait l'objet de la signature d'un cahier des charges par lequel l'équipe conseil (les étudiants) et l'entreprise s'engage dans un partenariat et sur les moyens et méthode à mettre en oeuvre pour répondre à la problématique identifiée. Dans la réalisation de cette mission, les étudiants sont aidés par un tuteur enseignant qui les guide dans la démarche, la méthodologie et le respect des contraintes. Les projets qui sont confiés par les organisations traitent de la démarche marketing stratégique et opérationnelle

Stratégie et contrôle de gestion opérationnel – BLICG011

Le contrôle organisationnel suppose de surmonter les difficultés inhérentes à la mise en œuvre pratique des principes de contrôle dans une organisation. Cette articulation entre les principes du contrôle et leur mise en œuvre pratique sont abordés sous différents angles :

- Les modes de gouvernance et le management organisationnel
- La dimension interculturelle du management
- La conduite du changement

Ces dimensions sont ensuite mises à l'épreuve lors d'un jeu d'entreprise où les étudiants sont amenés à organiser une équipe afin de concevoir et mettre en œuvre une stratégie, tout en développant un appareillage gestionnaire adapté.

Contrôle de gestion et pilotage stratégique – BMSCG009

Les limites des outils financiers traditionnels ont orienté les gestionnaires vers des démarches de pilotage plus proches des activités et des processus organisationnels. Des systèmes de gestion permettant de maîtriser ces processus qui créent de la valeur se sont ainsi développés afin d'organiser un pilotage plus "équilibré".

Par ailleurs, la révolution numérique entraîne le développement de nouveaux business models dont la conception et la maîtrise implique un travail actif des contrôleurs de gestion.

Différents aspects de cette contribution du contrôle de gestion au pilotage stratégique sont abordés dans ce module :

- Le rôle du contrôle de gestion dans l'interface stratégie/opérations
- La structure organisationnelle et les prix de cession interne (PCI)
- Les limites du contrôle financier et le management par les processus
- Les tableaux de bord stratégiques (BSC, OVAR)
- Les nouveaux business models

Maitrise des processus et tableaux de bord opérationnels – BLICG012

L'action transversale du contrôleur de gestion l'amène, au-delà du langage financier, à devoir maîtriser le langage des opérationnels. Ce rôle de proximité auprès des différents acteurs d'une organisation suppose une bonne maîtrise des processus opérationnels, des appareillages gestionnaires, mais aussi une capacité à agir en tant que conseil interne.

Ce cours permet aux étudiants de :

- Comprendre les enjeux liés à la maîtrise des processus et de la qualité
- Travailler en proximité avec un manager pour conduire une mission de conception d'un tableau de bord opérationnel.

Coût, décision et contrôle de gestion international – BMGCG008

La prise de décision suppose généralement d'avoir une connaissance des coûts engagés par cette décision ainsi que des marges attendues.

Il s'agit, dans ce module, de comprendre les modalités de mise en œuvre des principales méthodes de calcul de coût ainsi que d'en comprendre les principaux intérêts et limites pour la prise de décision. Il s'agit également de développer la capacité des étudiants à évoluer et prendre des décisions dans des environnements internationaux.

Les principaux objectifs sont :

- Comprendre l'intérêt et les limites des différentes méthodes de calcul de coûts
- Savoir mettre en oeuvre les principales méthodes de calcul de coûts
- Savoir analyser des documents de gestion en anglais
- Savoir évoluer dans un environnement de travail anglophone.

Reporting et pilotage – BMGCG040

La division d'une organisation en sous-ensembles nécessite la mise en œuvre de dispositifs de coordination. C'est ainsi qu'en contrepartie d'une décentralisation de la décision, le contrôle de gestion organise généralement un suivi périodique prenant souvent la forme d'un contrôle budgétaire et d'un reporting.

Le cours a pour objectif d'apporter des éléments de réponse aux questions suivantes : Comment contrôle budgétaire et reporting participent-ils au contrôle organisationnel ? Comment se structure un contrôle budgétaire ? Quelles sont les spécificités des groupes consolidés ? Quels sont les enjeux de la conception et de la mise en oeuvre d'un reporting mensuel ?

Système d'information et management d'entreprise – BMSSI003

Ce cours aborde la question de l'apport des TIC dans le pilotage et le management de l'entreprise ainsi que les changements organisationnels qui accompagnent le commerce électronique et l'entreprise digitale. La première partie du cours introduit les TIC et dresse un tableau de la situation actuelle de l'évolution du rôle du manager à travers l'émergence des nouveaux outils de pilotage. Ce discours est ensuite précisé par un éclairage particulier sur la gestion de la chaîne logistique, les e-administrations et les TIC en contrôle de gestion.

Gestion de projets et Business Intelligence – BMSCG003

Connaitre les techniques du management de projet est devenu une nécessité incontournable non seulement pour les dirigeants d'entreprise et les opérationnels concernés, mais également pour les contrôleurs de gestion et directeurs financiers. Les aspects méthodologiques et pratiques du management de projet sont abordés: Définition, spécifications et management d'un projet, en intégrant les bases conceptuelles du management de projet.

Le module offre également aux étudiants une approche pratique de l'utilisation d'un outil d'informatique décisionnelle (BI).

Les principaux objectifs sont :

- de donner aux étudiants la connaissance de concepts fondamentaux du management de projet
- de les rendre capables de mettre en oeuvre et de diriger efficacement un projet
- de développer un apprentissage pratique d'un outil d'informatique décisionnelle (BI).

Pilotage : apport des TIC – BMSCG037

Aujourd'hui, l'utilisation des Technologies de l'Information et de la communication (TIC) ainsi que des outils informatiques est devenue incontournable, quel que soit le secteur d'activité et le niveau de responsabilités exercé dans une entreprise.

Business Object leader sur son marché, de même que Budget planning sont des outils que le responsable du Contrôle de Gestion est fréquemment amené à utiliser.

C'est également le cas de SAP, l'ERP le plus répandu et sa maîtrise devient un atout de plus en plus indispensable.

Acteurs et enjeux SC – BMSLO012

Ce module fournit une étude approfondie de la notion de la SCM, grâce à l'utilisation de la performance industrielle et logistique. Différents outils et approches sont présentées, de manière à permettre un fonctionnement efficace de la SCM. Une vision à base de processus transversal est donc préférée. Le module donne lieu à la rédaction d'un mémoire de groupe sur une thématique logistique ou achats qui sera ensuite présenté devant des professionnels.

Logistique et transport à l'international – BMGLO002

Le cours porte sur l'organisation et la gestion de flux de transport, l'approche internationale de la logistique et sur l'évolution de l'activité et de la fonction de prestataire de services en transport et logistique, dans une logique incluant les problématiques de développement durable. Sont prises en compte les différentes approches du transport et de la logistique aussi bien en matière d'exploitation, de douane, de mutualisation, du droit, que des relations entre chargeurs et transporteurs.

Gestion des stocks et des approvisionnements – BMGLO002

La gestion des stocks et les approvisionnements sont des processus fortement liés au sein des entreprises. Ils sont donc étudiés au sein d'un même module. La gestion des stocks et des approvisionnements est orientée à la fois sur les techniques et sur les problématiques d'aide à la décision.

Achats – BMGLO015

Les achats sont traités depuis l'analyse de la demande (analyse fonctionnelle) jusqu'à la rédaction du cahier des charges en passant par l'analyse des coûts et de la valeur. Les objectifs de ce cours sont de maîtriser les méthodes d'analyse et d'appel d'offres utilisés par le monde professionnel des achats et comprendre les impacts sur la performance des organisations à travers l'analyse par la valeur. Une journée est consacrée aux Achats publics

Gestion industrielle – BMGLO004

Ce module a pour objectif principal la maîtrise des éléments clés d'une organisation efficace de la production de biens et de services, dans un contexte où la réactivité et l'agilité des entreprises sont déterminantes pour assurer et maintenir une position compétitive. Au-delà des techniques, il s'agit de saisir l'impact des choix en matière d'organisation industrielle sur la performance globale de l'entreprise.

Infrastructures et entrepôts – BLILO011

Le cours porte sur la compréhension du rôle stratégique de l'entrepôt dans la démarche logistique des entreprises. Il s'agit également de maîtriser les méthodes permettant de gérer de manière efficiente, les différents flux sortant et entrant au sein de ces entrepôts.

Gestion de projet et méthodes logistiques – BMGLO016

Ce module a pour but de former les étudiants à la gestion de projet au sens large et aux méthodes logistiques en particulier.

Audit logistique et achats – BMGLO018

Réalisation d'un audit sur les achats et/ou la logistique d'une entreprise, en groupe, donnant lieu à une restitution écrite et orale.

Droit social – BMSDR015

La compréhension du droit social constitue une compétence managériale à part entière. Chaque manager doit en intégrer les problématiques, aussi bien pour exercer ses responsabilités de cadre que pour assurer la gestion de ses équipes ou encore pour sécuriser le déploiement des projets. Une vision "dynamique" du droit social permet 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.

Après avoir précisé le cadre juridique des relations sociales dans l'entreprise (1), le module aborde successivement les relations individuelles (2) puis les relations collectives du travail (3).

Gestion administrative et paie – BMGRH005

Ce module vise à sensibiliser les apprenants à la dimension administrative de la fonction RH. Il leur permet d'acquérir les fondamentaux de l'administration du personnel et de la paie, d'appréhender l'intérêt des systèmes d'informations ressources humaines (SIRH).

Stratégie RH

L'association de la stratégie aux ressources humaines s'explique par le besoin, dans les organisations, d'avoir une vision globale du Management des RH. Le contexte de changement dans lequel vivent les organisations aujourd'hui

et la contribution des RH à la performance des entreprises nécessitent de repositionner l'humain au coeur de la décision stratégique et du développement de l'entreprise.

Pour réussir l'adéquation entre la stratégie et les RH, le rôle des managers, depuis le middle management jusqu'aux cadres dirigeants, semble être, à côté de celui de la fonction RH, primordial. Les compétences managériales intègrent de plus en plus leur capacité à être le premier responsable RH des équipes. En effet, Une stratégie RH adaptée, pensée et exécutée tout au long de la ligne hiérarchique, permet seule de mobiliser pleinement le capital humain pour relever les défis de la compétitivité. Il ne sert à rien d'être efficace ou, comme le disait Peter Drucker, de faire bien les choses si auparavant on n'est pas efficace, c'est-à-dire si on ne fait pas les bonnes choses.

Ce module vise à donner aux apprenants une vision stratégique des RH et à leur fournir les fondements théoriques et pratiques des différents aspects du management stratégique des ressources humaines.

Digital et RH

Le but de ce module est d'aider les élèves dans la compréhension de la stratégie de digitalisation et de ses effets en particuliers sur les pratiques, les métiers et les compétences de la fonction RH et des collaborateurs. L'accompagnement de la digitalisation des entreprises, le rôle des managers et l'appréhension des effets sur la bien-être au travail d'un tel changement majeur sont des chapitres fondamentaux de ce module.

Performance RH

La fonction RH contribue à la performance des entreprises en mettant en place différentes pratiques de GRH. Toutefois, cette contribution n'est pas toujours perçue et comprise par les dirigeants et l'ensemble des collaborateurs. La création par la fonction RH d'un ensemble d'outils d'évaluation et de

pilotage de la performance a permis de légitimer son rôle stratégique dans la création de valeur pour l'entreprise.

Le but de ce module est d'aider les élèves à mieux appréhender et connaître les outils d'évaluation de la performance RH.

Esprit critique

Ce module entend participer de la formation citoyenne des étudiants et futurs managers. Pour cela, les enseignements proposent de dépasser le sens commun ainsi que les préjugés qui sont véhiculés tant dans les discours marketing que managériaux. Une focale sera portée sur les différentes formes de pouvoirs dans l'organisation. Pour atteindre ces objectifs, les cours s'appuient sur trois orientations scientifiques qui sont la sociologie, l'anthropologie sociale et les sciences de gestion.

Projet RH – BMGRH049

Le module intitulé "Projet RH" vise à mettre en application les concepts vus en cours ou mobilisés spécifiquement pour le projet.

Les thèmes de projet sont définis entre les tuteurs enseignants-chercheurs de l'école, les entreprises d'accueil (apprentissage, alternance), ils peuvent également être issus de demandes formulées par une organisation (entreprise, association, institution...). L'objectif principal est l'amélioration d'un processus RH ou l'exploration théorique et empirique d'un thème RH porteur pour les entreprises.

Mobilisation du capital humain – BMGRH004

Ce module a pour objectif de répondre à trois enjeux majeurs de la fonction RH :

- attirer et intégrer les nouveaux collaborateurs
- développer les compétences des collaborateurs
- retenir et fidéliser les meilleurs collaborateurs.

Pour cela, les apprenants découvriront les pratiques de GRH qui visent la mobilisation du capital humain : intégration, formation, évaluation . Les apports théoriques sont régulièrement éclairés par la mise en situation des apprenants. Ces derniers sont ainsi amenés à résoudre des études de cas, à analyser des situations tirées de l'actualité, à confronter leur point de vue avec les témoignages de professionnels, à mener des simulations d'entretiens de recrutement auprès d'autres étudiants de profil managérial ou technologique.

MAQUETTE PGE - ANNEE SCOLAIRE 2020/2021

M1 SEMESTRE 1 – FILIERE AUDIT-EXPERTISE	
Modules	crédits
Le contrôle de gestion et la structure organisée	5
Contrôle de gestion, performance et gouvernance	5
La valeur	3
Gouvernance et sécurité des SI	5
Approfondissement de la comptabilité	5
Information, communication et écrits professionnels	2
Marketing and governance (business English)	5
Total modules de gestion	30

M1 SEMESTRE 2 – FILIERE AUDIT-EXPERTISE	
Modules	crédits
Approfondissement de la comptabilité 2	
Anglais des affaires	
STAGE/ALTERNANCE	

Le contrôle de gestion et la structure organisationnelle – BMGCG049

Le contrôle de gestion est très impliqué dans le découpage d'une organisation en sous-entités, ainsi que dans la mise en œuvre des dispositifs permettant de les coordonner. Il puise ses informations dans différentes sources et contribue au développement des systèmes d'information en accompagnant le pilotage des processus organisationnels.

Les objectifs de ce module sont de comprendre l'influence du contrôle de gestion sur les SI et le pilotage des processus (comprendre et corriger les dysfonctionnements organisationnels). Il s'agit également d'identifier les sources d'information du contrôle de gestion ainsi que les différentes configurations organisationnelles.

Contrôle de gestion, performance et gouvernance – BMGCG048

Différentes parties prenantes, aux intérêts parfois sécants, sont impliquées dans la gouvernance des organisations. Cette diversité pose notamment des questions de communication de l'information interne et externe, de prise de décision, de fixation de règles et de leurs effets sur la performance. Autant de sujets pour lesquels l'intervention du contrôle de gestion est sensible. Ce module a pour objectif de comprendre les liens entre le contrôle de gestion et la gouvernance en s'appuyant sur la compréhension de : l'analyse des parties prenantes, l'éthique et les responsabilités, la gouvernance.

La valeur – BMGFI062

La notion de valeur est centrale en finance et sera présentée sous les angles financiers et mathématiques afin de mettre en évidence ses liens avec le temps, le risque, l'information et les options à travers les concepts de la finance dite moderne.

Gouvernance et sécurité des SI – BMGSI035

Au terme de ce module les apprenants seront capables de :

- définir le rôle stratégique des SI et la nécessité leur alignement sur les métiers;
- comprendre la stratégie SI et la démarche d'élaboration;
- comprendre les architectures et politiques de sécurité des SI et leur mise en œuvre

Approfondissement de la comptabilité – BMGCP912

Module d'approfondissement destiné aux étudiants s'orientant vers des fonctions à dominante comptable et financière. Le module est axé sur l'analyse et la transcription dans le système d'information comptable d'opérations récurrentes et de situations plus complexes.

Information, communication et écrits professionnels – BMGDP047

Dans le cadre des équivalences du DSCG, ce module traite de trois grands points:

- 1- Cadrage théorique en sciences de l'information et la communication
- 2- L'information
- 3- Les écrits professionnels

L'objectif général d'une partie de cet enseignement vise à préparer les étudiants à faire le lien entre la théorie et la pratique professionnelle, sur cet aspect de communication et des écrits professionnels

Marketing and governance (business english) – BMGLV028

Ce module a pour objectif de développer la capacité des étudiants à maîtriser l'anglais des affaires en mettant l'accent sur l'aptitude de présenter et de défendre un point de vue à partir d'une documentation écrite en anglais.

Les aptitudes travaillées sont :

- dégager une problématique à partir d'un sujet donné ;
- construire un exposé structuré ;
- s'exprimer de façon rigoureuse en anglais ;
- défendre ses positions de façon argumentée ;
- mobiliser de façon pertinente un vocabulaire lié à l'anglais des affaires ;
- intégrer à bon escient dans le discours les faits d'actualité.

Ce module aborde deux thématiques : le marketing et la gouvernance.

MAQUETTE PGE - ANNEE SCOLAIRE 2020/2021

M2 - ESCALE 3 TRONC COMMUN	
Modules	crédits
Mettre en œuvre une vision stratégique	3
Stratégie SI	2
Management interculturel	3
Leadership et gestion du changement	3
Méthodologie de recherche et mémoire	14
Business game	3
Spécialisations	32
Total modules de gestion	60
M2 SEMESTRE 2 – FILIERE AUDIT-EXPERTISE	
Modules (New – Syllabus not available at the moment)	crédits
Diagnostic financier et gestion de la trésorerie des groupes	4
Le contrôle de gestion et la fabrique de stratégie	4
Performance et audit des SI	4
Audit et consolidation	2
Evaluation d'entreprises et ingénierie financière	4
Les liens entre le contrôle de gestion et la gestion des ressources humaines	4
Gestion des projets SI	2
PGI	2
Anglais des affaires 1	3
Anglais des affaires 2	3
Total modules de gestion	32

ESCALE 3 – TRONC COMMUN

Mettre en œuvre une vision stratégique : GMMI206EFZ

Le premier module de stratégie, "développer une vision stratégique", a permis aux étudiants de maîtriser les outils d'analyse et de choix stratégiques ainsi que les étapes de la démarche de réflexion stratégique. Ce second module va permettre d'approfondir certaines actions stratégiques en insistant sur les méthodes de mise en œuvre.

Stratégie SI : GMMI207EFZ

L'objectif du module SI-08 est de permettre aux apprenants de comprendre les enjeux de la stratégie SI et la nécessité de l'alignement stratégique des SI qui en découle dans un contexte professionnel.

Management interculturel : BMGMG005

Ce cours doit permettre aux étudiants de :

- Acquérir des clés de réflexion afin de gérer la diversité culturelle et l'interculturalité dans leurs futurs emplois
- Développer des compétences managériales requises par les activités et postes d'encadrement dans un environnement social et professionnel toujours plus métissé
- Participer à ou gérer un projet/une équipe multiculturels

Le décryptage de la culture et de ses implications doit permettre à l'étudiant de développer des compétences managériales et un savoir être mobilisables dans une organisation multiculturelle. Les entreprises recherchent des collaborateurs et managers "agiles et mobiles", habitués à cette diversité. Les connaissances académiques sont opérationnalisées dans le cadre d'ateliers et de projets.

Leadership et gestion du changement : BMGDP040

We will be working on your leadership skills. In teams, you will be working on Business Plan and Business models for international investors and stakeholders. We will be learning how to work in complex international situations (International B to B or B to States' contracts).

Méthodologie de recherche et mémoire : BMGMA067

Le module Mémoire et méthodologie de recherche accompagne l'étudiant tout au long des travaux qu'il effectue dans le cadre de son mémoire de recherche. A travers le mémoire, l'étudiant doit développer une vision critique et constructive d'une problématique managériale. Pour cela, il doit être capable de repérer et de hiérarchiser les problèmes ainsi que de sélectionner et synthétiser l'information. Ceci lui permettra de proposer des hypothèses d'étude puis de définir une méthodologie adaptée. Le mémoire de recherche a pour finalité de proposer des recommandations répondant à la problématique managériale investiguée. L'étudiant doit démontrer à travers le mémoire de recherche sa capacité à construire un raisonnement, sa capacité à conjuguer approche théorique et approche empirique ainsi que sa capacité à mettre en œuvre une méthode rigoureuse. Il doit également démontrer sa capacité à gérer un projet sur le long terme.

Stratégie : simulation : BMGST034

Ce cours permet une simulation de gestion d'une entreprise dans un contexte hautement concurrentiel.