

MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT

Langue principale d'enseignement :Français Anglais Arabe **Campus où le programme est proposé :** CSS (toutes les concentrations), CZB (concentration : management)**OBJECTIFS****- Master en gestion et management, option : management**

Ce programme vise à développer les compétences en management des étudiants et les prépare à assumer des postes de cadres dans les entreprises en tout secteur, avec une orientation particulière vers les aspects du management général.

- Master en gestion et management, option : entrepreneuriat et nouvelles technologies de l'information

Ce master aide l'étudiant à démarrer une nouvelle entreprise, changer de carrière ou progresser dans une organisation actuelle. Le programme dote l'étudiant des compétences techniques et du leadership nécessaires pour faire un impact dans une entreprise, dans une communauté et à l'international.

- Master en gestion et management, option : finance

Ce programme prépare les étudiants à la finance d'entreprise avec un large éventail d'applications : valorisation de l'innovation, analyse financière des sociétés commerciales, appréciation des fusions acquisitions. Les étudiants apprennent à développer une perspicacité et une vue d'ensemble sur la finance d'entreprise, pour s'engager dans la prise de décision complexe à toutes les étapes du développement de l'entreprise, ouvrant les portes sur de nombreuses carrières passionnantes.

- Master en gestion et management, option : comptabilité - audit et contrôle

Le but de ce master est de développer la compétence de l'étudiant au niveau de la gestion de la dynamique des chiffres dans l'entreprise et les autres institutions et le prépare, d'une façon polyvalente, à des fonctions de cadre en comptabilité, audit interne ou de contrôle de gestion.

- Master en gestion et management, option : gestion des actifs financiers

Le Master en gestion des actifs financiers expose les étudiants aux marchés financiers et les familiarise avec les techniques de change et la gestion de patrimoine, en plus de l'approfondissement de leur connaissance du secteur bancaire.

- Master en gestion et management, option : marketing (double diplôme)

Ce programme se déroule en partenariat entre la Faculté de gestion et de management de l'Université Saint-Joseph de Beyrouth et l'IAE de l'Université François Rabelais de Tours.

Le Master en marketing vise à former des responsables marketing dans les entreprises ou les entreprises désirant renforcer leurs activités de marketing. Il vise à développer la capacité d'analyse d'une situation de concurrence sur les marchés d'une entreprise, à initier à la mise en place d'actions marketing adaptées et à porter un regard Critique mais réactif sur les évolutions en cours.

- Master in Business Administration and Management, concentration: Management

This program aims to develop students' management skills and prepare them to assume management positions in companies in any sector with a particular focus on aspects of general management.

- Master en gestion des entreprises internationales (MBA), option : management des entreprises (triple diplôme)

C'est un triple diplôme délivré par trois universités prestigieuses : L'Université Paris-Dauphine – PSL, L'IAE Paris – Sorbonne Business School et L'Université Saint-Joseph de Beyrouth.

L'objectif de cette formation diplômante de très haut niveau est de répondre aux besoins des cadres en activité dans un monde de plus en plus complexe et compétitif. Il constitue un tremplin pour évoluer vers des postes clés de grandes organisations nationales ou internationales.

COMPÉTENCES

- Application des TIC comme outils de communication, d'information et de gestion
- Capacités relationnelles et de communication
- Compréhension de la dynamique des organisations dans ses rouages de gestion
- Connaissance de l'environnement des affaires dans ses dynamiques fondamentales
- Développement personnel et créativité
- Maîtrise de la dynamique des modèles quantitatifs, des finances de l'entreprise et de l'environnement économique
- Reconnaissance de l'importance de la personne dans les activités internes de l'entreprise et dans ses relations externes
- Sens de l'éthique et des valeurs.

CONDITIONS D'ADMISSION

Être titulaire d'une Licence en gestion et management ou d'un diplôme équivalent

- Étude du dossier
- Entretien avec le comité des masters

EXIGENCES DU PROGRAMME

UE obligatoires (100 crédits), UE optionnelles fermées (20 crédits)

Master en gestion et management, option : management

UE obligatoires (100 crédits)

Business Plan (4 Cr.). Gestion stratégique (4 Cr.). Problématiques de prise de décision en gestion (4 Cr.). Méthodologie de la recherche (4 Cr.). Projet de mémoire (20 Cr.). Quantitative Research Methods (2 Cr.). Structure et rédaction de mémoire (2 Cr.). Analyse de situation (4 Cr.). Innovation Management (4 Cr.). Management international (4 Cr.). Market Strategy (4 Cr.). Organization Design (4 Cr.). Négociation (4 Cr.). Operations Management (4 Cr.). Processus opérationnels et structures d'entreprises (4 Cr.). Project Management (4 Cr.). Stage / Mémoire (24 Cr.).

UE optionnelles fermées (20 crédits)

Communication institutionnelle (4 Cr.). Human Resources (4 Cr.). Business Coaching And Growth (2 Cr.). Commerce et échanges internationaux (4 Cr.). Consumérisme (4 Cr.). Corporate Governance and Change Management (4 Cr.). Customer Focused Innovation (4 Cr.). Data Management and Analytics (4 Cr.). Digital Transformation Management (4 Cr.). Diversity and Inclusion in Global Business Management (4 Cr.). Économie de la concurrence (4 Cr.). Enjeux contemporains de la communication (4 Cr.). Évaluation d'entreprises (4 Cr.). Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit (4 Cr.). Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement (4 Cr.). Introduction to ESG Investing (4 Cr.). Mastering Professional Environment (4 Cr.). Master's Business Seminars (2 Cr.).

Master en gestion et management, option : entrepreneuriat et nouvelles technologies de l'information

UE Obligatoires (100 crédits)

Business Plan (4 Cr.). Gestion stratégique (4 Cr.). Problématiques de prise de décision en gestion (4 Cr.). Méthodologie de la recherche (4 Cr.). Projet de mémoire (20 Cr.). Quantitative Research Methods (2 Cr.). Structure et rédaction de mémoire (2 Cr.). Finance for Entrepreneur and Fundraising Strategies (4 Cr.). Gestion de la chaîne logistique (4 Cr.). Governance and Ethics (4 Cr.). Market Strategy (4 Cr.). Stratégie de marketing pour entrepreneurs (4 Cr.). Conception de sites de commerce (4 Cr.). Création et gestion d'entreprise (4 Cr.). Intrapreneurship (4 Cr.). Project Management (4 Cr.). Stage / Mémoire (24 Cr.).

UE optionnelles fermées (20 crédits)

Communication Institutionnelle (4 Cr.). Human Resources (4 Cr.). Business Coaching and Growth (2 Cr.). Commerce et échanges internationaux (4 Cr.). Consumérisme (4 Cr.). Corporate Governance and Change Management (4 Cr.). Customer Focused Innovation (4 Cr.). Data Management and Analytics (4 Cr.). Digital Transformation Management (4 Cr.). Diversity and Inclusion in Global Business Management (4 Cr.). Economie de la concurrence (4 Cr.). Enjeux contemporains de la communication (4 Cr.). Évaluation d'entreprises (4 Cr.). Fondamentaux du contrôle interne

- initiation à l'audit (4 Cr.). Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement (4 Cr.). Introduction to ESG Investing (4 Cr.). Mastering Professional Environment (4 Cr.). Master's Business Seminars (2 Cr.)

Master en gestion et management, option : marketing (double diplôme)

UE obligatoires (100 crédits)

Business Plan (4 Cr.). Gestion stratégique (4 Cr.). Problématiques de prise de décision en gestion (4 Cr.). Méthodologie de la recherche (4 Cr.). Projet de mémoire (20 Cr.). Quantitative Research Methods (2 Cr.). Structure et rédaction de mémoire (2 Cr.). Analyse de l'expérience client (2 Cr.). Approche transversale du marketing (2 Cr.). Comportement de consommation digitale (2 Cr.). Contextes multiculturels de la négociation (2 Cr.). CRM (2 Cr.). Display and Search (2 Cr.). Éthique des affaires (2 Cr.). Management de la valeur (2 Cr.). Mise en pratique yield management (2 Cr.). Plan Marketing (2 Cr.).

UE optionnelles fermées (20 crédits)

Communication Institutionnelle (4 Cr.). Human Resources (4 Cr.). Business Coaching and Growth (2 Cr.). Commerce et échanges internationaux (4 Cr.). Consumérisme (4 Cr.). Corporate Governance and Change Management (4 Cr.). Customer Focused Innovation (4 Cr.). Data Management and Analytics (4 Cr.). Digital Transformation Management (4 Cr.). Diversity and Inclusion in Global Business Management (4 Cr.). Économie de la concurrence (4 Cr.). Enjeux contemporains de la communication (4 Cr.). Évaluation d'entreprises (4 Cr.). Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit (4 Cr.). Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement (4 Cr.). Introduction to ESG Investing (4 Cr.). Mastering Professional Environment (4 Cr.). Master's Business Seminars (2 Cr.).

Master en gestion et management, option : finance

UE obligatoires (100 crédits)

Business Plan (4 Cr.). Gestion stratégique (4 Cr.). Problématiques de prise de décision en gestion (4 Cr.). Méthodologie de la recherche (4 Cr.). Projet de mémoire (20 Cr.). Quantitative Research Methods (2 Cr.). Structure et rédaction de mémoire (2 Cr.). Analyse fondamentale (4 Cr.). Analyse graphique (4 Cr.). Fiscalité des valeurs mobilières (4 Cr.). Marchés financiers (4 Cr.). Techniques quantitatives de la recherche (4 Cr.). Comptabilité approfondie de gestion (4 Cr.). Finance approfondie (4 Cr.). Gestion portefeuille d'actions (4 Cr.). Marchés à terme et d'options (4 Cr.). Stage / Mémoire (24 Cr.).

UE optionnelles fermées (20 crédits)

Analyse de conjoncture (4 Cr.). Financial Performance Management (4 Cr.). Business Coaching and Growth (2 Cr.). Commerce et échanges internationaux (4 Cr.). Consumérisme (4 Cr.). Corporate Governance and Change Management (4 Cr.). Customer Focused Innovation (4 Cr.). Data Management and Analytics (4 Cr.). Digital Transformation Management (4 Cr.). Diversity and Inclusion in Global Business Management (4 Cr.). Économie de la concurrence (4 Cr.). Enjeux contemporains de la communication (4 Cr.). Évaluation d'entreprises (4 Cr.). Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit (4 Cr.). Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement (4 Cr.). Introduction to ESG Investing (4 Cr.). Mastering Professional Environment (4 Cr.). Master's Business Seminars (2 Cr.).

Master en gestion et management, option : comptabilité - audit et contrôle

UE obligatoires (100 crédits)

Business Plan (4 Cr.). Gestion stratégique (4 Cr.). Problématiques de prise de décision en gestion (4 Cr.). Méthodologie de la recherche (4 Cr.). Projet de mémoire (20 Cr.). Quantitative Research Methods (2 Cr.). Structure et rédaction de mémoire (2 Cr.). Analyse financière appliquée (4 Cr.). Comptabilité approfondie de gestion (4 Cr.). Comptabilité supérieure (4 Cr.). Contrôle interne et gestion des risques (4 Cr.). Fiscalité et aspects juridiques de l'entreprise (4 Cr.). Audit et censure comptable (4 Cr.). Diagnostic de l'entreprise (4 Cr.). Finance approfondie (4 Cr.). Stage / Mémoire (24 Cr.). Théorie et informations comptables (4 Cr.).

UE optionnelles fermées (20 crédits)

Analyse de conjoncture (4 Cr.). Financial Performance Management (4 Cr.). Business Coaching and Growth (2 Cr.). Commerce et échanges internationaux (4 Cr.). Consumérisme (4 Cr.). Corporate Governance and Change Management (4 Cr.). Customer Focused Innovation (4 Cr.). Data Management and Analytics (4 Cr.). Digital Transformation Management (4 Cr.). Diversity and Inclusion in Global Business Management (4 Cr.). Économie de la concurrence (4 Cr.). Enjeux contemporains de la communication (4 Cr.). Évaluation d'entreprises (4 Cr.). Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit (4 Cr.). Introduction à la logistique et à la chaîne



d'approvisionnement (4 Cr.). Introduction to ESG Investing (4 Cr.). Mastering Professional Environment (4 Cr.). Master's Business Seminars (2 Cr.).

Master en gestion et management, option : gestion des actifs financiers

UE obligatoires (100 crédits)

Business Plan (4 Cr.). Gestion stratégique (4 Cr.). Problématiques de prise de décision en gestion (4 Cr.). Méthodologie de la recherche (4 Cr.). Projet de mémoire (20 Cr.). Quantitative Research Methods (2 Cr.). Structure et rédaction de mémoire (2 Cr.). Analyse graphique (4 Cr.). Gestion d'institutions financières (4 Cr.). Ingénierie financière (4 Cr.). Marchés financiers (4 Cr.). Mathématiques des marchés financiers (4 Cr.). Finance approfondie (4 Cr.). Gestion portefeuille d'actions (4 Cr.). Gestion portefeuille obligataire (4 Cr.). Marchés à terme et d'options (4 Cr.). Stage / Mémoire (24 Cr.).

UE optionnelles fermées (20 crédits)

Analyse de conjoncture (4 Cr.). Financial Performance Management (4 Cr.). Business Coaching and Growth (2 Cr.). Commerce et échanges internationaux (4 Cr.). Consumérisme (4 Cr.). Corporate Governance and Change Management (4 Cr.). Customer Focused Innovation (4 Cr.). Data Management and Analytics (4 Cr.). Digital Transformation Management (4 Cr.). Diversity and Inclusion in Global Business Management (4 Cr.). Économie de la concurrence (4 Cr.). Enjeux contemporains de la communication (4 Cr.). Évaluation d'entreprises (4 Cr.). Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit (4 Cr.). Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement (4 Cr.). Introduction to ESG Investing (4 Cr.). Mastering Professional Environment (4 Cr.). Master's Business Seminars (2 Cr.).

Master in Business Administration and Management, concentration: Management

Required Courses (100 credits)

Business Plan (4 Cr.). Business Policy (4 Cr.). Decision Making in Business (4 Cr.). Quantitative Research Methods (2 Cr.). Research Methodology (4 Cr.). Thesis Project (20 Cr.). Thesis Structure and Writing (2 Cr.). Innovation Management (4 Cr.). International Management (4 Cr.). Market Strategy (4 Cr.). Organization Design (4 Cr.). Situation Analysis (4 Cr.). Business Processes and Company Structuring (4 Cr.). Negotiation (4 Cr.). Operations Management (4 Cr.). Project Management (4 Cr.). Thesis (24 Cr.).

Institution's Elective Courses (20 credits)

Corporate Communications (4 Cr.). Human Resources Management (4 Cr.). Business Coaching and Growth (2 Cr.). Corporate Governance and Change Management (4 Cr.). Customer Focused Innovation (4 Cr.). Data Management and Analytics (4 Cr.). Digital Transformation Management (4 Cr.). Diversity and Inclusion in Global Business Management (4 Cr.). Économie de la concurrence (4 Cr.). Enjeux contemporains de la communication (4 Cr.). Introduction to ESG Investing (4 Cr.). Mastering Professional Environment (4 Cr.). Master's Business Seminars (2 Cr.).

Master en gestion des entreprises internationales (MBA), option : management des entreprises

UE obligatoires (100 crédits)

Finance d'entreprise (7 Cr.). Gestion des ressources humaines (7 Cr.). Management comptable (7 Cr.). Contrôle de gestion et Systèmes d'information (7 Cr.). Environnement économique international (7 Cr.). Marketing opérationnel et stratégique (7 Cr.). Organisation et stratégie internationales (7 Cr.). Pilotage des processus et performance (7 Cr.). Groupe, leadership et management interculturel (7 Cr.). Management transversal : gouvernance et RSE (7 Cr.). Projet professionnel (30 Cr.).

UE optionnelles fermées (20 crédits)

Big Data et techniques quantitatives (4 Cr.). Négociation commerciale (4 Cr.). Droit commercial et des affaires (4 Cr.). Entrepreneuriat dans les organisations (4 Cr.). Commerce International (4 Cr.).



Plan d'études proposé MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT

TRONC COMMUN

Semestre 1

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008BUPLM1	Business Plan	4
008GESSM1	Gestion stratégique	4
008PPDGM1	Problématiques de prise de décision en gestion	4
L'étudiant choisit 8 crédits selon son parcours	Financial Performance Management (008FPMGM1) et Analyse de conjoncture (008ANACM1) OU Communication institutionnelle (008COINM1) et Human Resources (008HUMRM1)	8
Total		20

Semestre 2

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008MDLRM2	Méthodologie de la recherche	4
008PROMM2	Projet de mémoire	20
008QRMTM2	Quantitative Research Methods	2
008SRDMM2	Structure et rédaction de mémoire	2
L'étudiant choisit 8 crédits	Business Coaching and Growth (008BCAGM2, 2 Cr.). Commerce et échanges internationaux (008COEIM2, 4 Cr.). Consumérisme (008CONSM2, 4 Cr.). Corporate Governance and Change Management (008CORGM2, 4 Cr.). Data Management and Analytics (008DMANM2, 4 Cr.). Digital Transformation Management (008DDTMM2, 4 Cr.). Économie de la concurrence (008ECDCM2, 4 Cr.). Enjeux contemporains de la communication (008ECCOM2, 4 Cr.). Introduction to ESG Investing (008SUFIM2, 4 Cr.). Mastering Professional Environment (008MPEVM2). Master's Business Seminars (008MBSMM2, 2 Cr.)	8
L'étudiant choisit une UE de 4 crédits selon son parcours	Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement (008ILCAM2, 4 Cr.) ou Diversity and Inclusion in Global Business Management (008DIGBM2, 4 Cr.), ou Customer Focused Innovation (008CFIVM2, 4 Cr.). OU Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit (008FCIAM2, 4 Cr.). Évaluation d'entreprises (008EVEPM2, 4 Cr.). Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement (008ILCAM2, 4 Cr.).	4
Total		40

MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : COMPTABILITÉ - AUDIT ET CONTRÔLE

Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008ANFPM3	Analyse financière appliquée	4
008CAPGM3	Comptabilité approfondie de gestion	4
008COMSM3	Comptabilité supérieure	4

008CIGRM3	Contrôle interne et gestion des risques	4
008FASJM3	Fiscalité et aspects juridiques de l'entreprise	4
Total		20

Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008AUD1M4	Audit et censure comptable	4
008DIAGM4	Diagnostic de l'entreprise	4
008FIAPM4	Finance approfondie	4
008MEMSM4	Stage/Mémoire	24
008THICM4	Théorie et informations comptables	4
Total		40

MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : ENTREPRENEURIAT ET NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008FEFUM3	Finance for Entrepreneur and Fundraising Strategies	4
008GECLM3	Gestion de la chaîne logistique	4
008GVETM3	Governance and Ethics	4
008MSTAM3	Market Strategy	4
008MENM3	Stratégie de marketing pour entrepreneurs	4
Total		20

Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008COSCM3	Conception de sites de commerce	4
008CRGEM4	Création et gestion d'entreprise	4
008INTPM4	Intrapreneurship	4
008POMAM4	Project Management	4
008MEMSM4	Stage /Mémoire	24
Total		40

MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : FINANCE

Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008ANFOM3	Analyse fondamentale	4
008AGRPM3	Analyse graphique	4
008FIVMM4	Fiscalité des valeurs mobilières	4
008MARFFM3	Marchés financiers	4
008TEQRM3	Techniques quantitatives de la recherche	4
Total		20

Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008CAPGM3	Comptabilité approfondie de gestion	4
008FIAPM4	Finance approfondie	4
008GPOAM4	Gestion portefeuille d'actions	4
008MATOM4	Marché à terme et d'options	4
008MEMSM4	Stage/ Mémoire	24
Total		40

MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : GESTION DES ACTIFS FINANCIERS

Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008AGRPM3	Analyse graphique	4
008GINFM3	Gestion d'institutions financières	4
008INFIM3	Ingénierie financière	4
008MARFM3	Marchés financiers	4
008MMFIM3	Mathématiques des marchés financiers	4
Total		20

Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008FIAPM4	Finance approfondie	4
008GPOAM4	Gestion portefeuille d'actions	4
008GPOOM4	Gestion portefeuille obligataire	4
008MATOM4	Marché à terme et d'options	4
008MEMSM4	Stage/Mémoire	24
Total		40

MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : MANAGEMENT

Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008ANASM3	Analyse de situation	4
008INVMM3	Innovation Management	4
008MINTM3	Management international	4
008MSTAM3	Market Strategy	4
008ORDAM3	Organization Design	4
Total		20

Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008MNEGM4	Négociation	4
008OPMAM4	Operations Management	4
008POSEM4	Processus opérationnels et structures d'entreprises	4
008POMAM4	Project Management	4
008MEMSM4	Stage/Mémoire	24
Total		40

MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : MARKETING (DOUBLE DIPLÔME)

Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008ADECM3	Analyse de l'expérience client	2
008ATMMKM3	Approche transversale du marketing	2
008CPECM3	Comportement de consommation digitale	2
008CMDNM3	Contextes multiculturels de la négociation	2
008CRMMM3	CRM	2
008DISEM4	Display and Search	2
008ETHAM3	Éthique des affaires	2
008MGVAM3	Management de la valeur	2
008MPYMM3	Mise en pratique Yield management	2
008PLANM3	Plan Marketing	2
Total		20

Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008GDRSM4	Gestion des réseaux sociaux	2
008MCEXM4	Management des contextes expérientiels	2
008MKBAM3	Marketing bancaire	2
008SISVM4	Marketing de l'innovation	2

008MEMPM4	Mémoire master professionnel	22
008DPMMM4	Méthodologie de mémoire et développement personnel	2
008MEQLM4	Méthodologie et études qualitatives	2
008MEQQM4	Méthodologie et études quantitatives	2
008PMAPM4	Projets marketing appliqués	2
008SDMBM4	Stratégie digitale et mobile	2
Total		40

MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

Semester 1

Code	Course Name	Credits
008BPLAM1	Business Plan	4
008BUPAM1	Business Policy	4
008DMBAM1	Decision Making in Business	4
008ICOAM1	Corporate Communications	4
008HRMAM1	Human Resources Management	4
Total		20

Semestre 2

Code	Course Name	Credits
008QRMTM2	Quantitative Research Methods	2
008RSMAM2	Research Methodology	4
008CPBAM2	Thesis Project	20
008TSWAM2	Thesis Structure and Writing	2
The student chooses 8 credits	Corporate Governance and Change Management (008CORGM2, 4 Cr.). Data Management and Analytics (008DMANM2, 4 Cr.). Digital Transformation Management (008DDTMM2, 4 Cr.). Business Coaching and Growth (008BCAGM2, 2 Cr.). Introduction to ESG Investing (008SUFIM2, 4 Cr.). Mastering Professional Environment (008MPEVM2, 4 Cr.).	8
The student chooses one of these 2 courses	Customer Focused Innovation (008CFIVM2, 4 Cr.) or Diversity and Inclusion in Global Business Management (008DIGBM2, 4 Cr.).	4
Total		40

Semester 3

Code	Course Name	Credits
008INVMM3	Innovation Management	4
008ITMTM3	International Management	4
008MSTAM3	Market Strategy	4
008ORDAM3	Organization Design	4
008IFMAM3	Situation Analysis	4
Total		20

Semestre 4

Code	Course Name	Credits
008BPPCAM4	Business Processes and Company Structuring	4
008NEGOM4	Negotiation	4
008OPMAM4	Operations Management	4
008POMAM4	Project Management	4
008THSAM4	Thesis	24
Total		40

MASTER EN GESTION DES ENTREPRISES INTERNATIONALES (MBA), OPTION : MANAGEMENT DES ENTREPRISES (TRIPLE DIPLÔME)

Semestre 1

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008FINAB1	Finance d'entreprise	7
008MARHB1	Gestion des ressources humaines	7
008MCOMB1	Management comptable	7
008BDTQB1	Big Data et Techniques quantitatives	4
008NECOB1	Négociation commerciale	4
Total		29

Semestre 2

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008CGSIB2	Contrôle de gestion et Systèmes d'information	7
008ECCIB2	Environnement économique international	7
008MOPSB2	Marketing opérationnel et stratégique	7
008OSTIB3	Organisation et stratégie internationales	7
008PIPPB2	Pilotage des processus et performance	7
008DCDAB2	Droit commercial et des affaires	4
008EDLOB2	Entrepreneuriat dans les organisations	4
Total		43

Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008GLMIB3	Groupe, leadership et management interculturel	7
008MTGRB2	Management transversal : gouvernance et RSE	7
008COINB3	Commerce International	4
Total		18

Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
008PRPFB4	Projet professionnel	30
Total		30

DESCRIPTIFS DES UE – 1RE ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT (TRONC COMMUN)

008BUPLM1	Business Plan	4 Cr.
------------------	----------------------	--------------

Le plan d'affaires ou Business Plan est un cours fondamental permettant aux étudiants d'acquérir toutes les étapes-clés et les techniques nécessaires pour élaborer un plan d'affaires quant à la Création d'une nouvelle entreprise, quant au lancement d'un nouveau projet dans une entreprise existante et/ou quant au développement d'un projet existant. Il consiste en la description écrite d'un projet de Création d'entreprise dont l'établissement est un objectif primordial pour tout gestionnaire, puisque ce cours regroupe plusieurs notions déjà apprises telles que les finances d'entreprise, le marketing et le management en les consolidant ensemble dans un plan d'action. Le Business Plan est un passage obligé pour donner au projet un maximum de chances de succès.

008GESSM1	Gestion stratégique	4 Cr.
------------------	----------------------------	--------------

Les stratégies de différenciation, de positionnement, d'expansion, de diversification et de pénétration des marchés; les conséquences des différentes stratégies, ainsi que leurs incidences, sur l'environnement de l'entreprise.

008PPDGM1	Problématiques de prise de décision en gestion	4 Cr.
------------------	---	--------------

Le but de ce cours est d'étudier des outils de gestion dans un environnement très dynamique à travers une revue des théories et développement des modèles de gestion adaptés à ce type d'environnement. Cette mise en œuvre se fait par le biais d'une simulation d'entreprise (Domotix de Shadow Manager) qui permet de s'exercer au fonctionnement d'une entreprise sur plusieurs années. À travers la simulation, l'étudiant sera confronté à la complexité de la prise de décision préparée et aux résultats reçus et fait face aux contraintes et opportunités internes et externes. La simulation permet également de tester d'autres habiletés humaines telles la confrontation aux autres, l'apprentissage de la prise de décision et du travail en équipe, l'épreuve du leadership ou les talents de négociateur.

008ANACM1	Analysede conjoncture*	4 Cr.
------------------	-------------------------------	--------------

L'analyse des problèmes économiques conjoncturels, de l'efficacité et des limites des politiques budgétaire, monétaire anti-inflationnistes et économique externe à partir des propositions théoriques des différentes écoles de pensée économique.

008COINM1	Communication institutionnelle*	4 Cr.
------------------	--	--------------

Ce cours aborde les différents aspects et outils de la communication intégrée. Il se focalise sur les moyens disponibles pour développer des plans de communication et de les intégrer dans une stratégie globale de marketing. Il permet aux étudiants de comprendre le sens du métier de la communication ainsi que ses exigences tout en appréhendant ce domaine d'une façon pratique et proche du terrain. Le cours permet d'étudier l'évolution des technologies et des possibilités du web en matière de communication et de comprendre les tendances qui changent et se modernisent au rythme des humeurs des consommateurs. La communication de Crise est abordée en détails permettant à l'étudiant de l'intégrer dans sa réflexion stratégique.

008FPMGM1	Financial Performance Management**	4 Cr.
------------------	---	--------------

This course provides the necessary skills for students to develop strategies relating to the direction an organization aims to take and to provide the necessary guidance to achieve these goals. Specifically, students will express and defend their own viewpoints, reconcile them with others' perspectives and existing practices in financial reporting, and take personal responsibility for case studies. This course covers various approaches to financial plan modeling, crucial cash flow planning and forecasting, performance measurement, and reflects this in increased shareholder value, with the primary aim of maximizing shareholder wealth.

0o8HUMRM1**Human Resources*****4 Cr.**

La gestion des ressources humaines connaît des changements rapides et continus. Elle doit s'apprêter à prévoir le futur et adapter ses pratiques aux évolutions environnementales.

Dans le cadre d'une vision stratégique de la fonction ressources humaines, ce cours vise, en premier lieu, à définir la nature de cette fonction, à analyser son rôle et ses objectifs, ainsi qu'à expliquer les liens qui existent entre ses activités et celles des autres directions dans l'entreprise. En second lieu, ce cours initie les étudiants à la dimension opérationnelle de la gestion des ressources humaines, en abordant les différents domaines de la fonction Ressources humaines sans oublier toutefois sa dimension théorique.

0o8MDLRM2**Méthodologie de la recherche****4 Cr.**

Ce cours est divisé en deux parties complémentaires. La première partie, intitulée Design de la recherche, permet aux étudiants de comprendre les paradigmes principaux de la recherche, le processus et les différentes méthodes de recherche en sciences sociales, en particulier en sciences de gestion, et de savoir comment rassembler des données empiriques pour pouvoir tirer des conclusions à propos de certains phénomènes par le biais des études qualitative et quantitative. La seconde partie, intitulée Méthodes statistiques pour la recherche, vise à introduire les étudiants aux méthodes d'analyse des données de la recherche quantitative en sciences sociales. Après un survol des concepts de base en Statistiques descriptives, les étudiants seront initiés aux différentes techniques statistiques qui permettent de décrire une variable (analyse univariée), de dégager les relations entre deux ou plusieurs variables (analyses bivariée et multivariée), de tirer des conclusions sur les caractéristiques d'une population à partir de l'observation d'un échantillon (statistiques inférentielles) ainsi que de tester les hypothèses.

0o8QRMTM2**Quantitative Research Methods****2 Cr.**

This course introduces basic concepts and statistical methods for analyzing primary and secondary data applied to business contexts. By the end of this course, students will be able to: (i) organize and describe data in different schemes, (ii) interpret and compare observed results for multiple variables, (iii) efficiently utilize different tests to validate selected hypotheses, (iv) conduct advanced analysis to address research questions, and (v) implement statistical models to forecast the variables under study.

0o8SRDMM2**Structure et rédaction de mémoire****2 Cr.**

L'objectif de ce cours est d'orienter les étudiants du master aux modalités de rédaction d'un mémoire, en associant un enseignement général de la méthodologie de la recherche à un apprentissage actif et pratique en leur permettant :

- De formuler la question de départ de la recherche et de recueillir différents types d'informations théoriques et empiriques en lien avec la question de départ.
- De créer un calendrier de travail et d'organiser la démarche de rédaction d'un mémoire, la structure, la subdivision et les parties du mémoire.
- De se conformer au style de la rédaction scientifique, à la forme et aux ajustements (page de garde, sommaire, figures, tableaux, etc.).
- De structurer et de rédiger les différentes parties du mémoire selon les normes.
- De réaliser un travail personnel lié à un projet de recherche conceptuel.
- D'examiner les questions éthiques liées au protocole de recherche et de rendre un mémoire dans les normes (la recherche bibliographique, le droit d'auteur, les risques du plagiat, l'utilité des logiciels antiplagiat, etc.).
- D'expérimenter diverses techniques de recueil de données.
- De bien se préparer à la soutenance.
- De rendre un avant-projet d'une dizaine de pages, qui synthétise ce qu'ils ont appris sur les étapes de rédaction d'un mémoire de recherche

0o8COEIM2**Commerce et échanges internationaux*****4 Cr.**

Étude des problématiques associées à la globalisation des marchés et au développement des échanges internationaux.

008CONSM2 Consumérisme* 4 Cr.

La saturation des marchés a porté les professionnels de la production et de la distribution à utiliser des méthodes abusives quant à l'industrie en masse et aux méthodes de communication. Les résultats se sont répercutés négativement sur la stabilité des marchés, sur la concurrence loyale et sur l'équilibre sanitaire. La légalité consumériste a pour rôle de détecter les abus professionnels à tous les niveaux et la protection des marchés et par conséquent, d'introduire le concept de l'intégration de la consommation sécurisée dans les politiques de la production et de la distribution. Le consumérisme s'impose comme un interventionnisme équilibrant et interactif.

008CORGM2 Corporate Governance and Change Management* 4 Cr.

« La gouvernance est à l'organisation ce que l'atome est à la matière ». (Chatelin 2009).

Le thème du « gouvernement » ou de la « gouvernance des entreprises » a pris récemment une grande importance tant dans les préoccupations des hommes politiques ou des journalistes, que des chercheurs de différents champs disciplinaires (droit, économie, gestion, sciences politiques, etc.).

La chute soudaine et spectaculaires de grandes entreprises tenues pour les fleurons de l'économie mondiale a fragilisé durablement la confiance dans le capitalisme et a replacé la question du gouvernement d'entreprise et les problèmes de bonne gouvernance au cœur des priorités des dirigeants d'entreprises, des investisseurs et des pouvoirs publics.

L'avenir du capitalisme passe par la restauration de la « société de confiance », c'est-à-dire de cet ensemble d'institutions, de règles normatives ou éthiques et de contrats sans lesquels la recherche du profit légitime pour tous n'aboutit qu'à l'enrichissement sans cause de quelquesuns.

En effets, la mise en œuvre de la gouvernance dans l'entreprise permet de garantir un processus durable et efficace de création de valeurs conforme à l'ensemble des partiesprenantes internes et externes et en respect des règlements légaux, des statuts internes et des principes éthiques.

Le gouvernement d'entreprise n'est ni un débat exclusivement juridique, ni un thème purement économique ou financier: il appelle une perspective plus large. C'est le système par lequel les entreprises sont dirigées et contrôlées. C'est aussi l'ensemble des mécanismes qui ont pour effet de délimiter les pouvoirs et d'influencer les décisions des dirigeants en limitant leur espace discrétionnaire.

008CFIVM2 Customer Focused Innovation* 4 Cr.

This course introduces the basic principles of design thinking, especially as they apply to the three essentials for achieving success in innovation – user **desirability**, technical **feasibility** and business/economic **viability**. It includes collaboration experiences with students at Santa Clara University on a design thinking project primarily (but not exclusively) centered on desirability. Student teams will apply content from synchronous classes and asynchronous preparations to an assignment directed by actual client companies. These teams consist of 6 to 10 members, organized into sub-team pairs. By the end of this course, students will be able to:

1. Understand the challenges, principles and practices of design thinking as applied in the process of innovating.
2. Acquire experience in addressing the creative, interpretive, and translational challenges through design thinking, focusing on end-user desirability, and within cross-cultural contexts with significant resource asymmetries.

008DMANM2 Data Management and Analytics* 4 Cr.

This course focuses on data management, which involves the process of collecting, organizing, and protecting an organization's data. Additionally, it covers data analytics, which is the process of understanding the significance of data including big data, and discovering patterns and trends within various datasets. Data analytics involves transforming raw data into understandable insights. It is crucial to note that data is meaningless without proper management and analysis. Every data set holds significant value, and through data management and analytics, this course aims to demystify data and strengthen analytical skills. Another essential skill covered in this course is the ability to represent and report data to stakeholders.

008DDTMM2 Digital Transformation Management* 4 Cr.

This course aims to equip students with the skills to tackle business challenges in a data-driven environment, and effectively manage projects, risks and organizational change during digital transformation.

- 1- Data/AI/Digital Projects:
 - a. Problem Definition
 - b. Decision-Making Process
 - c. Solution Identification: Internal vs External Solutions, Platforms, Tools, Methodology
- 2- Digital Transformation in an Organization:
 - a. Project Management Framework
 - b. Organizational Culture and Structure
 - c. Team Management
 - d. Communication Management
 - e. Creativity and Innovation in Solutions
 - f. Legal and Ethical Issues

008DIGBM2 Diversity and Inclusion in Global Business Management 4 Cr.**

This course aims to help students navigate diverse settings more effectively and improve their ability to work within and lead diverse teams and global organizations. In the workplace, individuals frequently interact with peers, managers, and customers from different backgrounds and experiences. When harnessed effectively, these differences can serve as catalysts for creative breakthroughs and pathways to team and organizational learning and effectiveness. However, when misunderstood, these differences can pose challenges to employees' values, performance, workplace relationships, and overall team effectiveness. This course offers students the opportunity to develop critical thinking skills on topics such as identity, relationships across differences and biases, and equality of opportunity in organizations worldwide. It also explores how these concepts relate to organizational issues of equality of opportunity, inclusion, and effectiveness.

008ECDM2 Économie de la concurrence* 4 Cr.

Destiné aux étudiants de première année de Master en gestion et management, le cours d'« Économie de la concurrence » s'inscrit dans la continuité du cours de microéconomie et vise à comprendre les différents types de marchés ainsi que le comportement des entreprises sur chacun d'eux. À la fin de ce cours, les étudiants sont supposés comprendre les règles et les stratégies de la concurrence sur les différents marchés. Ils doivent pouvoir distinguer le comportement et les stratégies adoptées par les agents économiques en concurrence parfaite et imparfaite. Ils doivent également être capables d'appliquer les concepts théoriques sur des cas concrets.

008ECCOM2 Enjeux contemporains de la communication* 4 Cr.

Destiné aux étudiants de première année en Maîtrise de gestion et management, ce cours très interactif propose de décortiquer les événements que connaît le monde, par le biais de la communication. Migration en masse, changements climatiques, intelligence artificielle, réseaux sociaux, nouvelles monnaies numériques, crises d'énergie, pandémies, etc., notre monde se transforme à une vitesse fulgurante. Les systèmes mis en place depuis la fin de la seconde Guerre mondiale s'écroulent ; un nouveau système durable n'est pas encore en place. Entre les deux, une conversation est nécessaire pour aider à mieux comprendre, et surtout essayer de démêler le vrai du faux.

008EVEPM2 Évaluation d'entreprises* 4 Cr.

Chaque investisseur, actuel ou potentiel, se pose des questions quant à la situation actuelle et future de son investissement, afin de pouvoir élaborer des critères de préférences ou critères de choix d'investissements. Valoriser une entreprise est un exercice délicat qui demande compétences et expériences pour celui qui s'y risque, une multitude de données devra être étudiée. Ce cours cherche à décrire et à présenter aux étudiants différentes méthodes d'évaluation des entreprises : méthodes patrimoniales ou économiques. Il s'appuie sur des exemples et des cas permettant aux étudiants de comprendre la mécanique de chaque méthode, de connaître les principales démarches préalables pour procéder à l'évaluation d'une entreprise en appliquant la méthode adéquate.

008FCIAM2	Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit*	4 Cr.
------------------	---	--------------

Le contrôle interne est un outil d'aide à la prise de décision permettant à une organisation de réaliser de manière efficace et efficiente ses objectifs stratégiques et de maintenir, voire d'améliorer sa performance. En ce sens, ce cours démontre et permet notamment de comprendre l'utilité de la mise en place d'un système de contrôle interne. Il détaille ensuite les principales procédures et techniques de contrôle interne et fournit les méthodes pour évaluer la qualité du système. Il présente un large éventail de concepts, d'outils et de méthodes de contrôle interne. Ce cours met en pratique au moyen d'exemples concrets certains aspects du modèle du COSO. Enfin, ce cours explique les pratiques de gestion des risques au sein de l'entreprise.

008ILCAM2	Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement*	4 Cr.
------------------	---	--------------

Le cours vise à inculquer aux stagiaires les notions principales relatives à la logistique. Il s'agit d'une approche élémentaire à laquelle s'ajoute l'acquisition d'une terminologie logistique qui unifiera la compréhension ultérieure des concepts et qui facilitera une entrée plus approfondie dans la matière. Enfin, un exemple de logistique militaire viendra illustrer les acquis.

008SUFIM2	Introduction to ESG Investing*	4 Cr.
------------------	---------------------------------------	--------------

This introductory course in ESG investing aims to enable students with the following:

- Understanding the context for different approaches to responsible investment, particularly focusing on the consideration of environmental, social and governance (ESG) factors.
- Understanding the underlying issues that encompass factors within each of the environmental, social, and governance areas.
- Understanding the broader sustainability context and global initiatives.
- Understanding the ESG market, including its relevance, size, scope, key drivers and challenges, as well as the associated risks and opportunities.

008MPEVM2	Mastering the Professional Environment*	4 Cr.
------------------	--	--------------

This course covers essential aspects including:

1. Grounding: Students will raise their self-awareness, identity, role, vision, mission, and values.
2. Time management: Students will understand the importance of time in performance and stress management, identifying strategies to effective time management.
3. Effective communication: Students will learn to manage their thoughts, emotions and behaviors, adhering to appropriate communication standards.
4. Strengthening the powerbase: Students will identify and cultivate professional networks to bolster achievement of goals.
5. Team engagement and mobilization: Students will create conducive environments for team members, guided by the leadership tripod (leader, follower, and common goal).
6. Strategic management: Students will learn to manage higher roles within organizations, aligning personal growth with organizational objectives.
7. Overcoming limiting beliefs: Students will harness positivity and positive thinking to overcome limiting beliefs and foster new habits.
8. Change leadership: Students will embrace change and master effective change management through a transformative mindset.
9. Conflict resolution: Students will understand the nuances of conflict resolution, including when and how to resolve conflicts.
10. Executive presence mastery: Students will develop and master executive presence through refinement of body language, self-esteem, and self-awareness.

008PROMM2	Projet de mémoire	20 Cr.
------------------	--------------------------	---------------

Le projet de mémoire de Master 1 est un projet de recherche, il n'est ni un brouillon ni un simple état de la question. Cela doit être un travail de recherche abouti et organisé qui présente une proposition autour d'un sujet, montre que l'étudiant a réalisé et a su tirer parti de recherches bibliographiques et constitue une véritable argumentation.

DESCRIPTIFS DES UE – 2E ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : COMPTABILITÉ - AUDIT ET CONTRÔLE

008ANFPM3	Analyse financière appliquée	4 Cr.
------------------	-------------------------------------	--------------

Le cours vise à préparer les étudiants à bien mener des analyses financières permettant de porter un jugement sur la performance et la situation financière de l'entreprise du point de vue de l'actionnaire en termes de création de valeur et de point de vue des créanciers en termes de solvabilité. Il vise en premier lieu à consolider les connaissances des mécanismes financiers fondamentaux des étudiants (flux de trésorerie, des résultats, de l'actif économique, et des ressources financières.) En deuxième lieu, il permet à l'étudiant de se positionner en qualité d'analyste financier en découvrant successivement l'analyse de la génération de richesse, celle des investissements, de leurs financements et de leur rentabilité.

Ce cours s'appuie sur des exemples et des cas pratiques pour entraîner les étudiants à appliquer une démarche structurée de diagnostic financier amenant à des conclusions quant à la capacité d'une société de faire face à ses engagements et de créer de la valeur.

008CAPGM3	Comptabilité approfondie de gestion	4 Cr.
------------------	--	--------------

La comptabilité de gestion a remplacé progressivement l'appellation « comptabilité analytique ». Elle sert à calculer des coûts/prix de revient, à déterminer la rentabilité/performance des produits, des services ou des différentes fonctions de l'entreprise. Elle est pertinente pour la prise de décision des dirigeants au sein de l'entreprise.

La comptabilité de gestion permet d'intégrer toutes les démarches et les techniques qui aident les gestionnaires à connaître les coûts au sein de leur organisation. Elle n'a cessé d'évoluer avec l'apparition progressive d'autres outils de calcul des coûts et d'aide au pilotage de l'entreprise.

L'objectif de l'UE « Comptabilité approfondie de gestion » est d'explorer ces principaux outils et de relever leur contribution à l'obtention d'informations significatives répondant aux stratégies de pilotage adoptées par les dirigeants dans leurs entreprises.

008COMSM3	Comptabilité supérieure	4 Cr.
------------------	--------------------------------	--------------

Le grand mouvement de concentration économique qui caractérise l'époque actuelle conduit parfois les entreprises à établir entre elles des liens plus ou moins étroits ou à se regrouper par des fusions. Les fusions permettent de renforcer la capacité concurrentielle des entreprises. Il est en effet nécessaire aujourd'hui d'atteindre un certain seuil de chiffre d'affaires pour dégager des bénéfices permettant les investissements indispensables à l'équipement, à la rationalisation de la production, à la recherche de nouveaux produits ou à l'amélioration des produits existants. Elles sont encore parfois un moyen de réorganiser la structure d'un groupe : la société mère absorbe certaines filiales, une filiale en absorbe d'autres, certaines filiales fusionnent entre elles pour donner naissance à une nouvelle filiale. Enfin, et surtout, les fusions permettent aux entreprises d'augmenter leurs parts de marché dans les secteurs où elles souhaitent développer leurs activités. Ce type d'opération fait appel à de nombreuses disciplines ou champs de compétence.

Cet enseignement, issu des sciences de gestion, est destiné essentiellement à donner aux étudiants les bases de la comptabilité supérieure afin qu'ils puissent approfondir au cours de leur carrière, leurs capacités d'analyse des informations comptables et financières d'une entreprise, tout en proposant les connaissances nécessaires à l'exercice de ce genre de comptabilité dans les métiers de l'audit, du contrôle et de la comptabilité en entreprise ou en cabinet (audit, conseil, expertise comptable).

Ce cours donne l'opportunité aux étudiants de se perfectionner aux techniques de fusions acquisitions et de consolidation des comptes. À la fin du cours, l'étudiant doit comprendre les mécanismes comptables, juridiques et fiscaux des fusions et savoir établir, contrôler, interpréter et analyser des comptes consolidés.

008CIGRM3	Contrôle interne et gestion des risques	4 Cr.
------------------	--	--------------

Dans le domaine public, comme dans le domaine privé, le contrôle interne est l'instrument de gestion interne par

excellence qui permet à la fois d'assurer la sauvegarde du patrimoine, ainsi que la qualité de l'information et des prestations. C'est un outil de gestion qui permet de s'assurer que l'ensemble des processus sont conformes aux niveaux légal, financier, de la fiabilité de l'information, du respect des délais, etc. Le cours abordera également les risques des entreprises et la manière dont ceux-ci peuvent être appréhendés et contrôlés par le système de contrôle interne.

008FASJM3	Fiscalité et aspects juridiques de l'entreprise	4 Cr.
------------------	--	--------------

L'objectif du cours est de consolider les notions du droit des sociétés (anonyme, holding et offshore) ainsi que l'aspect fiscal.

008AUD1M4	Audit et censure comptable	4 Cr.
------------------	-----------------------------------	--------------

L'audit et censure comptable est un examen des états financiers de l'entreprise, visant à vérifier leur sincérité, leur régularité, leur conformité et leur aptitude à refléter l'image fidèle de l'entreprise. L'audit et censure comptable est la forme moderne de contrôle, de vérification, d'inspection, de surveillance des comptes, en apportant une dimension critique. L'audit peut être interne ou externe.

008DIAGM4	Diagnostic de l'entreprise	4 Cr.
------------------	-----------------------------------	--------------

L'objectif de cette UE est de pouvoir élaborer un diagnostic stratégique et comprendre les enjeux environnementaux pour les entreprises. Les étudiants doivent être capables de proposer des solutions adaptées aux conclusions du diagnostic qui a déjà été élaboré.

008FIAPM4	Finance approfondie	4 Cr.
------------------	----------------------------	--------------

Le but de ce cours est de renforcer les compétences des étudiants en finance, et particulièrement au niveau de la connaissance des marchés financiers et de la compétence de diagnostic d'entreprise.

Il couvre les trois parties suivantes:

- Dynamiques des marchés financiers, y compris risque et rentabilité
- Diagnostic financier des entreprises
- Actualités financières internationales.

008THICM4	Théorie et informations comptables	4 Cr.
------------------	---	--------------

L'un des objectifs du cours « Théorie et informations comptables » est de contribuer à faire disparaître le préjugé voulant que la comptabilité ne soit qu'une technique. Une telle vision constitue un frein à l'évolution de la comptabilité.

Ce cours s'efforce de démontrer que la comptabilité possède de plus en plus d'assises scientifiques et qu'elle se situe dans le giron des sciences sociales évolutives.

Il permet de montrer que cette discipline porte à la réflexion et aide au développement de l'esprit.

Il propose une analyse critique de certaines théories comptables (positive et normative) tout en mettant en relief les principaux événements qui ont façonné la discipline comptable à travers le temps et qui ont marqué la comptabilité dans son cheminement vers une pensée scientifique.

Enfin, il passe en revue l'évolution de la comptabilité au niveau international, à savoir, l'harmonisation comptable internationale à travers la création de l'International Accounting Standards Board (IASB)/ International Financial Reporting Standards (IFRS) et le développement des normes comptables internationales IAS/IFRS.

008MEMSM4	Mémoire	24 Cr.
------------------	----------------	---------------

Le mémoire est l'aboutissement d'un processus par lequel l'étudiant apprend à travailler de manière autonome et à devenir producteur de savoir. C'est lui qui, en dialogue avec son directeur/trice de mémoire, définit son sujet ; la

rédaction et la réalisation de son mémoire doit traduire sa capacité à mener une réflexion construite autour de ce sujet, à adopter la méthodologie et la démarche du chercheur.

Que l'étudiant se destine ou non à la recherche, son mémoire est le reflet de sa capacité à définir et à mener un projet. Par le respect des normes régissant la présentation et la rédaction, il démontre qu'il sait concilier prise d'initiative et capacité à assimiler des exigences institutionnelles.

DESCRIPTIFS DES UE – 2E ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : ENTREPRENEURIAT ET NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

008FEFUM3 Finance for Entrepreneur and Fundraising Strategies 4 Cr.

This course equips students with essential skills in innovation and entrepreneurship, offering a dynamic learning experience where they will:

- Explore design thinking approach and principles: Develop proficiency in the design thinking approach, fostering a mindset of creativity, problem-solving, and user-centric design.
- Develop economically-viable business models: Acquire knowledge and skills to construct business models that are economically sustainable and aligned with market needs.
- Master financial modeling, budgeting, and projections: Delve into the fundamentals of financial modeling, budgeting techniques, and the creation of accurate financial projections to enhance decision-making processes.
- Understand funding mechanisms and capital structure: Gain insights into various methods of funding business ventures, including debt and equity capital, cost of capital considerations, and an understanding of different investor types.
- Craft effective pitch decks and presentation skills: Learn the key components of a compelling pitch deck and refine the art of delivering impactful pitches, crucial for attracting investors and stakeholders.

Throughout this course, students will engage in practical applications, case studies, and real-world scenarios, fostering a comprehensive understanding of innovation, entrepreneurship, and the financial aspects of business development.

008GECLM3 Gestion de la chaîne logistique 4 Cr.

La gestion de la logistique, ou « Supply Chain Management », couvre la totalité des activités qui gouvernent et gèrent le circuit relatif à la livraison d'un certain produit au client final, de l'achat des matières premières, au transport et emmagasinage de ces matières premières, sans oublier l'activité de production, l'emmagasinage des produits finis, l'enregistrement, le suivi des commandes, jusqu'à la distribution à travers les différentes chaînes de distributions, ainsi que les systèmes d'informatiques nécessaires pour suivre et administrer toutes ces activités. En plus, elle lie les différents partenaires de la chaîne, des différents départements à l'intérieur d'une société, aux partenaires externes, comme les fournisseurs, clients, transporteurs et sous-traitants. L'élément clé du succès de la chaîne de logistiques est de voir et de savoir gérer toutes ces différentes activités comme un seul processus.

008GVETM3 Governance and Ethics 4 Cr.

This comprehensive course on corporate governance provides a thorough understanding of the key principles, practices, and challenges associated with effective corporate governance. Participants will delve into various aspects, including:

- Foundational understanding of corporate governance
- Board structure and dynamics
- Strategic contribution and evaluation
- Executive leadership and succession planning
- Internal audit and control procedures
- Disclosure and shareholder rights
- Ethics and culture

Through this course, students will engage in a comprehensive exploration of corporate governance principles, acquiring practical knowledge and skills applicable in various business settings.

008MSTAM3	Market Strategy	4 Cr.
------------------	------------------------	--------------

L'objectif général du cours est d'élargir de champ de vision au-delà de l'activité traditionnelle du marketing pour identifier, choisir et mettre en œuvre des positionnements stratégiques.

008MENM3	Stratégie de marketing pour entrepreneurs	4 Cr.
-----------------	--	--------------

Introduction à la notion d'entrepreneuriat et sa relation avec le marketing et la gestion stratégique, ainsi que les tactiques à appliquer.

Les principales différences entre le marketing traditionnel et le marketing entrepreneurial, les défis auxquels font face les entrepreneurs. La définition des entreprises cibles par le marketing entrepreneurial, l'identification du marketing dans l'entrepreneuriat.

Déterminer les caractéristiques du marketing entrepreneurial, le ciblage et les tactiques y relatives, la notion de valeur et définition des valeurs d'échange ou d'usage par rapport à l'entrepreneuriat, identification des opportunités, création ou identification du besoin. Identification de la démarche de l'entrepreneur au niveau des marchés et des consommateurs.

Introduction au « Product Gap » ou l'écart produit. Mise en relief des attentes des consommateurs, des divergences de l'offre et des moyens mis en œuvre pour réduire cet écart. Ceci pour une meilleure mesure et contrôle. La présentation du marketing warfare appliqué au marché entrepreneurial ainsi que les tactiques y relatives, en mettant en évidence l'approche « Guerilla Marketing' ».

008COSCM3	Conception de sites de commerce	4 Cr.
------------------	--	--------------

Ce cours s'adresse à de futurs managers chargés de projet d'élaboration de sites pour entreprises de différents secteurs d'activité. L'objectif de ce cours est d'aborder les nouveaux concepts du marketing digital par rapport aux sites de vente et de présentation du contenu des entreprises en termes de communication, de publicité et de publication des offres, etc.

De découvrir les outils et les solutions techniques actuellement disponibles dans ce secteur, de définir les tenants et aboutissants d'une stratégie marketing efficace sur Internet.

D'analyser les effets des nouvelles technologies sur le commerce électronique ainsi que le futur de ce secteur.

008CRGEM4	Création et gestion d'entreprise	4 Cr.
------------------	---	--------------

Étudier les étapes nécessaires pour la création d'une petite entreprise à travers l'étude de la demande et le développement d'une offre adéquate.

008INTPM4	Intrapreneurship	4 Cr.
------------------	-------------------------	--------------

The proposed course content includes the following:

1. Building an effective project plan
2. Evaluating financial returns of your project
3. Identifying possible risk dimensions and mitigation plans
4. Establishing the right project governance structure
5. Crafting a compelling project pitch
6. Building trust with stakeholders, with a focus on clients, for successful execution

These 6 sessions will be held from 5pm to 8pm during the last week of January, starting the on 30th. Following these sessions, students will conduct their projects within companies of their choice.

Additionally, there will be 4 to 6 online review sessions to monitor project execution and address potential bottlenecks. A jury will convene at the end of April to review the projects and provide feedback.

008POMAM4	Project Management	4 Cr.
------------------	---------------------------	--------------

This course offers a comprehensive exploration of the principles and practices of project management. Students will learn how to plan, organize, and control projects through the application of various tools and techniques. They should be well prepared to pursue certification as a Certified Associate in Project Management (CAPM).

008MEMSM4	Mémoire	24 Cr.
------------------	----------------	---------------

Le mémoire est l'aboutissement d'un processus par lequel l'étudiant apprend à travailler de manière autonome et à devenir producteur de savoir. C'est lui qui, en dialogue avec son directeur/trice de mémoire, définit son sujet ; la rédaction et la réalisation de son mémoire doit traduire sa capacité à mener une réflexion construite autour de ce sujet, à adopter la méthodologie et la démarche du chercheur.

Que l'étudiant se destine ou non à la recherche, son mémoire est le reflet de sa capacité à définir et mener un projet. Par le respect des normes régissant la présentation et la rédaction, il démontre qu'il sait concilier prise d'initiative et capacité à assimiler des exigences institutionnelles.

DESCRIPTIFS DES UE – 2E ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : GESTION DES ACTIFS FINANCIERS

008ANFOM3	Analyse fondamentale	4 Cr.
------------------	-----------------------------	--------------

Étudier les fondements théoriques et pratiques de l'investissement sur les marchés financiers ainsi que la gestion des portefeuilles d'actifs.

008AGRPM3	Analyse graphique	4 Cr.
------------------	--------------------------	--------------

Étude des cours passés de valeurs mobilières ou des devises pour essayer à l'aide de l'analyse graphique de prévoir leurs cours dans le futur.

Les applications directes sont une intégration de la pratique dans un cadre théorique rigoureux.

À l'inverse de l'analyse fondamentale qui est basée sur des éléments comptables, financiers et industriels d'une entreprise, l'analyse technique (graphique) tire son intérêt du fait qu'elle puise l'information utile directement sur le marché pour lancer des signaux d'achat ou de vente. Elle se sert du passé pour obtenir ces signaux. Elle permet de déceler les moments favorables à la vente et est désormais devenue un élément indispensable à prendre en compte pour une gestion d'un portefeuille boursier. En analysant l'évolution des cours et des volumes des titres négociés, elle est ainsi capable de prendre en compte non seulement les phénomènes objectifs qui influencent la progression d'un titre ou d'un indice, mais aussi les phénomènes plus subjectifs résultant de la psychologie de groupe et difficilement décelables avec les techniques de prévision classique comme l'analyse fondamentale ou l'analyse économétrique.

008FIVMM4	Fiscalité des valeurs mobilières	4 Cr.
------------------	---	--------------

L'ouverture des relations, des placements et des investissements internationaux nécessitent des financements structurés, soit au niveau d'une multinationale ou d'un groupe de sociétés où le montage nécessite une maximisation de rentabilité avec un minimum de coût, soit même au niveau de personnes physiques cherchant des investissements internationaux. À l'heure actuelle, la fiscalité internationale, qui est celle des États, joue un rôle déterminant dans le coût de l'investissement et le retour en capital.

Le paramètre fiscal est un élément capital qui devrait être traité par les investisseurs (privés, publics ou institutionnels) afin de savoir comment bénéficier d'une non-double imposition des revenus en valeurs mobilières et comment et à quel moment en est leur comptabilisation, leur réalisation ou leur exécution au niveau des États qui imposent. D'où leur soumission à une double conditionnalité : la présence de convention (à condition que ces conventions en citent nommément ces valeurs ou les catégories auxquelles elles appartiennent pour les en faire bénéficier d'une non-double imposition), et les modalités d'imposition prévues dans les différents États où les structures de ponction fiscale ne sont pas les mêmes.

Cette UE permettra notamment de maîtriser l'imposition sur les sociétés, et sur les revenus des valeurs et capitaux mobiliers, et de connaître les dispositifs de lutte contre l'évasion fiscale au niveau international.

008MARFFM3	Marchés financiers	4 Cr.
-------------------	---------------------------	--------------

Ce cours fournira aux étudiants une introduction aux marchés financiers et aux techniques d'évaluation des divers instruments financiers. Il introduira aussi les élèves aux techniques d'analyse boursière et leurs applications à l'étude de l'évolution des marchés financiers. Les principaux marchés à évaluer comprennent les marchés des actions, de l'argent, des obligations, des contrats à terme, des dérivés, des options et des taux de change. Ce cours présente systématiquement chacun des principaux marchés financiers et examine les différents acteurs

institutionnels et les divers types d'instruments financiers proposés. La présentation des thèmes couverts fait aussi appel aux modèles théoriques adoptés ainsi qu'aux techniques sophistiquées d'intervention sur les marchés en tant qu'opérateur.

008TEQRM3 Techniques quantitatives de la recherche 4 Cr.

This intermediate-level course serves as a bridge between theoretical concepts and practical applications, offering comprehensive coverage of recent developments in the industry. It achieves a careful balance between mathematical sophistication and accessibility through the integration of outstanding supplementary R-packages, ensuring its relevance to a wide audience. This course empowers students and practitioners to attain a high level of knowledge essential for keeping pace with recent research in the field of finance, covering topics such as correlation and regression, testing the significance of the correlation coefficient, multiple regression and issues in regression analysis, Gauss-Markov assumptions and remedies, generalized least squares (GLS) and instrumental variables, as well as causality and reverse causality for both cross-sectional and time-series data.

008CAPGM3 Comptabilité approfondie de gestion 4 Cr.

La comptabilité de gestion a remplacé progressivement l'appellation « comptabilité analytique ». Elle sert à calculer des coûts/prix de revient, à déterminer la rentabilité/performance des produits, des services ou des différentes fonctions de l'entreprise. Elle est pertinente pour la prise de décision des dirigeants au sein de l'entreprise.

La comptabilité de gestion permet d'intégrer toutes les démarches et les techniques qui aident les gestionnaires à connaître les coûts au sein de leur organisation. Elle n'a cessé d'évoluer avec l'apparition progressive d'autres outils de calcul des coûts et d'aide au pilotage de l'entreprise.

L'objectif de l'UE « Comptabilité approfondie de gestion » est d'explorer ces principaux outils et de relever leur contribution à l'obtention d'informations significatives répondant aux stratégies de pilotage adoptées par les dirigeants dans leurs entreprises.

008FIAPM4 Finance approfondie 4 Cr.

Le but de ce cours est de renforcer les compétences des étudiants en finance, et particulièrement au niveau de la connaissance des marchés financiers et de la compétence de diagnostic d'entreprise.

Il couvre les trois parties suivantes:

- Dynamiques des marchés financiers, y compris risque et rentabilité
- Diagnostic financier des entreprises
- Actualités financières internationales

008GPOAM4 Gestion portefeuille d'actions 4 Cr.

This course is divided into three parts:

Part one: Introduces students to the portfolio management process and the creation of an investment policy statement. It covers the investment needs of different types of investors (individuals/institutions), their various objectives, and constraints. Students will learn to evaluate investments based on their contribution to the risk/return profile of the entire portfolio. Special emphasis is placed on selecting an optimal portfolio considering an investor's utility and CAL.

Part two: Describes the major characteristics of asset classes and methods used to calculate return/risk measures both individually and within a portfolio. Various return generating models are explored, including macroeconomic factor models, fundamental factor models, and statistical factor models. Students will analyze the outcomes of these models to derive appropriate investment strategies.

Part three: Explores passive and active investment approaches. Students will learn techniques for selecting, constructing, and maintaining a relevant benchmark for measuring performance in passive investing strategies. Fundamental and quantitative approaches used in active management strategies as well as the methods used for measuring value added, are covered. The final chapter emphasizes the construction of an appropriate investment policy statement (IPS) for both individuals and institutional investors, using various case studies.

008MATOM4 Marché à terme et d'options 4 Cr.

This course bridges the gap between theory and practice by providing the most recent developments in the industry, maintaining a careful balance of mathematical sophistication, and offering outstanding supplementary

packages that enhance accessibility to a wide audience. Covering important topics such as the securitization and the credit crisis, overnight indexed swaps, the Black-Scholes-Merton formulas, and the modeling of commodity prices and valuation of commodity derivatives, this course ensures that both students and practitioners can keep pace with the rapid changes in today's derivatives markets and risk management field. It is essential for any CFA/FRM candidate or finance practitioner.

008MEMSM4 Mémoire 24 Cr.

Le mémoire est l'aboutissement d'un processus par lequel l'étudiant apprend à travailler de manière autonome et à devenir producteur de savoir. C'est lui qui, en dialogue avec son directeur/trice de mémoire, définit son sujet ; la rédaction et la réalisation de son mémoire doit traduire sa capacité à mener une réflexion construite autour de ce sujet, à adopter la méthodologie et la démarche du chercheur.

Que l'étudiant se destine ou non à la recherche, son mémoire est le reflet de sa capacité à définir et mener un projet. Par le respect des normes régissant la présentation et la rédaction, il démontre qu'il sait concilier prise d'initiative et capacité à assimiler des exigences institutionnelles.

DESCRIPTIFS DES UE – 2E ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : MANAGEMENT

008ANASM3 Analyse de situation 4 Cr.

Ce cours traitera des fondements du comportement humain ainsi que les outils pratiques et pédagogiques qui s'ancrent dans le contexte des organisations actuelles.

Analyse des différentes méthodes, outils et techniques utilisés dans les organisations pour gérer la dimension humaine.

008INVMM3 Innovation Management 4 Cr.

This course emphasizes the importance of viewing innovation as a management process. It introduces concepts that clarify how firms accumulate information over time, utilize technical and societal knowledge, and formulate compelling propositions for their products and services. It demonstrates the achievement of innovation through the establishment of linkages and partnerships with entities possessing essential capabilities. This course explains how firms can improve their innovation processes to create new products and services, acknowledging the importance of innovation in attaining competitive advantage and long-term financial success.

008MINTM3 Management international 4 Cr.

This course provides global theoretical and analytical insights into managing environmental factors, social responsibility, conflict and culture, firm strategy, structure and control, human resources, as well as motivations and leadership in multinational corporations. It aims to provide students with a broad understanding of the management challenges, opportunities, and activities within international firms. Throughout this course, practical scenarios and applied case study activities are addressed.

008MSTAM3 Market Strategy 4 Cr.

L'objectif général du cours est d'élargir de champ de vision au-delà de l'activité traditionnelle du marketing pour identifier, choisir et mettre en œuvre des positionnements stratégiques.

008ORDAM3 Organization Design 4 Cr.

This course delves into the evolution of organizations and management theories, exploring the history of work and organizational design, the transformation of organizations, the institutional theory, conflict management, power, politics, decision making in organizations, and IT.

008MNEGM4 Négociation 4 Cr.

Ce cours vise à améliorer la compréhension de l'étudiant des stratégies et des processus de négociation, en tenant compte du contexte situationnel, de l'aspect relationnel et des objectifs de négociation. En mettant l'accent sur

la négociation commerciale, le cours offre des conseils sur le travail de préparation et les techniques applicables à une stratégie choisie. Le cours présente également brièvement le rôle et les types d'intervention d'un tiers dans les négociations et la résolution des conflits. Enfin, il aborde les questions liées aux négociations interculturelles, car la diversification de la main-d'œuvre et la mondialisation des organisations ont rendu celles-ci de plus en plus importantes.

008OPMAM4 Operations Management 4 Cr.

This course focuses on decision making to optimize operations management in enterprises, addressing the complexities of the business environment and uncertainties, supply chain management strategies, project planning, inventory and transportation management, waiting lines and the experience effect.

008POSEM4 Processus opérationnels et structures d'entreprises 4 Cr.

Il s'agit d'un cours intermédiaire / avancé en gestion organisationnelle, couvrant les diverses caractéristiques organisationnelles, y compris les processus et les systèmes, la prise de décision, la gestion de la performance des personnes / ressources et la gestion du changement. Les organisations sont variées et se retrouvent partout : entreprises à but lucratif, nouvelles startups, universités, hôpitaux, restaurants et associations à but non lucratif, ministères publics/gouvernementaux et bien d'autres.

Un organisme, (une entreprise, un commerce, une association, une administration, etc.), est un système à la fois complexe et simple. Complexe, parce qu'il s'inscrit dans un environnement en perpétuelle évolution et s'y adapte en permanence ; de ce fait, il change continuellement. Complexe aussi, parce qu'il met en œuvre une multitude de paramètres à maîtriser pour pouvoir piloter l'ensemble. Simple, car un système est constitué des trois composants basiques que sont les ressources humaines, les ressources matérielles et le travail. Organiser une entreprise consiste donc simplement à faire le meilleur emploi possible de ces ressources, autrement dit, de les faire travailler avec efficacité. Mais travailler sans but n'a aucun sens, car le travail fatigue et use les ressources. Un organisme par conséquent, se doit d'avoir un but, une finalité.

Aujourd'hui, la tâche du manager est rude, au niveau de vie élevé et générateur d'inefficacité. Elle est de plus en plus ardue en raison du mouvement actuel et généralisé à vouloir travailler moins et gagner plus. Pourquoi pas après tout, sauf à déployer impérativement dans ce cas une plus grande efficacité de l'organisation ! Ne l'oublions pas, nous sommes en concurrence avec tous les pays en voie de développement.

Le succès organisationnel et le succès dans les organisations nécessitent une compréhension approfondie de la manière dont les organisations développent, exécutent et gouvernent leurs stratégies. Les théories et les meilleures pratiques en conception organisationnelle sont explorées à l'aide d'études de cas et de la littérature existante. De plus, les étudiants sont exposés aux divers outils et tactiques pour devenir plus efficaces en tant qu'individu et en tant que joueur d'équipe dans les organisations.

008MEMSM4 Mémoire 24 Cr.

Le mémoire est l'aboutissement d'un processus par lequel l'étudiant apprend à travailler de manière autonome et à devenir producteur de savoir. C'est lui qui, en dialogue avec son directeur/trice de mémoire, définit son sujet ; la rédaction et la réalisation de son mémoire doit traduire sa capacité à mener une réflexion construite autour de ce sujet, à adopter la méthodologie et la démarche du chercheur.

Que l'étudiant se destine ou non à la recherche, son mémoire est le reflet de sa capacité à définir et mener un projet. Par le respect des normes régissant la présentation et la rédaction, il démontre qu'il sait concilier prise d'initiative et capacité à assimiler des exigences institutionnelles.

DESCRIPTIFS DES UE – 2^E ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : MARKETING (DOUBLE DIPLÔME)

008ATMMKM3 Approche transversale du marketing 2 Cr.

Présentation des nouvelles technologies de l'information et de la communication et analyse de leurs impacts sur les pratiques commerciales et marketing.

008CPECM3 Comportement de consommation digitale 2 Cr.

L'étude du comportement du consommateur et du e-consommateur permet de détecter des opportunités pour

l'entreprise et de mieux comprendre les besoins et les attentes des consommateurs, ce qui permet de concevoir des produits et des services répondant à ces attentes.

La concentration sur le comportement d'achat à travers l'internet permet de développer l'offre du commerce électronique.

008CMDNM3 Contextes multiculturels de la négociation 2 Cr.

La négociation interculturelle constitue une des pratiques dans lesquelles la question des différences culturelles agit pleinement, en raison de l'existence de valeurs et de styles de comportements spécifiques à chacune des parties. Ce cours met en évidence les différences culturelles que les managers rencontrent, notamment lors des démarches internationales et comment les comprendre et les gérer.

008CRMMM3 CRM 2 Cr.

Ce cours a comme objectif principal de dispenser les techniques marketing utilisées pour créer et entretenir une relation mutuellement bénéfique entre l'entreprise et ses clients et cela à travers une identification, un ciblage et une fidélisation meilleure des clients. Les étudiants seront capables au terme de cette formation d'entreprendre des actions sur la clientèle en utilisant les techniques appropriées du marketing relationnel.

008ETHAM3 Ethique des affaires 2 Cr.

Ce cours permet d'initier les étudiants aux thématiques de l'éthique et de la corruption. Il est indispensable, pour un manager d'intégrer l'éthique dans les activités quotidiennes de l'entreprise y compris dans les stratégies marketing. Ce cours permettra aux étudiants de discerner les situations de corruption, d'être sensibilisés aux dilemmes éthiques fréquents et d'appréhender le processus de prise de décision éthique.

008MGVAM3 Management de la valeur 2 Cr.

Ce cours est dédié au management de la valeur et s'inscrit dans un approfondissement de l'étude du comportement du consommateur en marketing.

Sur le plan académique, il s'agit de présenter cette notion fondamentale en marketing, en abordant la nature du concept, sa conceptualisation, sa mesure et son réseau nomologique.

Sur le plan managérial, il s'agit de doter les étudiants des connaissances fondamentales pour analyser, définir et accroître la proposition de valeur d'une offre sur le marché.

008PLANM3 Plan marketing 2 Cr.

Sensibiliser les étudiants à l'importance des plans stratégiques marketing. Établir les stratégies à mettre en oeuvre afin d'atteindre les objectifs. Coupler les ressources disponibles et le potentiel du marché analysé.

008MCEXM4 Management des contextes expérientiels 2 Cr.

Analyser l'appareil commercial libanais et français, analyser le comportement du consommateur dans le point de vente, présenter les outils de gestion des points de vente.

008MKBAM3 Marketing bancaire 2 Cr.

Initier les étudiants aux comportements de la clientèle bancaire et au marketing mix des banques.

008SISVM4 Marketing de l'innovation 2 Cr.

Sur le plan académique, il s'agit de mieux comprendre ce qu'est une innovation, le processus d'innovation et les processus d'adoption et de diffusion.

Sur le plan managérial, il s'agit de doter les étudiants des connaissances indispensables afin de maximiser le taux de réussite d'une innovation sur le marché.

008DPMMM4 Méthodologie de mémoire et développement personnel 2 Cr.

Favoriser le développement personnel de l'étudiant et l'acquisition des compétences pratiques, par la mise en oeuvre et la rédaction d'un mémoire de fin d'études.

008MEQQM4	Méthodologie et études quantitatives	2 Cr.
------------------	---	--------------

Ce cours permet de donner aux étudiants se spécialisant en marketing les notions statistiques théoriques et pratiques nécessaires qui leur permettront de faire la saisie des données et de les analyser sur SPSS pour des fins stratégiques telles que les prévisions des ventes, l'agrégation des données, la segmentation et l'élaboration des cartes perceptuelles.

UE DISPENSÉES PAR L'IAE DE TOURS – UNIVERSITÉ FRANCOIS RABELAIS

008PMAPM4	Projets marketing appliqués	2 Cr.
008MEQLM4	Méthodologie et études qualitatives	2 Cr.
008GDRSM4	Gestion des réseaux sociaux	2 Cr.
008MPYMM3	Mise en pratique yield management	2 Cr.
008DISEM4	Display and Search	2 Cr.
008ADECM3	Analyse de l'expérience client	2 Cr.
008SDMBM4	Stratégie digitale et mobile	2 Cr.
008MEMPM4	Mémoire master professionnel	22 Cr.

COURSE DESCRIPTIONS OF THE 1ST AND 2ND YEARS OF THE MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION AND MANAGEMENT, CONCENTRATION: MANAGEMENT (ENGLISH SECTION)

008BUPAM1	Business Policy	4 Cr.
------------------	------------------------	--------------

Although most businesspeople agree that a firm's ability to survive and prosper depends on selecting and implementing good strategies, there is less consensus about what a strategy is, and even less about what constitutes a good strategy. This course aims to help learners find answers to fundamental questions about strategy. Covering the full spectrum of strategic management concepts, it provides in-depth knowledge on crafting, implementing, and executing business strategies for economic and social value creation. Additionally, the course aims to develop students' abilities to successfully analyze, address, and confront different environments, expectations, and market realities. Through a combination of theoretical insights and practical learning activities, including lectures, the course facilitates a comprehensive understanding of business strategy.

008DMBAM1	Decision Making in Business	4 Cr.
------------------	------------------------------------	--------------

This course aims to integrate management concepts acquired at the undergraduate level by providing students with practical experience. Through a series of decisions, students will implement concepts such as shareholders' return on equity and understand cost structures and their implications on pricing and other market-related strategies considering company structure and internal organization. This course utilizes a company simulation - serious games (Domotix de Shadow Manager) - enabling students to practice making company decisions over multiple years.

This decision-making process allows students to understand and evaluate the complexities of management processes affected by internal and external factors and forces. The simulation also offers students the opportunity to enhance their decision-making, team work, negotiation, and leadership skills.

008ICOAM1	Corporate Communications	4 Cr.
------------------	---------------------------------	--------------

This course provides a comprehensive introduction to corporate communications.

Throughout this course, students will explore and understand the scope of integrated marketing communications, exploring key terms, definitions, concepts, current theories, and practices. It will explain the communications process and action plan, covering the use of main communication tools such advertising, public relations, direct marketing, PR, media relations and digital communications. Additionally, students will gain practical insights into crisis communications deployment and event management.

008HRMAM1	Human Resources Management	4 Cr.
------------------	-----------------------------------	--------------

Human resources management is undergoing rapid and continuous evolution, necessitating preparedness to anticipate future trends and adapt practices to environmental developments.

Within the framework of a strategic vision of the human resources function, this course aims to firstly define the nature of this function, analyze its role and objectives, and explain the links between its activities and those of other departments within the company. Secondly, this course introduces students to the operational dimension of human resources management, addressing various areas of the HR function while also addressing its theoretical dimension.

008RSMAM2	Research Methodology	4 Cr.
------------------	-----------------------------	--------------

This course is divided into two complementary parts. The first part, Research Design, allows students to understand the main paradigms of research, the process and different methods of research in social sciences, especially management sciences, and learn how to gather empirical data for drawing conclusions about certain phenomena through qualitative and quantitative studies. The second part, Statistical Methods for Research, aims to introduce students to the data analysis methods used in quantitative research within social sciences. Starting with an overview of the basic concepts in descriptive statistics, students will then be introduced to the different statistical techniques that enable the description of a variable (univariate analysis), the identification of relationships between two or more variables (bivariate and multivariate analyses), the drawing of conclusions about the characteristics from sample observation (inferential statistics), and hypothesis testing.

008TSWAM2	Thesis Structure and Writing	2 Cr.
------------------	-------------------------------------	--------------

This course aims to equip Master's students with the necessary skills for writing a thesis. It combines general instruction on research methodology with active and practical learning, enabling students to:

- Formulate a research problem.
- Collect different types of theoretical and empirical information related to the research problem.
- Choose a theoretical approach and formulate research questions and hypotheses.
- Experiment with various data collection techniques.
- Organize and write different parts of a thesis according to established standards.
- Conduct independent work on a conceptual research project.
- Analyze and synthesize relevant literature, define a problem, conduct empirical investigations, and interpret results.
- Thoroughly prepare for the defense.

The course primarily consists of lectures, scientific articles, tutorials and debates. A preliminary thesis project helps students develop a problem, a structured research plan, and practical guidance on thesis writing.

008CPBAM2	Thesis Project	20 Cr.
------------------	-----------------------	---------------

The Master 1 thesis project is more than just a draft or an overview of the current state of research. It should be a well-developed and organized, presenting a comprehensive proposal on a specific topic. The project demonstrates the student's ability to conduct thorough literature reviews and effectively utilize them to construct a compelling argument.

008ITMTM3	International Management	4 Cr.
------------------	---------------------------------	--------------

This course provides comprehensive theoretical and analytical insights into managing environmental factors, social responsibility, conflict and culture, firm strategy, structure and control, human resources, as well as motivations and leadership within multinational corporations. It aims to equip students with a broad understanding of management challenges, opportunities, and activities at an international level. Throughout the course, practical scenarios and applied case study activities will be utilized to reinforce theoretical concepts and facilitate hands-on learning.

008IFMAM3	Situation Analysis	4 Cr.
------------------	---------------------------	--------------

This course uses analytic maps of the situation, processes and relations identified using approaches pioneered in grounded theory. Part I provides an introduction to the SA method, discussing recent developments in the field. Part II comprises five new chapters about various facets of the SA method, including a history of grounded theory



and situational analysis, SA as critical pragmatist interactionism, using SA in managing a mixed-methods project, and SA mapping in the social policy classroom and in clinical counseling as innovatively collaborative analysis. Part III presents six new exemplary research articles from diverse fields such as energy research, international relations, public health research methods, disabled access to public transportation, participation in conservation in a biosphere reserve, and PTSD and the military. These carefully selected readings demonstrate the wide applicability of the SA method and its effectiveness in critically analyzing diverse data sets. Situational analysis in practice will benefit undergraduate and graduate students practicing the SA method across social sciences, including sociology and healthcare, as well as research scholars interested in qualitative inquiry.

oo8BPPCAM4	Business Processes and Company Structuring	4 Cr.
-------------------	---	--------------

This intermediary/advanced course in organizational design explores various organizational features, including strategy, structures, governance, processes and systems, decision-making, people/resource performance management, and change management. Organizations span diverse sectors, including for-profit businesses, startups, universities, hospitals, restaurants, and non-profit associations, public/government ministries, and more. Success within organizations requires a deep understanding of how they develop, execute, and govern their strategies. This course delves into theories and best practices in organizational design and business processes, leveraging case studies and extant literature. Additionally, students will learn the various tools and tactics to enhance effectiveness as individuals, team players, managers, and entrepreneurs in organizations.

oo8NEGOM4	Negotiation	4 Cr.
------------------	--------------------	--------------

This course aims to improve students' understanding of negotiation strategies and processes, considering the situational context, relationship aspects, and negotiation objectives. Focusing on business negotiation, the course provides insights into preparation work and applicable techniques relevant to selected strategies. This course also briefly introduces the role and types of third-party intervention for negotiations and conflict resolution. Lastly, it addresses issues related to cross-cultural negotiations, recognizing the growing significance of workforce diversification and globalization in organizations.

oo8THSAM4	Thesis	24 Cr.
------------------	---------------	---------------

This thesis represents the culmination of a process wherein students learn to work independently and become a producer of knowledge. It is the student who, in dialogue with their thesis supervisor, defines the topic. The writing and realization of their thesis should reflect their ability to engage in a well-thought-out reflection on this topic and to adopt the methodology and approach of a researcher.

Whether or not the student intends to pursue a career in research, their thesis is a reflection of their ability to define and manage a project. By adhering to the standards governing presentation and writing, they demonstrate that they can balance taking initiative with the ability to assimilate institutional requirements.

