

Semestre 1 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Travail personnel			Continu	Examen
UE fondamentales									
UEF1(O/P)									
Théorie des organisations		1:30	1:30		5:00	5	5	1/3	2/3
Analyse financière		3:00	1:30		4:00	5	5	1/3	2/3
UEF2(O/P)									
Stratégie d'entreprise et compétitivité		3:00	1:30		5:00	6	6	1/3	2/3
Théorie fondamentale du marketing		3:00	1:30		5:00	6	6	1/3	2/3
UE méthodologie									
UEM1(O/P)									
Epistémologie de gestion		3:00			2:00	3	3		3/3
Anglais 1		1:30			4:00	3	3		3/3
UE découverte									
UED1(O/P)									
Droit des affaires		1:30			2:00	2	2		3/3
Total Semestre 1		16:30	6:00	3:00	28:00	30	30		

Semestre 2 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Travail personnel			Continu	Examen
UE fondamentales									
UEF1(O/P)									
Gestion de la relation client		3:00	1:30		4:00	5	5	1/3	2/3
Comportement du consommateur		3:00	1:30		4:00	5	5	1/3	2/3
Processus et démarche stratégique		3:00	1:30		2:00	4	4	1/3	2/3
UEF2(O/P)									
Contrôle de gestion et pilotage de l'entreprise		1:30	1:30		4:00	4	4	1/3	2/3
Systèmes d'informations		1:30	1:30		4:00	4	4	1/3	2/3
UE méthodologie									
UEM1(O/P)									
Méthodes quantitatives de recherche 01		1:30	1:30		2:00	3	3	1/3	2/3
Méthodes qualitatives de recherche		1:30	1:30		2:00	3	3	1/3	2/3
UE découverte									
UED1(O/P)									
Culture d'entreprise		1:30			2:00	2	2		3/3
Total Semestre 2		16:30	10:30		24:00	30	30		

Semestre 3 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Travail personnel			Continu	Examen
UE fondamentales									
UEF1(O/P)									
Marketing stratégique		3:00	1:30		5:00	5	5	1/3	2/3
Négociation commerciale Achats-ventes		3:00	1:30		5:00	5	5	1/3	2/3
Marketing international		3:00	1:30		5:00	5	5	1/3	2/3
UEF2(O/P)									
Stratégie pour la création d'entreprise		3:00			4:00	4	4		3/3
La théorie de décision		1:30			5:00	4	4		3/3
UE méthodologie									
UEM1(O/P)									
Méthodes quantitatives de recherche 02		1:30	1:30		2:00	3	3	1/3	2/3
Méthodologie du conseil en management		1:30			2:00	2	2		3/3
UE découverte									
UED1(O/P)									
Gestion de projet et plan d'affaires		1:30			2:00	2	2		3/3
Total Semestre 2		18:00	6:00		28:30	30	30		

Semestre 4 :

Domaine :

Filière :

Spécialité :

	VHS	Coeff	Crédits
Travail Personnel	24:00	25	25
Stage en entreprise			
Séminaires	8:00	5	5
Autre (préciser)			
Total Semestre 4	32:00	30	30

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Co eff	Cré dits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Travail person nel			Continu	Examen
UE fondamentales									
UEF1(O/P)									
Préparation à la recherche	8:00					5	5		
Projet de recherche					24:00	25	25	Soutenance	
Total Semestre 4						30	30		

5- Récapitulatif global de la formation : (indiquer le VH global séparé en cours, TD, pour les 04 semestres d'enseignement, pour les différents types d'UE)

VH	UE	UEF	UEM	UED	Total
Cours		36:00	10:30	4:30	51
TD		18:00	4:30	00	22:30
Travail personnel		65	15	6	86
Autre (préciser)					
Total		119	30:00	10:30	159:30
Crédits					
% en crédits pour chaque UE		74,84%	18,80%	6,58%	100.00%

IV - Programme détaillé par matière

(1 fiche détaillée par matière)

Intitulé du Matière : Théorie des organisations

Semestre : 1

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

La théorie des organisations est constituée d'un ensemble de concepts, méthodes et outils très disparates provenant de diverses disciplines telles que l'économie, la sociologie, la psychologie, l'histoire ou encore les sciences de gestion. L'enseignant cherche à rendre compte de cette diversité à partir de grandes expériences qui font encore aujourd'hui autorité et référence mais aussi à partir de nouvelles approches plus contemporaines comme l'hypocrisie organisationnelle ou encore l'hyper modernité du management. Il permettra aux étudiants de connaître différentes grilles d'analyse afin de mieux appréhender la diversité des situations de gestion.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

1. L'école classique de l'organisation

- **Le taylorisme et le fordisme**
- **Fayol et Weber**

2. Le mouvement des relations humaines

- **Origine et développement de l'école des relations humaines**
- **Les styles de commandement et la dynamique des groupes**
- **La théorie des besoins et des motivations**

3. Les théories managériales des organisations

- **Les théories de la contingence structurelle**
- **L'approche sociotechnique des organisations**
- **La théorie de la décision**

- **Les nouvelles théories économiques de l'entreprise**
- **Mintzberg et la structuration des organisations**

4. Les approches contemporaines des organisations

- **Les approches sociologiques des organisations**
- **Les nouvelles théories sociologiques de l'entreprise**
- **L'approche socio-économique des organisations**
- **La théorie de l'intervention en management**
- **La théorie de l'organisation qualifiante**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Analyse financière

Semestre : 1

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

L'analyse financière de l'entreprise est l'analyse que les actionnaires et prêteurs font de la création de valeur et de la richesse, à la lumière de leurs objectifs et de leurs droits contractuels. Ce module va apprendre les étudiants les principaux outils de diagnostic et évaluation financiers, et les méthodes de choix des investissements. Ces connaissances sont indispensables pour le manager qui veut monter un projet marketing, ou qui veut proposer une nouvelle stratégie pour son entreprise.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

LECTURE FINANCIERE DES COMPTES DE L'ENTREPRISE

- **L'information financière**
- **Lecture financière du bilan**
- **Lecture financière du compte de résultat**
-

ANALYSE FINANCIERE D'UNE ENTREPRISE

-
- **Analyse de l'activité et de la performance économique**
- **Analyse de la structure financière**
- **L'éclairage des tableaux de financement**
- **Analyse de la rentabilité**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Stratégie d'entreprise et compétitivité

Semestre : 1

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

Ce module met en perspective les principales stratégies suivies par les entreprises pour construire leur position concurrentielle. La stratégie consiste pour une entreprise à utiliser ses ressources afin d'obtenir un avantage sur ses concurrents. Pour cela, elle doit :

- définir son périmètre d'activité ;
 - analyser son environnement ;
 - identifier ses concurrents ou ses partenaires ;
 - choisir ou non de se diversifier ;
 - déterminer les différents modes de développement : internationalisation, croissance interne, fusions-acquisitions, alliances, externalisation ou intégration.
- L'enseignant doit illustrer de nombreux exemples, explique les principales étapes et les fondements théoriques de cette démarche et expose la diversité des comportements stratégiques adoptés par les firmes.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

- 1. L'analyse concurrentielle**
- 2. La construction de l'avantage concurrentiel**
- 3. Les nouvelles sources de l'avantage concurrentiel**
- 4. L'internationalisation**
- 5. Les voies de développement stratégique**
- 6. Les matrices de portefeuille**
- 7. Les modes de développement**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Théorie fondamentale du marketing

Semestre : 1

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

Familiariser les étudiants avec les grands concepts et les différents outils du marketing. Le cours envisagera l'évolution du marketing et des règles qui le régissent et exposera les spécificités de son expression dans différents secteurs. L'enseignant doit associer ces connaissances au fur et à mesure aux auteurs en marketing et leurs théories fondamentales de ce domaine.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

- 1. Introduction**
- 2. Valeur, Satisfaction et Fidélisation**
- 3. Planification stratégique**
- 4. Information et demande du marché**
- 5. Segmentation et ciblage**
- 6. Positionnement et différenciation**
- 7. Marque**
- 8. Produit et service**
- 9. Prix**
- 10. Place**
- 11. Promotion**
- 12. Sponsor hip**
- 13. Marketing International**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Epistémologie de gestion

Semestre : 1

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement

Amener les étudiants à appréhender l'origine de la démarche scientifique, ses objectifs, les conditions de l'objectivité, et l'évolution de la pensée humaines. Ce module est indispensable car il guide l'étudiant dans son carrière de chercheur, et le met sur les bonnes voies.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

- 1. L'origine des sciences**
- 2. Fondements épistémologiques de la recherche**
 - **La nature et le chemin de la connaissance**
 - **L'aménagement des paradigmes**
- 3. Construction de l'objet de la recherche**
 - **Définition de l'objet de recherche**
 - **Les voies de construction de l'objet**
- 4. Explorer et tester**
 - **Les voies de l'exploration**
 - **La voie du test**
- 5. Les approches de recherche et le choix des données**
 - **Le choix des données**
 - **Le choix d'une approche : qualitative et/ou quantitative**
- 6. Les recherches sur le contenu et les recherches sur le processus**
 - **Recherches sur le contenu**
 - **Recherches sur le processus**
 - **Positionnement de la recherche**

Mode d'évaluation : ...

Examen terminal: 100%.

Intitulé du Master : Anglais 1

Semestre : 1

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement

Le cours a pour objectif de fournir les outils de langue et la terminologie nécessaires pour l'accès à l'information et les données anglophones dans le domaine de stratégie et marketing et pour rédiger des rapports et des travaux personnels.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

Mode d'évaluation : ...

Examen terminal: 100%.

Intitulé du Matière : Droit des affaires

Semestre : 1

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

Sensibiliser les étudiants au domaine juridique de l'entreprise. Le droit des affaires est nécessaire pour renforcer les connaissances des étudiants dans le domaine juridique et réglementaire, admettant qu'il est indispensable pour l'action de l'entreprise et ses relations stratégiques et commerciales avec ses partenaires.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

- 1. Le cadre juridique de la vie des affaires**
- 2. Le commerçant et le fond de commerce**
- 3. La liberté du commerce et ses limites**
- 4. Les structures commerciales**
- 5. Les contrats de l'entreprise**
- 6. Les instruments de paiement et de crédit**
- 7. L'entreprise en difficulté**

Mode d'évaluation : ...

Examen terminal: 100%.

Intitulé du Matière : Gestion de la relation client

Semestre : 2

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement :

Apprendre les différents concepts et outils qui concernent la gestion de la relation client, en particulier : Connaissance du client et marketing relationnel, Data warehouse et data mining, Automatisation des ventes et de la relation client, Gestion des campagnes marketing, les outils de CRM en général.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

Introduction

Chapitre 1 – La relation client : développement et enjeux

Histoire tourmentée de la relation client

De nouveaux défis à relever

Chapitre 2 – La gestion de la relation client

Le CRM : qu'est-ce que c'est ?

Le positionnement du CRM

Les composants de l'offre CRM

Chapitre 3 – Collecte et traitement des données : le data warehouse

Explosion du data warehouse

Info-déluge et info-famine

Entrepôt de données

Entrepôt de données et CRM

Qu'attendre d'un entrepôt de données ?

La construction d'un data warehouse

La convergence des systèmes opérationnels et décisionnels

Chapitre 4 – La connaissance du client

Les types d'études

La valeur du client

La reconnaissance du client

Les objectifs du marketing relationnel

Les fonctions traditionnelles du marketing direct

La gestion des campagnes

Les nouveaux modes d'automatisation du traitement

Les impacts du CRM

Chapitre 5 – Les canaux d'interaction

La réalité du multicanal
Les forces de vente
Le support client
Le centre d'appels
Internet
L'explosion des canaux
La gestion des Campagnes
Les logiciels d'automatisation des ventes
Personnalisation sur internet

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Comportement du consommateur

Semestre : 2

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

Le consommateur est un être complexe, au comportement souvent imprévisible et changeant. Il est difficile de l'attirer et plus encore de le fidéliser. Ce module permet de mieux comprendre les ressorts qui sous-tendent le comportement du consommateur.

- Peut-on parler d'apprentissage de la consommation ?
- Comment le consommateur passe-t-il du traitement de l'information à l'acte d'achat ?
- Quelles sont les influences des facteurs internes (facteurs sociodémographiques, personnalité, etc.) et environnementaux (culture, situation d'achat, etc.) sur la consommation ?

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

- 1. Introduction**
- 2. De l'importance de comprendre le consommateur**
- 3. Traitement de l'information et processus de décision d'achat**
- 4. Les variables internes au consommateur**
- 5. La psychologie et la décision d'achat**
- 6. Les variables d'environnement et le consommateur**
- 7. Sociologie, Ethnologie, Réseau social et la consommation**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Processus et démarche stratégique

Semestre : 2

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement

Ce module présente une structure optimisée mettant en lumière les liens entre le diagnostic stratégique, les choix stratégiques et le déploiement stratégique. Il comporte les différents modes de conception, d'exécution et d'évaluation de la stratégie d'entreprise et des différentes variantes stratégiques.

Ce module est lié et complète le module stratégie et compétitivité (inclus dans le premier semestre).

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

INTRODUCTION

- **Introduction à la stratégie**
- **Comprendre les processus stratégiques**

LE DIAGNOSTIC STRATEGIQUE

- **L'environnement**
- **La capacité stratégique**
- **Attentes et intentions**

LES CHOIX STRATEGIQUES

- **La stratégie au niveau de l'entreprise**
- **Les stratégies par domaine d'activité**
- **Orientations et modalités de développement**

LE DEPLOIEMENT STRATEGIQUE

- **Stratégie et organisation**
- **Les leviers stratégiques**
- **Gérer le changement stratégique**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Contrôle de gestion et pilotage de l'entreprise

Semestre : 2

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement

- Expliquer et montrer l'intérêt du contrôle de gestion pour la stratégie et le pilotage stratégique de l'entreprise.
- Appréhender les nouvelles méthodes de contrôle de gestion : ABC et les outils de la comptabilité de gestion, les indicateurs et le Balanced ScoreCard (BSC), Beyond Budgeting.
- Déterminer de façon pragmatique leur apport pour l'entreprise
- Repositionner le contrôleur de gestion comme copilote de la direction générale

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

- **Introduction**
- **Stratégie, structure et pilotage**
 - Stratégie et pilotage
 - Structure et pilotage
 - Le schéma de gestion : définition de l'interface entre structure et démarche de pilotage
- **Piloter les centres de responsabilité**
 - Distinguer les centres de responsabilité
 - Décentraliser : enjeux, contraintes et contrats
 - S'appuyer sur la notion de contrôlabilité
 - Valoriser les échanges entre centres de responsabilité
 - Définir des critères financiers d'évaluation des centres d'investissement
 - Concevoir un tableau de bord
- **Plan, budget et investissement**
 - Mettre en place un cycle plan budget
 - Etudier les nouveaux projets
 - Arbitrer entre les nouveaux projets
 - La création de valeur
- **Piloter les processus**
 - Le processus comme objet de pilotage
 - Pourquoi pilote les processus ?
 - Comment piloter les processus ?
 - Piloter les compétences par les processus
 - Intérêt et limites de ces démarches
- **Piloter les projets**
 - Définition et principes de base
 - Planification du projet
 - Le pilotage de projet : les pratiques

- Le pilotage de projet : les outils
- Limites et difficultés de la gestion de projet
- Piloter les produits
 - Le produit, une notion clé du pilotage
 - La gestion du portefeuille des produits
 - Pourquoi suivre les coûts de revient des produits ?
 - Le coût de revient des produits et les approches ABC
 - Le pilotage du cycle de vie d'un produit
 - Piloter les phases amont : outils et méthodes du *target costing*
 - Piloter les phases amont : pratiques de management du *target costing*
 - Le pilotage du produit

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Systèmes d'informations

Semestre : 2

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement

Ce module propose une approche pluridisciplinaire des systèmes d'information (SI). Il explique comment ces derniers peuvent améliorer les prises de décision, accroître la rentabilité, et fournit tous les éléments qui permettent aux managers de tirer profit des systèmes d'information sur le plan tant stratégique qu'opérationnel.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

- 1. Les SI dans l'entreprise**
- 2. Les systèmes d'information, les organisations, la gestion et la stratégie**
- 3. L'entreprise et le commerce électronique**
- 4. Le SI et les dimensions éthiques et sociales**
- 5. L'infrastructure technologique du SI et ses plates-formes**
- 6. La gestion des données**
- 7. Les télécommunications, les réseaux et Internet**
- 8. La mobilité et les technologies sans fil**
- 9. La sécurité et le contrôle des systèmes d'information**
- 10. Le SI : support intégré des processus, des métiers et de la prise de décision**
- 11. ERP : intégration des données et des processus métier**
- 12. La gestion des connaissances dans l'entreprise**
- 13. SI et aide à la décision**
- 14. Le développement et le management des systèmes d'information**
- 15. La restructuration de l'organisation au moyen des SI**
- 16. Projets SI : l'évaluation et la gestion du changement**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Méthodes quantitatives de recherche 01

Semestre : 2

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

Apprendre les étudiants les différents outils d'exploration et de test des hypothèses, en se basant essentiellement sur les techniques statistiques et mathématiques.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

- 1. Introduction aux statistiques**
- 2. Le test statistique**
- 3. Probabilités**
- 4. Le risque d'erreur**
- 5. Tests sur les moyennes et les proportions**
- 6. Tests sur les variances et les corrélations**
- 7. Tests sur les coefficients de régression**
- 8. L'APC**
- 9. l'AFC**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Méthodes qualitatives de recherche

Semestre : 2

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

L'approche constructiviste et qualitative des méthodes de recherche dans laquelle ce module s'inscrit, favorise la contextualisation des théories dans les situations empiriques, et permet donc de dépasser l'opposition traditionnelle entre l'induction et la déduction. La méthode qualitative offre au chercheur la possibilité d'élaborer son projet de connaissances dans l'interaction avec les acteurs qui sont porteurs de savoirs pratiques .

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

- 1. Comprendre la réalité**
- 2. Les démarches scientifiques**
- 3. L'appartenance des recherches sur les entreprises aux sciences sociales**
- 4. Les stratégies d'accès au réel**
- 5. Les ouvertures méthodologiques**
- 6. Réaliser la recherche**
- 7. Le projet de recherche qualitatif**
- 8. La mise en œuvre**
- 9. Le recueil des données**
- 10. L'analyse des données**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Culture d'entreprise

Semestre : 2

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

Une certaine culture caractérise l'entreprise et la distingue des autres dans son apparence et surtout dans ses façons de réagir aux situations courantes de la vie professionnelle, comme traiter avec un marché, définir son standard d'efficacité ou régler des problèmes de personnel. Si cette culture d'entreprise semble être une réalité ressentie par chacun, il est rare que l'on cherche à la définir. Ce module propose une description de ce qui constitue cette culture, analyse en quoi elle est une ressource essentielle des organisations que le management doit prendre en compte.

Connaissances préalables recommandées

Contenu de la matière :

Introduction

- La culture d'entreprise et ses paradoxes
- Les limites de la culture d'entreprise »
- La culture d'entreprise et les problématiques du management

1. Culture d'entreprise et management

- Culture et management
- Raisons conjoncturelles limites de la théorie et enseignements de la pratique
- Le besoin de références

2. Culture d'entreprise : une définition

- La carte des définitions de la culture
- Définition de la culture d'entreprise
- La culture d'entreprise : faux débats et vraies questions

3. La mise en évidence de la culture

- Expliciter la culture d'entreprise
- Etape 1 : la collecte des informations
- Etape 2 : la recherche des hypothèses de culture
- Etape 3 : La validation des hypothèses

4. La culture en pratique : culture et management

- Culture et management : les principes
- Culture et fonctions
- Culture et processus de management
- Culture et management : les grandes questions

5. Culture et action

- **Principes**
- **Culture et management : les quatre niveaux d'action**
- **Une gestion de la culture ?**

Conclusion

Mode d'évaluation : ...

Examen terminal: 100%.

Intitulé du Matière : Marketing stratégique

Semestre : 3

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

Ce module associe des connaissances à la fois stratégiques et mercatiques. De ce fait, il permet aux étudiants d'avoir une vision plus globale sur la conception des politiques marketings et comprendre les différents choix des entreprises en matière d'action marketing.

Contenu de la matière :

L'ANALYSE DES BESOINS PAR LA SEGMENTATION

- 1 La macro-segmentation
- 2 La micro-segmentation
- 3 Les tribus
- 4 La segmentation des marchés industriels
- 5 La segmentation internationale
- 6 Les conditions d'efficacité d'une micro-segmentation

L'ANALYSE DE L'ATTRACTIVITÉ DES SEGMENTS

- 1 Les concepts de demande primaire et de demande à l'entreprise
- 2 La recherche des opportunités de développement de la demande
- 3 Le modèle du cycle de vie d'un produit

L'ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LES SEGMENTS

- 1 La notion d'avantage concurrentiel
- 2 La notion de « rivalité élargie »
- 3 Les situations concurrentielles
- 4 L'avantage concurrentiel externe par la différenciation
- 5 L'avantage interne et l'effet d'expérience
- 6 L'avantage concurrentiel international

LE CHOIX DE CIBLAGE ET DE POSITIONNEMENT

- 1 Le ciblage
- 2 Le positionnement
- 3 La couverture internationale

LE CHOIX D'UNE STRATÉGIE DE MARKETING

- 1 L'analyse du portefeuille d'activités
- 2 Les options stratégiques de base
- 3 Les stratégies de croissance
- 4 Les stratégies concurrentielles
- 5 Les stratégies de croissance internationale

LES NOUVEAUX PRODUITS

- 1 L'importance stratégique de l'innovation**
- 2 Les dilemmes de l'innovateur**
- 3 Les étapes du processus de développement**
- 4 Les taux de succès des nouveaux produits**
- 5 Le processus de diffusion des innovations**
- 6 La prévision de la demande d'un nouveau produit**
- 7 Les mesures du succès des produits nouveaux**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Négociation commerciale Achats - ventes

Semestre : 3

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

- Aider les étudiants à comprendre les tenants et les aboutissants des négociations en ventes et achats entre les différents acteurs économiques.
- Aider ceux qui désirent améliorer leur savoir-faire et étendre leurs compétences en négociation commerciale.
- Contribuer au développement personnel des commerciaux et des acheteurs souhaitant perfectionner leurs niveaux d'expertise et de professionnalisme, et donc d'optimiser leurs résultats.

Contenu de la matière :

- 1. Les acteurs de la négociation**
- 2. Préparer la transaction : côté acheteur**
- 3. Préparer la transaction : côté vendeur**
- 4. Conduire efficacement l'entretien de négociation**
- 5. Intégrer les comportements, styles et attitudes en négociation**
- 6. Conduire l'entretien de négociation en situation conflictuelle**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Marketing international

Semestre : 3

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs :

Ce n'est pas un simple recueil de techniques : il suit le schéma de la prise de décision, ce depuis l'analyse et le diagnostique des opportunités et des risques jusqu'à sa mise en œuvre en termes de leviers marketing (études, politiques de produits, prix, communication, distribution, et développement organisationnel), à l'échelle internationale.

Contenu de la matière :

- 1. Analyse marketing de l'environnement international**
- 2. Opportunités et risques du développement marketing international**
- 3. Les stratégies de marketing international**
- 4. Les études marketing international**
- 5. Politique internationale de produit**
- 6. Politique internationale de prix**
- 7. Politique internationale de distribution**
- 8. Politique internationale de communication**
- 9. Cultures, vie des affaires et négociation commerciale internationale**
- 10. Organisation, contrôle et management multiculturel**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Stratégie pour la création d'entreprise

Semestre : 3

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs :

Si la création d'entreprises est une aventure passionnante qui attire toujours plus de prétendants, c'est aussi une aventure risquée. La moitié des projets échoue dans les cinq premières années.

Si la reprise d'une entreprise permet d'emblée de gagner plusieurs années, la plupart des repreneurs ignorent quelles en sont les modalités et peinent à surmonter les difficultés.

Ce module donne aux créateurs et repreneurs, les armes les plus récentes et les plus performantes pour réussir.

En effet, la création d'entreprise est stratégique !

Contenu de la matière :

- 1. Le créateur**
- 2. Analyse et test de l'idée**
- 3. La conception d'un projet détaillé et l'élaboration du dossier**
- 4. Ce qu'il faut savoir sur le plan juridique, social et fiscal avant de créer une entreprise**
- 5. Gérer son développement**
- 6. La recherche d'idées et la reprise d'une affaire**

Mode d'évaluation : ...

Examen terminal: 100%.

Intitulé du Matière : La théorie de décision

Semestre : 3

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement

Ce cours a pour but d'introduire les notions de base du processus décisionnel, et les différents facteurs qui influencent la prise de décision. Ce module est indispensable pour cette formation car il éclaire les étudiants sur les modes de prise de décision en stratégie et en marketing.

Contenu de la matière :

- 1. Les systèmes de planification d'entreprise**
- 2. Trois modèles fondamentaux de processus de décision**
 - **Le modèle de l'acteur unique**
 - **Le modèle organisationnel**
 - **Le modèle politique**
- 3. Les modèles composites de processus de décision**
 - **Le modèle d'allocation de ressources**
 - **Le modèle de la poubelle**
 - **L'incrémentalisme logique**
- 4. Un modèle générique de la décision stratégique**
- 5. Audit décisionnel**

Mode d'évaluation : ...

Examen terminal: 100%.

Intitulé du Matière : Méthodes quantitatives de recherche 02

Semestre : 3

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement

Ce cours a pour but d'amener les étudiants à exploiter les techniques d'économétrie et de modélisation dans le test des hypothèses, et de spécification de leurs modèles. C'est un module indispensable pour l'élaboration du projet de recherche de l'étudiant.

Contenu de la matière :

- 1. Introduction à l'économétrie**
- 2. Les régressions simples**
- 3. Les régressions multiples**
- 4. Analyse causale**
- 5. Modélisation**
- 6. Méthodes de classification et de structuration**
- 7. Les séries**

Mode d'évaluation : ...

TD:1/3 , Examen terminal: 2/3.

Intitulé du Matière : Méthodologie du conseil en management

Semestre : 3

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement

- Comment évaluer ses atouts personnels pour le conseil ?
- Comment se constituer un portefeuille de produits conseil ?
- Quels sont les outils et méthodologies nécessaires ?
- Comment rédiger un contrat de conseil ?

Contenu de la matière :

- 1. Devenir un consultant**
- 2. Bâtir son projet conseil**
- 3. Construire votre boîte à outil de consultant**
- 4. Comment vendre du conseil**
- 5. Maîtriser l'art de travail à la mission**
- 6. L'art du travail en réseau**
- 7. Vivre consultant**

Mode d'évaluation : ...

Examen terminal: 100%.

Intitulé du Matière : Gestion de projet et plan d'affaires

Semestre : 3

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement

Ce cours a pour but d'introduire les notions de base sur les modalités de gérer et de monter un projet. Cette connaissance est indissociable des connaissances nécessaires pour le consultant qui offre ses services aux entreprises : un éventuel débouché de cette formation.

Contenu de la matière :

- 1. Introduction**
- 2. Généralités et principes**
- 3. L'organisation et le lancement de projet**
- 4. Les acteurs du projet**
- 5. Le déroulement et le pilotage du projet**
- 6. L'évaluation du projet**
- 7. Les types de projet de l'entreprise**
- 8. Le plan d'affaire : un projet à conduire**

Mode d'évaluation : ...

Examen terminal: 100%.

Intitulé du Matière : Préparation à la recherche

Semestre : 4

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière:

Objectifs de l'enseignement

Ce module se compose de plusieurs séminaires couvrant différents sujets de la recherche et des applications d'aujourd'hui. Chaque étudiant doit produire un séminaire pendant le semestre.