

BUSINESS AND MARKETING PROGRAM
BUSINESS COURSES in FRENCH
ACADEMIC YEAR 2016/2017

COURSES	Language of courses	Fall		Spring	
		Hours	Credits	Hours	Credits
MARKETING COMMERCE COMMUNICATION					
Diagnostic Stratégique	FR	20	2		
Marketing B to B et logistique	FR	20	2		
Etude marketing appliquée - les constats	FR	20	2		
Services marketing	AN	20	2		
Management des achats	FR	20	2		
Marketing stratégique	FR			20	2
Web marketing et création de valeur	FR			20	2
Business Model	FR			40	4
FINANCE					
Analyse financière	FR	20	2		
Budgets contrôle de gestion et pilotage	FR			20	2
MANAGEMENT DES HOMMES DES ORGANISATIONS ET DES PROCESS					
Manager sa FDV et suivre ses clients	FR	20	2		
Management de projet événementiel et éphémère	FR	20	2		
Stratégie de communication et plan media	FR			20	2
Motivation de sa FDV et reporting	FR			20	2
STRATEGIE ECONOMIE DROIT					
Veille et management de l'information	FR	20	2		
Ethique: RSE et propriété intellectuelle—HandIDRAC	FR	40	4		
Lobbying, réseaux et medias	FR			20	2
LANGUES CULTURES CIVILISATIONS					
Business English	AN	20	2	20	2
French Seminar (Lyon and Paris only)	FR	20	2		
Business French	FR	20	2	20	2
News Analysis and press review	AN	20	2		
Geopolitics of natural resources and the environment	AN			20	2
DOSSIERS ET TRAVAUX PROFESSIONNELS					
Business Game	FR	20	2		
Manager Commercial	FR			20	2
Etude Marketing appliqué: les préconisations	FR			20	2
CID Crédits bonus					2
Intercultural Exchange report	FR				2
		Total	32	Total	30

UPDATED FEBRUARY 2016—SUBJECT TO CHANGES

MARKETING COMMERCE COMMUNICATION

Diagnostic Stratégique (fall)

Le cours de diagnostic stratégique a pour but de donner aux participants les outils et les méthodes nécessaires à l'analyse et à la formulation d'un diagnostic stratégique. Le plan du module reprend la démarche et la méthodologie d'un diagnostic stratégique et présente les grands outils de base de l'analyse stratégique. Il insiste sur la différence entre vision marketing et vision stratégique.

Marketing B to B et logistique (fall)

En business-to-business, les commerciaux font face à un challenge permanent : exigences toujours plus fortes, banalisation de l'offre dans tous les secteurs, processus de décisions complexes et une fonction achats qui se professionnalise. Dans ce contexte, le commercial doit à la fois défendre les parts de marché acquises et trouver de nouveaux clients. Ce cours forme les étudiants d'abord sur l'univers B to B. Il expose ensuite le mix marketing en général puis s'intéresse plus en particulier à la logistique en B to B.

Etude marketing appliquée - les constats (fall)

Ce cours a pour objectif la réalisation d'un dossier de groupe en deux parties. Cette première partie porte sur l'analyse de l'environnement et la réalisation complète d'un audit produit. Les étudiants devront choisir un produit ou un service et utiliser leurs connaissances pour réaliser un audit, appliquer les outils principaux du marketing et mener un entretien. Cette première partie sera complétée au second semestre d'une application sur les préconisations et l'analyse des entretiens.

Services marketing (fall)

This course will be about the specifics of the services: what is a service? The structure of the sector and types of services. Differences between goods and services. Notions of global product and associated services. The service experience: the interaction between customer and employees.

The key elements of Service Marketing is the component of a Service Marketing mix. Strategies of diversification through services. And the implications of Marketing and Management: The service experience, quality (how to measure it? how to warrantee it?), the customer relationship (employees, recruiting, training, organization...).

Management des achats (fall)

L'objectif de ce cour est de donner une vision globale de la Supply Chain et de son environnement interne et externe. Introduire les enjeux de la fonction Achats. Pour les apprenants, comprendre la supply chain pour pouvoir collaborer efficacement avec celle de leurs entreprises. Pour les commerciaux, comprendre l'acheteur pour faciliter la relation client/fournisseur.

Marketing stratégique (spring)

Ce cours complète la formation des étudiants en marketing. En effet, après avoir étudié les principes du marketing, s'être intéressé à des problématiques à court termes (liées au marketing MIX), ce cours traite des notions plus stratégiques nécessitant des prises de décision plus importante sur le moyen et long terme. Ainsi, les notions du marketing stratégiques sont exposées. Ce cours sera complété par le diagnostic stratégique au même semestre.

Web marketing et création de valeur (spring)

Ce module forme les étudiants à l'un des métiers les plus recherchés à savoir celui du e-marketeur. Ainsi, une panoplie de notions, illustrées d'exemples et d'études de cas, sont utilisées dans cette matière afin que l'étudiant puisse avoir les connaissances nécessaires sur le sujet : les fondamentaux du E-Commerce, les nouveaux comportements consommateurs, les outils de la promotion d'une marque sur le web.

Business Model + Dossier Business Model (spring)

Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants d'avoir une vision globale de l'entreprise à travers les composantes du business model et l'utilisation de ce dernier dans la prise de décision. Comprendre ce qu'est et ce que n'est pas un Business model. Prendre conscience du caractère global du business model (Découvrir les différentes approches sous-jacentes aux définitions présentées dans la section précédentes). Comprendre le modèle de référence actuel de présentation du business model : ses composants et ses limites. Savoir appliquer le modèle de référence actuel.

FINANCE

Analyse financière (fall)

L'analyse financière est l'étude la plus générale des techniques financières appliquées à une entreprise. On la confond souvent avec le diagnostic financier mais le diagnostic financier a quelque chose de plus: après avoir fait l'étude et donc déterminé des symptômes, on donne une opinion motivée (diagnostic) et parfois des recommandations pour le futur (pronostic). Le présent cours sera uniquement consacré à l'analyse financière.

L'objectif principal de ce cours est d'initier les étudiants à quelques outils et méthodes fondamentaux permettant de porter une appréciation sur la santé financière et le risque d'une entreprise.

Budgets contrôle de gestion et pilotage (spring)

Le principal objectif du cours est de donner aux étudiants les outils qui leur permettront de comprendre, d'interpréter et de prévoir la situation financière d'une entreprise. Selon le plan comptable français, la gestion budgétaire est un mode de traitement de données dont les objectifs essentiels sont les suivants : Etablir des prévisions de charges et de produits d'exploitation ; Constater la réalisation et expliquer les écarts qui en résultent; Fournir tous les éléments de nature à éclairer les prises de décisions.

MANAGEMENT DES HOMMES DES ORGANISATIONS ET DES PROCESS

Manager sa FDV et suivre ses clients (fall)

A l'issue de cette formation, les étudiants auront appris à adapter leur management à leur force de vente et activer les bons leviers de manière à stimuler la cohésion du groupe et sa performance commerciale. En ce sens, le cours leur servira aussi à mieux cerner le profilage des clients grâce à la segmentation et maîtriser les techniques relatives au suivi des ventes avec l'utilisation d'outils en GRC.

Management de projet évènementiel et éphémère (fall)

Ce cours vise un objectif général déclinable en objectifs « secondaires », Il s'agit d'apprendre le travail en équipe « en contexte » (à travers une situation concrète de conduite de projet). Plus spécifiquement, il s'agit d'amener l'étudiant et le groupe à gérer le temps de façon optimale et d'intégrer les contraintes budgétaires et temporelles d'un projet.

Ce module s'organise en deux temps : d'abord une phase théorique visant l'acquisition des fondamentaux de la gestion de projet, puis une phase « pratique » où l'intervenant agit en tant que consultant auprès des groupes de travail sur de l'accompagnement.

Stratégie de communication et plan media (spring)

Les objectifs de ce module sont de comprendre la place de la stratégie de communication au sein de la démarche marketing globale. Apprendre à mettre en place une stratégie de communication cohérente avec les objectifs marketing. S'initier à l'univers de la presse et la conception d'un plan media. Savoir utiliser les relations presse.

Motivation de sa FDV et reporting (spring)

Ce cours est conçu dans l'objectif de faire comprendre aux étudiants la nécessité du reporting en présentant les principaux outils à disposition, en faisant le lien avec le pilotage de l'organisation grâce aux indicateurs fréquemment utilisés. En parallèle, le module insistera sur le suivi de la motivation de la force de vente fait par le manager, condition indispensable de la performance de l'organisation.

STRATEGIE ECONOMIE DROIT

Veille et management de l'information (fall)

Le cours de veille et management de l'information vise à sensibiliser les étudiants à l'importance de l'information dans la société actuelle et de son poids dans l'entreprise. Il s'attachera à présenter les différentes étapes du cycle de renseignement et à donner les outils permettant son application en entreprise. Enfin par des études de cas, il établira une liste des bonnes pratiques

Ethique: RSE et propriété intellectuelle - HandIDRAC (fall)

Chaque étudiant sera au cours de sa carrière confronté à des situations de Handicap soit dans une phase de recrutement, soit dans un accompagnement d'un collaborateur se trouvant dans une situation de handicap. A ce titre, il est nécessaire que dans sa fonction cadre, l'apprenant comprenne les enjeux et la réglementation en la matière. Cette politique s'inscrit dans une démarche R.S.E. des entreprises.

Les étudiants seront invités à identifier et à distinguer les différents droits liés à une création de l'esprit. Puis, les échanges leur permettront de comprendre l'étendue des prérogatives du créateur et de l'utilisateur d'une œuvre de l'esprit. Enfin, les conditions de fond et de forme, propres à chaque droit de propriété intellectuelle, seront étudiées.

Lobbying, réseaux et medias (spring)

Ce cours a pour objectif de comprendre l'importance et l'utilité de maîtriser les rouages publics et politiques en utilisant diverses stratégie dans une optique de développer un marché ou dans un but commercial et/ou privé. L'accent sera mis sur la structure des organisations publiques nationales, internationales mais aussi locales (qui seront souvent les principaux écueils des jeunes diplômés).

LANGUES CULTURES CIVILISATIONS

Business English (fall and spring)

Business French (fall and spring)

French Seminar (Lyon and Paris only)

The aim of those courses is to enable the students to achieve functional fluency in a language as a result of their development in the following areas:

1. Listen, read and view critically and with accuracy and understanding a wide range of literary and informational/functional texts from print and non-print sources.

2. Speak, write and represent in internationally acceptable foreign language that is grammatical, fluent, mutually intelligible and appropriate for different purposes, audiences, contexts and cultures.

3. Understand and use internationally acceptable foreign language grammar and vocabulary accurately and appropriately as well as understand how speakers/writers put words together and use language to communicate meaning.

Such language exposure will broaden students' experience and give them meaningful contexts for learning a language. Students will use language in a variety of contexts, to revisit language structures and skills and to see how language works according to purpose, audience, context and culture.

News Analysis and press review (fall)

This course introduces students to the fundamentals of reading and analyzing published and reported news (audio/ video/ other). The course content would involve analyzing published news from across the world using various Databases (Factiva, for example).

The objectives of the readings, discussions, exercises and assignments of this course are planned so as to enable students to be better and well informed Managers of tomorrow.

Students are expected to keep themselves updated on world events of importance by following various media and information sources ranging from newspapers and news magazines to alerts from other published sources as well as on Twitter.

Geopolitics of natural resources and the environment (spring)

The objective of this course is also to make the student aware of the environmental security approach. Theories of environmental conflict between and within nations will be studied in order to better understand current and future environmental security concerns. These will range from conflicts and policies relating to water and hydraulic resources, climate change, other "resource wars" and environmental refugees.

DOSSIERS ET TRAVAUX PROFESSIONNELS

Business Game (fall)

Les étudiants, par groupe gèrent une entreprise industrielle dans un environnement concurrentiel. Ils gèrent leur positionnement stratégique (Producteur, sous-traitant, donneur d'ordre), leurs approvisionnements ; leurs investissements, leur positionnement, leurs alliances.

Ils prennent un ensemble de décisions industrielles, commerciales, financières, marketing, recherche et développement, à partir d'un diagnostic de leur situation et des objectifs qu'ils se fixent (rentabilité, part de marché) avec des ressources limitées. Parallèlement ils rendent aux animateurs un ensemble de mini travaux complémentaires (plan marketing, suivi des coûts et des marges, tableaux de bord...) qui leur permettent de mieux structurer leur démarche.

Manager Commercial (spring)

Ce module a pour objectif d'amener l'étudiant à : Développer une vision élargie du métier de directeur commercial et plus largement de la fonction commerciale. De découvrir les possibilités d'évolutions dans les entreprises pour la fonction commerciale en multipliant les sources d'informations, en exploitant ses propres expériences et en recueillant des témoignages de professionnels, l'étudiant rendra compte de sa connaissance du métier par la réalisation d'un dossier qui fera l'objet d'une soutenance orale individuelle.

Etude Marketing appliqué: les préconisations (spring)

Ce module est la seconde partie d'une étude globale en marketing menée en groupe. L'objectif est d'utiliser les théories apprises en marketing en favorisant la mise en œuvre de compétences transversales. Cette seconde partie du dossier porte principalement sur une analyse des constats réalisés pour proposer des préconisations.

CID (spring)

Students are individuals and they are all different. That is what we think and it is a core value in our school. In order to help the students find a way that interest him and let him be proactive in his own training, we ask each students to partake in a school association or a non-profit organization during the year.

Students can help with the red-cross, or help their school with organizing the student life, or their fellow student for some tutoring. The importance is to give back to the community, at school or somewhere else.

Intercultural Exchange report (spring)

Students will reflect in a report in French and English about the cultural differences between there home country and their experience in France.

CALENDAR 2016 / 2017

Business And Marketing Program in French

August-16	septembre 16	octobre 16	novembre 16	décembre 16	janvier 17	février 17	mars 17	avril 17	mai 17	juin 17	juillet 17
1 Mon.	1 Thu Seminar	1 Sat	1 Tue	1 Thu	1 Sun	1 Wed	1 Wed	1 Sat	1 Mon.	1 Thu	1 Sat
2 Tue	2 Fri	2 Sun	2 Wed	2 Fri	2 Mon	2 Thu	2 Thu	2 Sun	2 Tue	2 Fri	2 Sun
3 Wed	3 Sat	3 Mon	3 Thu	3 Sat	3 Tue	3 Fri	3 Fri	3 Mon Intake	3 Wed	3 Sat	3 Mon
4 Thu	4 Sun	4 Tue	4 Fri	4 Sun	4 Wed	4 Sat	4 Sat	4 Tue	4 Thu	4 Sun	4 Tue
5 Fri	5 Mon	5 Wed	5 Sat	5 Mon	5 Thu	5 Sun	5 Sun	5 Wed	5 Fri	5 Mon	5 Wed
6 Sat	6 Tue	6 Thu	6 Sun	6 Tue	6 Fri	6 Mon	6 Mon	6 Thu	6 Sat	6 Tue	6 Thu
7 Sun	7 Wed	7 Fri	7 Mon	7 Wed	7 Sat	7 Tue	7 Tue	7 Fri	7 Sun	7 Wed	7 Fri
8 Mon.	8 Thu Seminar	8 Sat	8 Tue	8 Thu	8 Sun	8 Wed	8 Wed	8 Sat	8 Mon.	8 Thu	8 Sat
9 Tue	9 Fri	9 Sun	9 Wed	9 Fri	9 Mon	9 Thu	9 Thu	9 Sun	9 Tue	9 Fri	9 Sun
10 Wed	10 Sat	10 Mon	10 Thu	10 Sat	10 Tue	10 Fri	10 Fri	10 Mon	10 Wed	10 Sat	10 Mon
11 Thu	11 Sun	11 Tue	11 Fri	11 Sun	11 Wed	11 Sat	11 Sat	11 Tue	11 Thu	11 Sun	11 Tue
12 Fri	12 Mon	12 Wed	12 Sat	12 Mon	12 Thu	12 Sun	12 Sun	12 Wed	12 Fri	12 Mon	12 Wed
13 Sat	13 Tue	13 Thu	13 Sun	13 Tue	13 Fri	13 Mon	13 Mon	13 Thu	13 Sat	13 Tue	13 Thu
14 Sun	14 Wed	14 Fri	14 Mon	14 Wed	14 Sat	14 Tue	14 Tue	14 Fri	14 Sun	14 Wed	14 Fri
15 Mon.	15 Thu	15 Sat	15 Tue	15 Thu	15 Sun	15 Wed	15 Wed	15 Sat	15 Mon.	15 Thu	15 Sat
16 Tue	16 Fri	16 Sun	16 Wed	16 Fri	16 Mon	16 Thu	16 Thu	16 Sun	16 Tue	16 Fri	16 Sun
17 Wed	17 Sat	17 Mon	17 Thu	17 Sat	17 Tue	17 Fri	17 Fri	17 Mon	17 Wed	17 Sat	17 Mon
18 Thu	18 Sun	18 Tue	18 Fri	18 Sun	18 Wed	18 Sat	18 Sat	18 Tue	18 Thu	18 Sun	18 Tue
19 Fri	19 Mon	19 Wed	19 Sat	19 Mon	19 Thu	19 Sun	19 Sun	19 Wed	19 Fri	19 Mon	19 Wed
20 Sat	20 Tue	20 Thu	20 Sun	20 Tue	20 Fri	20 Mon	20 Mon	20 Thu	20 Sat	20 Tue	20 Thu
21 Sun	21 Wed	21 Fri	21 Mon	21 Wed	21 Sat	21 Tue	21 Tue	21 Fri	21 Sun	21 Wed	21 Fri
22 Mon.	22 Thu	22 Sat	22 Tue	22 Thu	22 Sun	22 Wed	22 Wed	22 Sat	22 Mon.	22 Thu	22 Sat
23 Tue	23 Fri	23 Sun	23 Wed	23 Fri	23 Mon	23 Thu	23 Thu	23 Sun	23 Tue	23 Fri	23 Sun
24 Wed	24 Sat	24 Mon	24 Thu	24 Sat	24 Tue	24 Fri	24 Fri	24 Mon	24 Wed	24 Sat	24 Mon
25 Thu	25 Sun	25 Tue	25 Fri	25 Sun	25 Wed	25 Sat	25 Sat	25 Tue	25 Thu	25 Sun	25 Tue
26 Fri	26 Mon	26 Wed	26 Sat	26 Mon	26 Thu	26 Sun	26 Sun	26 Wed	26 Mon	26 Wed	26 Fri
27 Sat	27 Tue	27 Thu	27 Sun	27 Tue	27 Fri	27 Mon	27 Mon	27 Thu	27 Sat	27 Tue	27 Thu
28 Sun	28 Wed	28 Fri	28 Mon	28 Wed	28 Sat	28 Tue	28 Tue	28 Fri	28 Sun	28 Wed	28 Fri
29 Mon.	29 Thu	29 Sat	29 Tue	29 Thu	29 Sun	29 Wed	29 Wed	29 Sat	29 Mon.	29 Thu	29 Sat
30 Tue	30 Fri	30 Sun	30 Wed	30 Fri	30 Mon	30 Thu	30 Thu	30 Sun	30 Tue	30 Fri	30 Sun
31 Wed	31 Sat	31 Mon	31 Thu	31 Sat	31 Tue	31 Fri	31 Fri	31 Mon	31 Wed	31 Fri	31 Mon

Induction and seminar

Courses

Weekends and bank holiday

Exams