

Management Stratégique et International (MSI) - Apprentissage

Mention : Management stratégique [Master]

Infos pratiques

- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Durée : 2 ans
- > ECTS : 120
- > Ouvert en alternance : Oui
- > Formation accessible en : Contrat apprentissage, Contrat de professionnalisation, Formation continue , Formation initiale
- > Formation à distance : Non
- > Durée moyenne de la formation :
 - M1 Management Stratégique et International (MSI) - apprentissage : 418 h
 - M2 Management Stratégique et International (MSI) - apprentissage : 375 h

Stage ou alternance

Ouvert en alternance

- > Type de contrat: Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation

3j. / 2j.

Admission

Conditions d'admission

Master 1 :

* Modalités (dossier et/ou épreuves écrites/orales) : Recrutement sur dossier + épreuve orale/entretien pour les admissibles (SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à une épreuve orale/un entretien)

* Critères généraux : Le Master MSI dispense une formation de haut niveau en management et conseil, il forme des managers, consultants, chefs de projet, responsables marketing, business developers, dans un environnement international. La spécificité du Master réside dans sa double approche des enseignements : une formation pluridisciplinaire en sciences de gestion associée à une mise en pratique transversale dans un contexte digital et multiculturel. Dans un environnement hyper concurrentiel et incertain, le master MSI a pour objectif de permettre à ses étudiants d'appréhender des situations toujours plus complexes qui requièrent capacité d'analyse, ouverture d'esprit, innovation et de les former à «penser hors des sentiers battus.

* Acquis académiques : * MASTER 1 :

* Management Stratégique International (classique ou apprentissage) : Entrée avec une bi-licence gestion-langue, une licence en gestion ou diplôme national/étranger équivalent.

Master 2 :

Modalités (dossier et/ou épreuves écrites/orales) : Recrutement sur dossier + épreuve orale/entretien pour les admissibles (SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à une épreuve orale/un entretien)

* Critères généraux :

Le Master MSI dispense une formation de haut niveau en management et conseil, il forme des managers, consultants, chefs de projet, responsables marketing, business developers, dans un environnement international. La spécificité du Master réside dans sa double approche des enseignements : une formation pluridisciplinaire en sciences de gestion associée à une mise en pratique transversale dans un contexte digital et multiculturel. Dans un environnement hyper concurrentiel et incertain, le master MSI a pour objectif de permettre à ses étudiants d'appréhender des situations toujours plus complexes qui requièrent capacité d'analyse, ouverture d'esprit, innovation et de les former à «penser hors des sentiers battus.

* Acquis académiques :

Management Stratégique International (classique ou apprentissage) : Entrée avec M1 en gestion, éco-langues, gestion-langue, ou diplôme national ou étranger équivalent.

Et après

Fiches métiers ROME

- > M1302: Direction de petite ou moyenne entreprise
- > H1102: Management et ingénierie d'affaires
- > H1206: Management et ingénierie études, recherche et développement industriel
- > M1402: Conseil en organisation et management d'entreprise

Programme

M1 Management Stratégique et International (MSI) - apprentissage

Semestre 7

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					21
UE Maîtriser les fondamentaux 1	UE					13,5
4E7GCTDG - Contrôle de gestion	EC	18	18			4,5
4E7IM701 - Marketing Management (anglais) & Markstrat	EC	24	18			4,5
4E7FIFPE - Politique financière de l'entreprise •	EC	24	18			4,5
UE Gérer un projet & Innover	UE					7,5
4E7MO74I - Manager l'innovation	EC	24	18			4,5
4E7GMPSI - Management de projet et introduction aux SI	EC	24				3
UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours	UE					4,5
UE Élargir ses connaissances	UE					4,5
1 élément(s) au choix parmi 2 :						
Digital Marketing Strategy (en anglais)	EC	24				4,5
4E7ET702 - Droit de l'entreprise	EC	24				4,5
UE Développer ses compétences linguistiques	UE					3
UE Développer ses compétences business et linguistiques	UE					3
Doing Business (I)	EC	20				3
UE S'investir pour son université et dans son projet personnel	UE					1,5
Promouvoir son projet et son master (I)	EC		38			1,5

Semestre 8

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					21
UE Maîtriser les fondamentaux 2	UE					9
4E8MO82I - Business Strategy	EC	24				3
4E8ET801 - Digital tools	EC	18	18			3
4E8MO83I - Formation certifiante en digital	EC		24			3
UE Savoir communiquer / se spécialiser	UE					7,5
Ressources humaines	EC	24				4,5
1 élément(s) au choix parmi 2 :						
Supply Chain Management	EC	18				3
Communication	EC	18				3
UE Se former en milieu professionnel	UE					3
UE Se former en milieu professionnel	UE					3
Valoriser son expérience professionnelle (atelier linkedin, atelier cv, atelier entretien d'embauche)	EC		18			3
UE Développer ses compétences linguistiques	UE					6
UE Développer ses compétences business et linguistiques	UE					3
Mission apprentissage + mémoire professionnel	EC					6
UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel	UE					4,5
UE S'investir pour son université et dans son projet	UE					4,5
Doing Business (II)	EC	20				3
Promouvoir son projet et son master (II)	EC		12			1,5

M2 Management Stratégique et International (MSI) - apprentissage

Semestre 9

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					21
UE Manager et Maîtriser son environnement à l'international	UE					12

Management International	EC	20				4,5
4E9SI902 - Corporate Stratégie et RSE	EC	25				4,5
Droit international	EC	20				3
UE Piloter & Innover	UE					9
Innover et créer de la valeur	EC	20				4,5
Contrôle et pilotage stratégique	EC	20				4,5
UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours	UE					4,5
UE Élargir ses connaissances	UE					4,5
Manager un projet et une marque à l'international	EC	30				4,5
UE Développer ses compétences linguistiques	UE					3
UE Doing Business (III)	UE					3
Doing Business (III)	EC	30				3
UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel	UE					1,5
UE S'investir pour son université et dans son projet	UE					1,5
Promouvoir son projet et son master	EC	15				1,5
Semestre 10	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					21
UE Management et intelligence stratégique	UE					10,5
Management de la Décision	EC	24				4,5
Conseil et Management Stratégique	EC	20				3
Stratégie digitale, Inbound marketing & IA (intelligence artificielle)	EC	35				3
UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise OU Se former en milieu professionnel	UE					6
UE Conduire un travail mobilisant ses recherches et son expertise	UE					9
Méthodologie de la recherche	EC	20				3
Valoriser son expérience	EC		18			6
UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours	UE					4,5
UE Elargir ses connaissances	UE					7,5
Data science et systèmes d'information	EC	18				3
Negotiation Skills & Strategic Business Games	EC	30				4,5
UE Développer ses compétences linguistiques	UE					3
UE Développer ses compétences business et linguistiques	UE					3
Doing Business IV	EC	30				3

UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 21.0

Liste des enseignements

- UE Maîtriser les fondamentaux 1
 - Contrôle de gestion
 - Marketing Management (anglais) & Markstrat
 - Politique financière de l'entreprise
- UE Gérer un projet & Innover
 - Manager l'innovation
 - Management de projet et introduction aux SI

UE Maîtriser les fondamentaux 1

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 13,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Contrôle de gestion
- Marketing Management (anglais) & Markstrat
- Politique financière de l'entreprise ·

Contrôle de gestion

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 36.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E7GCTDG

Présentation

Ce cours est construit pour de futurs cadres titulaires d'un master en management.

Objectifs

Tout manager est concerné par le processus de contrôle de gestion (et l'est de plus en plus avec le développement des systèmes d'information intégrés et réactifs, par exemple).

L'enseignement vise donc à donner les bases du questionnement stratégique et économique dont doit avoir conscience tout manager, quelle que soit sa fonction, et a fortiori quand il est en situation de dirigeant ou de cadre.

Évaluation

Contrôle continu et/ou examen terminal, pouvant inclure QCM, exercices, étude de cas, questions de cours, restitution d'un devoir ou compte-rendu de mise en situation ; en présentiel ou distanciel, pour une durée maximum de 3 heures.

Compétences visées

Appréhender l'importance du contrôle de gestion et en comprendre les principales implications pour les différentes parties-prenantes de l'entreprise

Bibliographie

- * Bouquin Henri et Kuszla Catherine (2014), Le contrôle de gestion, PUF, parties I et II.
- * Djerbi Z., Durand X. et Kuszla C. (2014), Contrôle de gestion, Openbook, Dunod – Niveau Bachelor/Licence 3

Contact(s)

> Pierre Pariente

Responsable pédagogique
ppariente@parisnanterre.fr

Marketing Management (anglais) & Markstrat

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 42.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E7IM701

Présentation

The course is aimed at providing students with a solid foundation in Marketing Management.

You will introduce in France a product/service which does not yet exist in France, but already exists outside France.

You will define a business, marketing, and financial approach adapted to the French market. This project will be an evaluation of your analytical abilities and an evaluation of your ability to integrate with relevance and coherence your options in relation to your product/service on the French market.

Objectifs

- * The main objective will be to elaborate a Business , Marketing & Financial approach with relevance and coherence . The objectives shall include
- * Market analysis & surveys,
- * Strategic approach of the market and key objectives,
- * Implementation of marketing strategy & communication media,
- * Marketing cost evaluation,
- * Presentation of Recommendation Report on Marketing Management.

Évaluation

Mid-term Exam 30% / Final exam & presentation 70%

Pré-requis nécessaires

Basic knowledge in Marketing , General practice of research on internet.

Compétences visées

Recommendation of Marketing Management Strategy, / Ability to perform in teams

Students will learn how to make:

1. Presentation of the company and the product or service in the Country of Origin Presentation of the company in its country, its market, its positioning & intended objectives Positioning of the product and its marketing mix, Motivations for launching the product on the Market of the Country of Destination.
2. The detailed analysis of the market in the Country of Destination The political economic social environmental & legal framework (PESTEL) Your sources of information: statistical data, Results of the qualitative approach Results of the quantitative approach Evaluation of the competition, The in depth analysis of their marketing mix & their SWOT.
3. The strategic approach of the market in the Country of Destination Your objectives Your positioning & the Perceptual Mapping The marketing mix: Product, Price, Place, Promotion 4. The Implementation of the strategy. The Organization & the launching of operations The communication (media and non-media) & the promotional activities, The adequacy of the location, The operational planning of the implementation.
4. Marketing cost evaluation Your communication costs Your marketing investments Your operational marketing costs.
5. Marketing Management Recommendation : Presentation of your Recommendation to the Company Management Committee & Investors.

Bibliographie

- * "Philip Kotler", Marketing Management & Internet sites on Marketing
- * "Mark W. Johnson", Clayton M. Christensen et Henning Kagermann, « Reinventing Your Business Model », *Harvard Business Review*, n° December 2008, 1^{er} décembre 2008
- * Webography: internet sites on Marketing

Contact(s)

> Audrey Davoust

Responsable pédagogique
agrignon@parisnanterre.fr

> Pascal Martin

Responsable pédagogique
m.pascal@parisnanterre.fr

Politique financière de l'entreprise •

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 42.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E7FIFPE

Présentation

Après un tour d'horizon des principales méthodes d'évaluation des entreprises utilisées sur les marchés financiers, le cours s'intéresse aux rôles de la croissance (investissement) et de la performance financière dans la création de valeur. La notion de croissance admissible est ensuite abordée pour développer une réflexion sur le financement par voie interne ou par voie externe de la croissance réelle de l'entreprise. Les deux derniers chapitres se penchent plus spécifiquement sur la question de l'impact respectif de la structure de financement et de la politique de distribution sur la valeur de l'entreprise.

Le plan du CM est le suivant :

1. Rappels sur les principaux documents comptables
2. Évaluation de la valeur d'une entreprise
3. Croissance et création de valeur
4. Croissance admissible et décisions financières
5. Théories du financement
6. Politique de distribution

Objectifs

Ce cours a pour objet de sensibiliser les étudiants du master 1 Finance aux principales problématiques de Finance. Ils pourront à l'issue de cet enseignement être capable d'évaluer la performance d'une entreprise ; d'analyser et discuter les décisions financières en matière d'investissement, de financement ou de dividende ; de mesurer la valeur d'une entreprise au travers de méthodes utilisées sur le marché financier ; plus globalement, de faire le lien entre stratégie de l'entreprise et financement.

Évaluation

Session 1 :

- Contrôle continu (50% de la note finale) : examen sur table d'une durée maximum de 2 heures pouvant inclure des QCM, des exercices de réflexion, des questions de cours, des questions de réflexion.
- Contrôle fin de semestre (50% de la note finale) : Examen sur table d'une durée maximum de 3 heures (50 % de la note) pouvant inclure des QCM, des exercices de réflexion, des questions de cours, des questions de réflexion.

Session 2 :

- Examen sur table d'une durée maximum de 3 heures (100% de la note finale) pouvant inclure des QCM, des exercices de réflexion, des questions de cours, des questions de réflexion.

Compétences visées

- * Maîtriser les méthodes d'évaluation par les flux.
- * Construire un business plan.
- * Expliciter le rôle de l'actualisation.
- * Comparer les sources de financement.
- * Estimer l'impact du choix d'une source sur la structure financière
- * Étudier les arbitrages dans les choix de financement.
- * Identifier les principaux déterminants de la structure financière des entreprises
- * Déchiffrer la politique de dividende

Bibliographie

- * Quiry, Y. le Fur. *Finance d'entreprise*, Dalloz, 2020 (ou plus récent)
- * Damodaran A. *Damodaran on Valuation: Security analysis for investment and corporate finance*, Wiley, 2006 (ou plus récent)
- * + Site Internet : www.vernimmen.net

Contact(s)

> **Emmanuel Boutron**

Responsable pédagogique
boutron@parisnanterre.fr

UE Gérer un projet & Innover

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 7,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Manager l'innovation
- Management de projet et introduction aux SI

Manager l'innovation

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 42.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E7MO74I

Présentation

Les principales étapes du développement d'un nouveau produit seront abordées, de la génération d'idées à la phase de lancement sur le marché.

Objectifs

L'objectif de ce cours est d'apporter les connaissances de base relatives au développement d'un nouveau produit ou service.

Évaluation

L'évaluation comporte deux volets : la présentation de cas et la rédaction d'un rapport sur la création d'un nouveau produit et/ou QCM d'une durée maximum de 2H (en présentiel ou en distanciel).

Examens

Dupont, E, *Développer et lancer un nouveau produit*, DeBoecks, 2009.

Kotler.P, Dubois.B, Manceau.D, *Marketing Management*, Pearson, Education, 13 édition.

Tidd.J, Bessant.J, *Managing Innovation*, Wiley, 2012.

Management de projet et introduction aux SI

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E7GMPSI
- > En savoir plus : <https://coursenligne.parisnanterre.fr/course/view.php?id=974>

Présentation

Cours de base sur la gestion de projet qui présente et permet de mettre en œuvre les techniques de base : cadrage d'un projet, ordonnancement, planification, cost-control, conduite du changement.

Partie introductive sur les Système d'Information donnant les bases en vue du stage de M1 et des cours spécialisés de M2 selon les options.

Objectifs

Être capable de participer à un projet et de gérer un projet simple.

Connaître les enjeux du Système d'Information en entreprises et les principales applications utilisées.

Être capable de modéliser dans des cas simples les données, les flux et les processus

Évaluation

- Une évaluation individuelle (50%) - Une évaluation individuelle sous la forme de QCM administrée via la plateforme Cours en ligne (50%)

Pré-requis nécessaires

Base de gestion sur les couts et le calcul de rentabilité

Compétences visées

Pour la partie projet :

- * Connaître les principes et les enjeux de la gestion de projet
- * Savoir organiser un projet simple
- * Savoir mettre en œuvre les techniques de gestion de projet : organigramme des tâches, planification, suivi des coûts, analyse des risques

Pour la partie management des SI :

- * Connaître la définition et les enjeux des SI
- * Savoir modéliser des données simples
- * Savoir modéliser un processus simple
- * Savoir modéliser des échanges entre des acteurs

Connaître les principales applications du SI en entreprise

Bibliographie

- * Le management des projets de système d'information ; Bernard Quinio Auguste Lecoœur Paris Vuibert 2003
- * Le management de projet ; Gilles Garel, La Découverte, 2ème édition, 128 pages
- * Management d'un projet Système d'Information - 8e édition, Chantal Morley Collection : InfoPro, Dunod, mai 2016

Ressources pédagogiques

Tous les supports sont sur cours en Ligne

Chaque séance de cours permet de faire une partie du travail personnel, il faut ajouter la révision et l'utilisation des ressources en ligne et la finalisation des TD. Environ 40h de travail personnel pour 22h de cours.

Contact(s)

> **Bernard Quinio**

Responsable pédagogique
bquinio@parisnanterre.fr

UE Élargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 4.5

Liste des enseignements

- UE Élargir ses connaissances
 - Digital Marketing Strategy (en anglais)
 - Droit de l'entreprise

UE Élargir ses connaissances

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Digital Marketing Strategy (en anglais)
- Droit de l'entreprise

Digital Marketing Strategy (en anglais)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

This course aims to identify the benefits of new technologies in marketing by understanding the opportunities of digital marketing. It is designed to give students the practical and theoretical knowledge to appreciate the different types of digital marketing tools. It also aims to understand how digital marketing is applied by companies in the real world by analyzing worldwide cases of marketing campaigns on Internet and mobile phones.

Objectifs

- * Identify the benefits of new technologies to marketing.
- * Understand the opportunities and challenges of digital marketing.
- * Analyze successful cases of marketing campaigns on Internet and mobile phones.

Évaluation

Session 1 : CC 50% + examen écrit 50%

Session 2 : épreuve orale

Compétences visées

- * To deal with case studies in Marketing.
- * To provide relevant recommendations for an organization.

Bibliographie

- * Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2019), Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 7th edition, Pearson Education Limited .

- * Charlesworth A. (2021), Absolute Essentials of Digital Marketing, Routledge Focus.
- * Charlesworth A. (2018), Digital Marketing, A practical Approach, Routledge Focus, Third Edition
- * Hanlon A. (2019), Digital Marketing, Strategic planning & Integration, Sage.
- * Kingsnorth S. (2016), Digital Marketing Strategy, An Integrated Approach to online Marketing, KoganPage.
- * Kotler M., Cao T., Wang S. & Qiao C. (2020), Marketing Strategy in the Digital Age, Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing, Word Scientific.
- * Rogers J. (2021), The Digital Marketing Landscape, Creating a Synergistic Consumer Experience, Business Expert Press.
- * Swartz A. (2020), See you on the Internet : Building Your Small Business with Digital Marketing, Page Two.

Contact(s)

> **Sinda Agrebi dejouy**

Responsable pédagogique
sagrebid@parisnanterre.fr

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E7ET702

Présentation

Le cours se divise en droit des sociétés (12h) et droit de la concurrence (12h).

Le cours de droit des sociétés comprend en trois parties :

La première partie vise à distinguer l'entreprise individuelle de la société

La deuxième partie (la plus importante) traite de la société/contrat et de la société/personne morale, du fonctionnement de la société (dirigeants/associés/CAC), de la dissolution de la société

La troisième partie traite des règles propres à chaque type de sociétés : SA, SAS, SARL, société civile.

Le cours de droit de la concurrence traite des règles françaises et de l'Union européenne du contrôle des pratiques anticoncurrentielles des entreprises.

Ce cours permet d'aborder les notions essentielles du droit des pratiques anticoncurrentielles que sont les notions d'activité économique, de marché, d'entente illicite et d'entente exemptée, d'abus de position dominante.

Objectifs

- Maîtrise des fondamentaux du droit des sociétés
- Acquisition du raisonnement juridique (méthodologie) à travers des mini-cas pratiques
- Capacité de recherche et d'analyse des textes juridiques (utilisation des codes, de Legifrance)
- Aptitude à définir les problématiques juridiques
- Connaissance des éléments fondamentaux du droit des pratiques anticoncurrentielles.
- Capacité de recherche et d'analyse des sources textuelles et jurisprudentielles.
- Compréhension des enjeux économiques et juridique.
- Identification des problématiques juridiques liées à l'application des règles à des cas concrets.

Pré-requis nécessaires

QCM de 2h maximum.

Le Cannu et B. Dondero, Droit des sociétés, précis Domat, LGDJ

Cozian, A. Viandier et F. Deboissy, Droit des sociétés Lexisnexis

Memento pratique, Sociétés commerciales, Francis Lefebvre.

Blaise (J.-B.) Desgorces (R.), "Droit des affaires : commerçants, concurrence, distribution", Manuel LGDJ, 2019, 623 p.

Malaurie-Vignal (M.), "Droit de la concurrence interne et communautaire", Dalloz, Sirey, 2019, 416 p.

UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 3.0

Liste des enseignements

- UE Développer ses compétences business et linguistiques
- Doing Business (I)

UE Développer ses compétences business et linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Doing Business (I)

Doing Business (I)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

UE S'investir pour son université et dans son projet personnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 1.5

Liste des enseignements

· Promouvoir son projet et son master (I)

Promouvoir son projet et son master (I)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 21.0

Liste des enseignements

- UE Maîtriser les fondamentaux 2
 - Business Strategy
 - Digital tools
 - Formation certifiante en digital
- UE Savoir communiquer / se spécialiser
 - Ressources humaines
 - Supply Chain Management
 - Communication

UE Maîtriser les fondamentaux 2

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 9.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Business Strategy
- Digital tools
- Formation certifiante en digital

Business Strategy

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E8MO82I

Présentation

- * Contexte : révolution numérique, disruption et nouveaux modèles d'affaires, quête de sens des consommateurs
- * Cœur de métier et cycle de vie du produit, dépendance
- * Élaborer un SWOT
- * Dégager les Facteurs Clés de Succès et les compétences distinctives
- * Savoir-faire des préconisations au regard de l'état des lieux

Objectifs

Capacité à comprendre la manière d'établir la stratégie d'une organisation et les plans d'actions qui lui sont liés.

Évaluation

Exposé, devoir en cours et QCM

Pré-requis nécessaires

Aucun

Compétences visées

- * Réaliser un diagnostic global de l'entreprise et de son environnement
- * Mettre en œuvre les différents outils d'analyse externe et interne
- * Identifier les Facteurs Clés de Succès du secteur et avantages concurrentiels
- * Identifier les points clés de la mise en œuvre stratégique

- * Strategor, Toute la stratégie de la start-up à la multinationale, 8^{ème} édition, Dunod
- * Stratégie Océan Bleu, Comment créer de nouveaux espaces stratégiques, W. Chan Kim, Renée Mauborgne, Pearson
- * Lean Startup, Adoptez l'innovation continue, Eric Ries, Pearson

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 36.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E8ET801

Présentation

- * Gestion du poste de travail, sécurité et maintenance
- * Rappel Excel et fonction avancées
- * Rédaction d'un document professionnel
- * Compléments Word et PDF
- * Panorama et choix des outils de communications
- * Panorama et choix des outils de travail collaboratifs
- * Création de blog et de site web
- * Gestion de la présence sur le web (référencement organique, réseaux sociaux)
- * Usage professionnel de la photo et de la vidéo : shooting photo avec un réflex numérique, captation vidéo avec caméra, développement photo, montage vidéo
- * Le RGPD et la réglementation sur le digital

Objectifs

Ce cours a pour objectif de former les étudiants aux principaux outils digitaux. Une attention toute particulière est portée sur la connaissance de ces outils et sur leur mise en pratique

- * Maîtriser les outils de base du gestionnaire en entreprise et être autonome dans leur utilisation : Excel, WORD, ...
- * Savoir utiliser l'outil de communication le plus adapté en fonction des besoins : Chat, mail, visio, réalité virtuelle, ...
- * Savoir créer des outils de communication adaptés au Web : site, blog, page facebook, Instagram, vidéo
- * Savoir gérer une présence professionnelle sur les réseaux sociaux en fonction de son métier

Évaluation

Session 1 : Contrôle continu

Session 2 : Devoir sur table ou QCM

Contact(s)

> **Bernard Quinio**

Responsable pédagogique
bquinio@parisnanterre.fr

> **Patrick Simon**

Responsable pédagogique
pasimon@parisnanterre.fr

Formation certifiante en digital

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : Hybride
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E8MO83I

Présentation

- * Web presence
- * Web design
- * Online business strategy
- * Search (Organic Search + Paid Search)
- * Keywords
- * Advertise locally
- * Social media basics
- * Mobile marketing
- * Content marketing
- * Display advertising
- * Analytics
- * E-commerce
- * Expand internationally

Objectifs

Cette formation a pour objectif de dispenser aux étudiants les bases du marketing digital.

Évaluation

Session 1 : Certification en ligne et/ou Participation (TD) et/ou Examen (QCM ou devoir sur table)

Session 2 : Certification en ligne et/ou Examen (QCM ou devoir sur table)

Compétences visées

- * Connaître les bases du marketing digital

UE Savoir communiquer / se spécialiser

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 7,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Ressources humaines
- Supply Chain Management
- Communication

Ressources humaines

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

Enseignement fondamental en gestion des ressources humaines destiné à former de futurs cadres d'entreprise.

Évaluation

- * Contrôle continu : réalisation d'un projet en groupe de 2 à 3 personnes à remettre à la fin du semestre et restitution orale à la dernière séance (50% de la note finale).
- * Partiel : examen écrit (50% de la note finale)

Ressources pédagogiques

Supports de cours mis à la disposition des étudiants sur l'espace CEL.

Supply Chain Management

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français, Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

- * Les fondements de la logistique
- * Les stratégies logistiques de distribution (pilotage des flux et gestion des stocks)
- * Les stratégies logistiques de production (planification des approvisionnements)
- * De la logistique au *SCM* : effet Bull-Whip et pratiques collaboratives, audit logistique

Objectifs

Découvrir et comprendre les pratiques et stratégies existantes dans les domaines de la logistique et du *supply chain management*

Évaluation

Session 1 : Évaluation écrite individuelle de 2 heures (calculatrice autorisée)

Session 2 : Évaluation écrite individuelle de 2 heures (calculatrice autorisée)

Pré-requis nécessaires

Bases de la logistique et du *supply chain management* acquises en M1 MSI

Compétences visées

Être en mesure de comprendre les stratégies de base déployées en logistique et *SCM*, de piloter des stocks, de chercher à en améliorer la gestion (réduction des coûts et préservation du niveau de service) et de planifier des approvisionnements.

Bibliographie

Jacques Colin, Gilles Paché, *La logistique de distribution*, Chotard et associés éditeurs

Marc Filser, Véronique des Garets, Gilles Paché, *La distribution : organisation et stratégie*, Editions EMS

Philippe-Pierre Dornier, Michel Fender, *La logistique globale et le supply chain management : enjeux - principes - exemples*, Editions d'Organisation

Ressources pédagogiques

BU de Nanterre

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

UE Se former en milieu professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 3.0

Liste des enseignements

- UE Se former en milieu professionnel
- Valoriser son expérience professionnelle (atelier linkedin, atelier cv, atelier entretien d'embauche)

UE Se former en milieu professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Valoriser son expérience professionnelle (atelier linkedin, atelier cv, atelier entretien d'embauche)

Valoriser son expérience professionnelle (atelier linkedin, atelier cv, atelier entretien d'embauche)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

5 thématiques abordées durant les 18 heures de cours :

- * **Comportements professionnels** : cet atelier a pour objectif de faire prendre conscience aux étudiants de l'importance d'avoir un comportement professionnel dans le cadre de sa recherche, en amont de la rencontre avec l'entreprise. Différents aspects sont ainsi abordés (notamment tout ce qui concerne le savoir-être)
- * **Simulation d'entretien d'embauche** : L'objectif est bien évidemment de se préparer et de s'entraîner à cet exercice particulier (jeu questions/réponses, mise en situation avec retour de l'ensemble des participants...). Je pense que 2 séances sont nécessaires afin d'acquérir les bons réflexes.**Approche directe des entreprises**: Exercice consistant à travailler un script pour une démarche téléphonique des entreprises (travail sur le discours et la levée des objections)
- * **Approche sur les réseaux sociaux pro. (LinkedIn)** , développement d'un réseau personnel, marché caché/ouvert et travail sur le CV.
- * **Valorisation de son parcours** : Mise en relief des compétences professionnelles (hard skills) et personnelles (soft skills)

Objectifs

Aider l'étudiant à trouver son alternance ou son stage et plus généralement mieux le préparer à rechercher un emploi à l'issue de la fin de son cursus universitaire.

Évaluation

Évaluation réalisée sur deux critères :

- * Participation en cours et réalisation des travaux demandés (50%)
- * QCM fin de parcours (50%)

Compétences visées

- * Mise en valeur des compétences personnelles.
- * Meilleure appréhension des entretiens d'embauche.
- * Connaissance des attentes des recruteurs.
- * Organisation de sa recherche d'emploi (de stage ou d'alternance).

Ressources pédagogiques

Supports cours ateliers

UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 6.0

Liste des enseignements

- UE Développer ses compétences business et linguistiques
- Mission apprentissage + mémoire professionnel

UE Développer ses compétences business et linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Mission apprentissage + mémoire professionnel

Mission apprentissage + mémoire professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 4.5

Liste des enseignements

- UE S'investir pour son université et dans son projet
- Doing Business (II)
- Promouvoir son projet et son master (II)

UE S'investir pour son université et dans son projet

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Doing Business (II)
- Promouvoir son projet et son master (II)

Doing Business (II)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Promouvoir son projet et son master (II)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 21.0

Liste des enseignements

- UE Manager et Maîtriser son environnement à l'international
 - Management International
 - Corporate Stratégie et RSE
 - Droit international
- UE Piloter & Innover
 - Innover et créer de la valeur
 - Contrôle et pilotage stratégique

UE Manager et Maîtriser son environnement à l'international

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 12.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Management International
- Corporate Stratégie et RSE
- Droit international

Management International

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

Géopolitique internationale / focus Asie
rappel historique des relations internationales
les grandes puissances européennes
glissement vers l'est de la puissance économique et militaire.

Objectifs

Découvrir les forces en présence et la relativité des causes légitimes.
Sortir d'une culture ethnocentriste pour mieux comprendre les enjeux planétaires vs les enjeux des nations.

Évaluation

Session 1 :
Contrôle continu et examen terminal

Session 2 :
Examen

Compétences visées

Acquérir une culture générale et réaliser la complexité des idéologies afin d'analyser avec recul les enjeux économiques et politiques internationaux.

Bibliographie

* L'arrogance chinoise – Erik Israelewicz

- * Dictionnaire des relations internationales au XX^{ème} siècle – Maurice Vaïsse et autres
- * Quand la chine s'éveillera – Alain Peyrefitte

Ressources pédagogiques

Powerpoint, vidéos, internet.

Contact(s)

- > Responsable pédagogique

Corporate Stratégie et RSE

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 25.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4EgSIg02

Présentation

Ce cours rappelle d'abord les fondamentaux de la stratégie, offre ensuite des connaissances et des outils qui permettent de situer l'entreprise dans son environnement économique et socio-politique international et de faire l'analyse des modalités du déploiement international des firmes. La gestion du portefeuille international est également abordée.

Objectifs

Ce cours a pour but de permettre aux étudiants d'atteindre les objectifs spécifiques suivants : approfondir les concepts de base en analyse stratégique ; appréhender les opportunités et les contraintes des organisations dans un univers international complexe et turbulent ; développer des aptitudes à la critique, à la synthèse et à l'argumentation indispensables à l'exercice du management stratégique, tant sur le plan national qu'international.

Évaluation

Session 1 :

- Formule standard : Les étudiants seront notés sur la base d'un examen final (50% de la note finale) et d'un contrôle continu (exposé d'un cas d'entreprise plus remise du support – 40% de la note ; participation – 10% de la note).

Session 2 :

un partiel écrit.

Pré-requis nécessaires

Connaître les fondamentaux de la stratégie (abordés en Master 1)

Compétences visées

Développement d'un mode de pensée analytique, créatif et critique. Apprendre le management international. Plonger dans le business opérationnel dans un environnement international, complexe et turbulent.

Bibliographie

- * Ansoff, I., (1988), *Corporate Strategy*, Penguin Books.
- * Atamer T., Calori R. (1993), *Diagnostic et décisions stratégiques*, Dunod.
- * Autissier D., Bensebaa F., Boudier F. (2012), *L'atlas du management*, Eyrolles.
- * Bensebaa F. (2021), (coordonné par), *Dynamique concurrentielle : acteurs singuliers, stratégies plurielles*, EMS.
- * D'Aveni (1995), *Hypercompétition*, Vuibert.
- * D'Iribarne, Henry A., Segal J.-P. (1998), *Cultures et mondialisation : gérer par delà les frontières*, Seuil.
- * Koenig G. (1996), *Management stratégique*, Nathan.
- * Laroche H., Nioche J.-P. (Eds.) (1998), *Repenser la stratégie, fondements et perspectives*, Vuibert.
- * Mintzberg, H., Ashstrand, B. and Lampel, J. (1998), *Strategy Safari*, Prentice Hall
- * Porter M.E. (1993), *L'avantage concurrentiel des nations*, InterEditions. Porter M.E. (1999), *La concurrence*, Village Mondial.

Ressources pédagogiques

Bibliothèque de l'Université Paris Nanterre.

Bases de données : Business Source Ultimate, Cairn, Europresse, Factiva.

Contact(s)

> Faouzi Bensebaa

Responsable pédagogique

bensebaaf@parisnanterre.fr

Droit international

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

Le cours porte sur les deux éléments principaux du commerce international : les sociétés et la vente internationale de marchandises. Il donne les clés de compréhension et de fonctionnement de ces deux éléments de base du commerce mondial.

I. Les sociétés

- A - La nationalité des sociétés et ses enjeux
- B - La loi applicable au fonctionnement des sociétés

II. La vente internationale de marchandises

- A - Formation
- B - Exécution

Évaluation

Session 1 : examen terminal : épreuve sur table en 2 heures
Session 1 : mode dérogatoire : épreuve sur table en 2 heures
Session 2 : examen terminal : épreuve sur table en 2 heures

Ressources pédagogiques

Droit du commerce international, précis Dalloz

Contact(s)

- > **Laurent Ruet**
Responsable pédagogique

UE Piloter & Innover

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 9,0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Innover et créer de la valeur
- Contrôle et pilotage stratégique

Innovater et créer de la valeur

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

Ce cours a pour objet de montrer le rôle clé de l'innovation ouverte dans la stratégie de l'entreprise et d'initier à la démarche du Design Thinking, de la phase d'inspiration jusqu'à la mise en œuvre d'une proposition de valeur. Ce cours, fondé sur un travail de groupe, permet aux étudiants de s'approprier par la pratique, les principaux concepts indispensables au développement d'un projet innovant.

Évaluation

Session 1 : Mémoire

Session 2 : Devoir sur table

Contrôle et pilotage stratégique

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français, Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

Cet enseignement s'adresse aux étudiants en dernière année de Master. Il vise à leur offrir les connaissances de base leur permettant de maîtriser les outils de pilotage de la stratégie, de comprendre le lien entre le contrôle et la stratégie et de maîtriser l'information de gestion de la phase d'élaboration à celle de l'audit

Objectifs

Savoir construire des tableaux de bord pertinents, pertinents par rapport aux stratégies mises en œuvre et par rapport aux risques que celles-ci induisent ;

savoir exploiter les tableaux de bord dans le cadre d'un processus d'animation et de communication avec les managers et les dirigeants en adéquation avec les cycles économiques réels des organisations et des enjeux de réactivité.

Évaluation

En groupe et individuelle

Pré-requis nécessaires

Connaissances solide en contrôle de gestion et en stratégie.

Compétences visées

Savoir identifier le statut et le rôle des outils de mesure de la performance

S'approprier la démarche d'élaboration : étapes, instruments (maquettes, fiche d'indicateur, etc.), risque et points de vigilance, etc.

Etre en mesure d'exploiter l'information de gestion (Balanced Scorecard, tableaux de bord, reporting, etc.) et l'intégrer dans le processus de prise de décision.

Bibliographie

- * Kaplan R., Mc Millan D. 2020, Updating the Balanced Scorecard for Triple Bottom Line Strategies, HBR, working paper 21- 028
- * Robert S. Kaplan et David P. Norton, Comment utiliser le tableau de bord prospectif pour créer une organisation orientée stratégie. Éd. Les éditions d'organisation. Paris 2001.
- * Lorino Philippe (2003), Méthodes et pratiques de la performance, 3e édition, Les éditions d'organisation.
- * Carla Mendoza et Marie-Hélène Delmond, Tableaux de bord : Donnez du sens à vos indicateurs, Éd. Groupe Revue Fiduciaire, 2011.
- * Caroline Selmer, Concevoir le tableau de bord - 3e édition: Outils de contrôle, de pilotage et d'aide à la décision, Éd. Dunod: 3e édition, 2011.
- * Demeestère R., Lorino P. et Mottis N. (2006), Contrôle de gestion et pilotage de l'entreprise, 3ème édition, Dunod.
- * Choffel Denis, Meyssonier François, Dix ans de débats autour du Balanced Scorecard, Comptabilité - Contrôle – Audit, 2/2005 (Tome 11), p. 61-81.
- * Revue française de gestion, Le Balanced Scorecard à l'épreuve de l'expérience, dossier spécial, 2011/2 (n° 211). 148 pages.

Ressources pédagogiques

Cours en ligne 2816

Contact(s)

> **Manel Benzerafa alilat**

Responsable pédagogique

mbenzerafaalilat@parisnanterre.fr

UE Élargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 4.5

Liste des enseignements

- UE Élargir ses connaissances
- Manager un projet et une marque à l'international

UE Élargir ses connaissances

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Manager un projet et une marque à l'international

Manager un projet et une marque à l'international

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

La marque joue un rôle primordial dans la vie de toute entreprise. Elle est créatrice de valeur. La marque raconte des histoires et développe un univers symbolique. Créer une marque forte est complexe et demande aux managers de réfléchir en permanence sur ce qu'elle est et sur ce qu'elle doit être à court, moyen et long terme.

Objectifs

Ce cours a pour objet de faire appréhender aux étudiant(e)s l'importance des marques et de leur bonne gestion. Il vise à faire découvrir, sur la base de cas et d'illustrations, les principales stratégies visant à accroître la « valeur » des marques en s'appuyant sur leur histoire et leur identité.

Évaluation

session 1 :

Formule standard : Étude de cas en groupe

Formule dérogatoire : Examen terminal – Épreuve sur table en 1h30

Session 2 : Examen terminal – Épreuve sur table en 1h30

Pré-requis nécessaires

Les étudiants doivent avoir une connaissance des principes généraux de gestion et de marketing.

Compétences visées

Approche à long terme de la gestion des marques

- * Kapferer, Jean-Noël (2007), Les marques, capital de l'entreprise, Editions d'Organisation.
- * Michel, Géraldine (2009), Au cœur de la marque, Editions Dunod (2ème édition).
- * Remaury, Bruno (2004), Marques et récits, Editions Du Regard.
- * [Géraldine Michel, Management transversal de la marque](#) , Une exploration au coeur des marques, Dunod, 2013

Contact(s)

> [Nathalie Veg](#)

Responsable pédagogique
nveg@parisnanterre.fr

UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 3.0

Liste des enseignements

- UE Doing Business (III)
- Doing Business (III)

UE Doing Business (III)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Doing Business (III)

Doing Business (III)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 1.5

Liste des enseignements

- UE S'investir pour son université et dans son projet
- Promouvoir son projet et son master

UE S'investir pour son université et dans son projet

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Promouvoir son projet et son master

Promouvoir son projet et son master

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 15.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 21.0

Liste des enseignements

- UE Management et intelligence stratégique
 - Management de la Décision
 - Conseil et Management Stratégique
 - Stratégie digitale, Inbound marketing & IA (intelligence artificielle)

UE Management et intelligence stratégique

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 10.5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Management de la Décision
- Conseil et Management Stratégique
- Stratégie digitale, Inbound marketing & IA (intelligence artificielle)

Management de la Décision

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

- * Mise en situation pratique pour expérimenter les différents niveaux qui seront étudiés : individu / groupe / situation
- * Dynamique de groupe
- * Leadership et management
- * Processus décisionnels : modèle classique, limites individuelles de la décision, effets de groupe, modèles organisationnels

Objectifs

Préparer les étudiants à de futures fonctions d'encadrement grâce à :

- * La transmission de concepts liés au management et à la prise de décision
- * Des mises en situations d'encadrement d'équipe et de prise de décision dans différents contextes

Évaluation

Session 1 : Une note de contrôle continu (50%) et une note d'étude de cas / de situation.

Session 2 : étude de situation

Compétences visées

Utiliser les méthodes et outils d'observation et d'analyse des phénomènes de groupe, leadership et prise de décision

Se mettre en recul d'une situation, s'auto-évaluer et se remettre en question pour prendre les meilleures décisions possibles dans un contexte donné

Travailler en équipe autant qu'en autonomie

Développer une argumentation avec esprit critique

Bibliographie

- * Allard-Poesi F., *Management d'équipe*, Dunod, 2012
- * Aubert N., Gruère J.P., Jabes J., Laroche H., Michel S., *Management. Aspects humains et organisationnels*. PUF, 1991

Conseil et Management Stratégique

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Stratégie digitale, Inbound marketing & IA (intelligence artificielle)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 35.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > En savoir plus : www.simon-marketing.fr <http://www.simon-marketing.fr>

Présentation

- * Concevoir une stratégie de marketing digital
- * La leçon du marketing direct au digital
- * Auditer un site Web
- * UX Design et performance web
- * Rédiger pour le web
- * L'inbound marketing et le brand content
- * L'email marketing
- * Le référencement naturel (SEO)
- * Le référencement payant (SEA)
- * Les stratégies Social Media (Facebook, Instagram, Twitter)
- * Mettre en œuvre une stratégie de marketing digital
- * Introduction au neuromarketing appliqué au digital
- * Apports et enjeux de l'IA

Objectifs

Ce cours a pour objectif de présenter les principes clés de la stratégie digitale, l'inbound marketing et le brand content et d'introduire les apports et enjeux de l'IA.

Évaluation

Session 1 : contrôle continu

Session 2 : devoir sur table ou QCM

Compétences visées

- * Savoir évaluer les performances d'un site web
- * Identifier les facteurs clés de succès d'un site Internet
- * Créer une arborescence de sites web
- * Créer un design de home page et landing page (introduction à l'UX Design)
- * Créer un emailing
- * Savoir rédiger un post
- * Créer une campagne SEO
- * Identifier des mots clés pertinents
- * Créer une campagne Adwords
- * Construire des annonces Adwords
- * Créer une campagne Social Ads
- * Maîtriser le vocabulaire digital
- * Comprendre l'IA

Bibliographie

- * La boîte à outils de la Stratégie digitale omnicanale, Dunod
- * La boîte à outils du Marketing digital, Dunod
- * Marketing digital, Pearson

UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise OU Se former en milieu professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 6.0

Liste des enseignements

- UE Conduire un travail mobilisant ses recherches et son expertise
 - Méthodologie de la recherche
 - Valoriser son expérience

UE Conduire un travail mobilisant ses recherches et son expertise

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 9,0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Méthodologie de la recherche
- Valoriser son expérience

Méthodologie de la recherche

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 20.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Valoriser son expérience

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 4.5

Liste des enseignements

- UE Elargir ses connaissances
 - Data science et systèmes d'information
 - Negotiation Skills & Strategic Business Games

UE Elargir ses connaissances

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 7,5
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

- Data science et systèmes d'information
- Negotiation Skills & Strategic Business Games

Data science et systèmes d'information

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Negotiation Skills & Strategic Business Games

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

Negotiation skills (techniques d'expression) [15h] :

Ces 5 séances de 3H ont pour objectif d'améliorer votre communication orale en général et votre prise de parole en public, plus particulièrement. Nous ferons des exercices pratiques d'entraînement théâtral, portant sur l'expression corporelle, la respiration, la diction, mais aussi l'écoute et le contact avec l'autre. Nous utiliserons également l'improvisation afin de développer votre créativité et votre sens de la répartie.

Strategic Business Game [15h] :

jeu d'entreprise sur un logiciel de simulation Globestrat.

Évaluation

Negotiation skills : Participation en cours et examen final. Prise de parole en public inférieure à 10 min

Strategic Business Game : Participation et résultat du jeu

Contact(s)

> Emilie Lecouvey

Responsable pédagogique
elecouvey@parisnanterre.fr

UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 3.0

Liste des enseignements

- UE Développer ses compétences business et linguistiques
- Doing Business IV

UE Développer ses compétences business et linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Liste des enseignements

· Doing Business IV

Doing Business IV

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique