

2018- 2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : *MANAGEMENT STRATEGIQUE 1*

Semestre : 5

Durée : 18 heures CM et 12 heures TD

Enseignante : *Cécile JARRY-LETHU*

<p align="center">Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Les fonctions de l'entreprise</p>	<p align="center">Sommaire (Course Description) et Calendrier (Schedule)</p> <p>Introduction</p>
<p align="center">Objectifs (Course objectives)</p> <p>L'étudiant sera capable</p> <ul style="list-style-type: none"> • de détecter une situation de nature stratégique • d'identifier l'information stratégique utile et de la collecter • de choisir les outils d'analyse adéquats pour faire l'intelligence de la situation • de mettre en application des outils stratégiques • de dégager des enseignements stratégiques 	<p>Partie 1 : La stratégie, de quoi s'agit-il ?</p> <p>1.1 Les définitions de base</p> <p>1.2 Les concepts de base en stratégie</p> <p>1.3 Les différents niveaux de stratégie</p> <p>1.4 Le processus stratégique</p> <p>Partie 2 : La pensée stratégique</p> <p>2.1 Historique de la pensée stratégique</p> <p>2.2 Le diagnostic stratégique externe : quelques modèles</p> <p>2.3 Le diagnostic stratégique interne : quelques modèles</p> <p>2-4 Des modèles synthétiques</p> <p>Conclusion</p>
<p align="center">Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Cours magistral (CM)</p> <p>Etudes de cas-Mode Projet (TD)</p>	<p align="center">Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Examen Terminal (CM)</p> <p>Contrôle continu en travaux de groupe (TD)</p>
<p align="center">Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Salle équipée de vidéoprojecteur (CM)</p> <p>Salle permettant le travail en groupes (TD)</p>	<p align="center">Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p><i>Stratégie</i>, G. Johnson, K. Scholes, R. Whittington, F. Fréry, Pearson Education</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **ECONOMIE INDUSTRIELLE**

Semestre : **5**

Durée : **24 heures CM**

Enseignante : **Isabelle LEROUX**

<p>Pré-requis (Prerequisites) Pas de pré-requis spécifique.</p>	<p>Plan de cours (Course Description)</p>
<p>Objectifs (Course objectives) L'objectif du cours est d'initier les étudiants aux fondements de l'économie industrielle. Il s'agit d'appréhender la pluralité des choix organisationnels possibles et leurs conséquences tout en s'appuyant sur une bonne connaissance du droit économique. Plus précisément, l'étudiant est amené à réaliser des analyses de structure et de marché autour des points suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - saisir le fonctionnement de la concurrence et ses conséquences sur l'optimum ; - comprendre les sources de défaillance du marché ; - analyser le rôle et le comportement des organisations, entreprises et Etat ; - maîtriser les principales règles du droit de la concurrence. <p>Partant de ce cours, l'étudiant doit être en capacité de traiter tant de l'entreprise industrielle ou de services que des groupes coopératifs et mutualistes. Il est également initié à l'économie des plateformes (GAFA...) et des réseaux.</p>	<p>Chapitre introductif : les bases de l'économie industrielle</p> <p>Partie 1 : Les théories de la firme Chapitre 1 : La justification économique des organisations : La théorie des coûts de transaction Chapitre 2 : Contrôle et efficience dans l'entreprise : les modèles de gouvernance Chapitre 3 : L'histoire compte : la théorie évolutionniste</p> <p>Partie 2 : Structures de marché, stratégies des firmes et politiques de la concurrence Chapitre 4 : Les structures de marché Chapitre 5 : Les stratégies concurrentielles des firmes Chapitre 6 : les politiques industrielles et de la concurrence</p> <p>Partie 3 : Stratégies des firmes innovation et territoires Chapitre 7 : La firme et le territoire : enjeux des pôles et clusters industriels Chapitre 8 : La transformation des services publics et les partenariats public/privé</p>
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods) Le cours est articulé autour des fondements théoriques de l'économie industrielle et d'applications empiriques fondées sur des études de cas : fusions-acquisitions ; analyse de cas de litiges à partir du contrôle des pratiques anti-concurrentielles par l'Autorité de la concurrence ; concentrations industrielles verticales / horizontales ; cas de comportements de délinquance managériale en lien avec l'actualité économique ; réseaux et plateformes. Un livret de cas est mis à la disposition des étudiants sur le moodle pour auto-entraînement. Les cas d'actualité sont traités en cours par l'enseignant.</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Examen terminal écrit mêlant questions de cours et analyses de cas.</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material) Vidéoprojection et internet.</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography) Economie industrielle, Carlton D.W., Perloff J.M., De boeck, collection ouvertures économiques, prémisses, nouvelle édition Théorie de l'organisation industrielle, TIROLE J, Economica, 2015 Economie des organisations, C. Ménard, La Découverte, 2012 Les nouvelles théories de l'entreprise, Coriat B., Weinstein O., Le livre de poche, Paris 1995. Economie et politique de la concurrence, Combe E., Précis Dalloz, 2005. Trente ans d'économie industrielle, numéro spécial de la Revue d'Economie Industrielle n°129-130 1^{er} et 2^e trimestre 2010. La 4^{ème} révolution industrielle, SCHWAB K, Dunod, 2017 Economie des clusters, VICENTE J., La découverte, 2016 Autre lecture généraliste : La nouvelle société du coût marginal zéro : l'internet des objets, l'émergence des communs collaboratifs et l'éclipse du capitalisme, RIFKIN J., LLL, 2016</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **Anglais**

Semestre : **5**

Durée : **20 heures TD**

Enseignantes : **Sonia BRUZAC, Lynda LECAUDEY, Anne WILKINSON**

Résumé du cours	Plan indicatif du cours
Business and Economic English / General English	<p>Il est prévu une ou deux séquences pédagogiques par semestre qui s'articulent dans une succession de cours en présentiel et cours en ligne.</p> <p>Toutes les compétences seront entraînées et pourront faire l'objet d'une évaluation.</p> <p>Listes des thématiques pouvant être abordées : Global brands, International marketing, Traditional education versus online education, Job automation and artificial intelligence in the workplace, The supply chain, Fast fashion</p> <p>Exemples de tâches intermédiaires et finales pouvant être réalisées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Express. Ecrite : rédaction de note de synthèse, synthèse critique, compte-rendu de projet, article, texte argumentatif - Comp. Orale : écoute portant sur des émissions ou reportages (radio/télé) - Express. Orale / Interaction Orale : jeux de rôles, exposés, débats, enregistrements audio/ vidéo <p><i>NB : Si les compétences entraînées et la démarche pédagogique restent globalement identiques, les thématiques peuvent varier, notamment en fonction de l'actualité et des besoins des étudiants. Chaque enseignant communiquera en début de semestre la progression qu'il aura retenue.</i></p>
Mots-clés Enseignement hybride / Classe inversée / démarche actionnelle / tâches / 5 compétences / Business English /	
Prérequis B1+ du CECRL Il faut maîtriser les outils et ressources en ligne pour le travail à distance Objectif: B2 / B2+ en fin de S6	
Démarche pédagogique Méthode hybride : cours en présentiel (10h) et cours à distance (10h) Démarche actionnelle - Mise en œuvre de tâches et mini-projets dans la langue cible - Activités de communication orales et écrites	
Disponibilité des ressources sur Moodle <u>Les ressources sur MOODLE sont doubles:</u> - parcours balisé avec des tâches obligatoires à réaliser dans le cadre du module - des ressources en libre-service pour entraîner des compétences, développer des connaissances <u>Nature des ressources :</u> Documents authentiques (audio / vidéo / écrits) Documents didactiques et méthodologiques (fiches de compréhension, aides lexicales, explications méthodologiques, activités orales et écrites) Supports des cours, Corrigés, Tests d'entraînement Forums de discussion	
Besoins en moyens pédagogiques Laboratoire de langue Salle équipée de vidéoprojecteur	Modalités de contrôle des connaissances - Contrôle continu - Les 5 compétences langagières peuvent être évaluées
Langue de l'enseignement Anglais	Sitographie (outils) Il est demandé aux étudiants d'utiliser les sites suivants www.theguardian.com https://www.npr.org/ https://www.bbc.com/news https://www.pbs.org/ www.word.reference.com www.linguee.fr

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : *MARKETING*

Semestre : 5

Durée : 20 heures CM et 10 heures TD

Enseignants : *Emeline MARTIN et Bruno DAUCÉ*

<p>Pré-requis (Prerequisites) Aucun</p>	<p>Plan de cours (Course Description)</p>
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <p>Ce cours a pour objectif de vous présenter les fondements du marketing. L'objectif est que vous compreniez le rôle du marketing (la création de valeur) et la démarche utilisée. L'accent sera mis sur les différentes méthodes de collecte d'informations pour mieux comprendre le marché. La stratégie marketing sera présentée à travers le tryptique segmentation, ciblage et positionnement, avant que ne soient présentées les différentes variables du mix.</p> <p>Au terme de ce cours, vous devriez être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les concepts de base du Marketing • Déterminer les différents outils à votre disposition pour réaliser un diagnostic et une étude de marché • Comprendre et expliciter la stratégie marketing • Mettre en œuvre un mix marketing cohérent <p>Plus spécifiquement, vous serez évalué sur votre capacité à :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développer une réflexion en termes de concepts marketing • Mobiliser le bon concept marketing selon la situation donnée • Définir le concept marketing mobilisé • Appliquer le concept marketing mobilisé • Développer un esprit de synthèse (synthétiser les informations disponibles ainsi que vos réponses) 	<p>Introduction : Qu'est-ce que le marketing ?</p> <p>Chapitre 1. L'analyse du marché</p> <p>1. La notion de marché</p> <p>1.1 Les différentes approches du marché 1.2 Les caractéristiques du marché 1.3 L'environnement du marché</p> <p>2. Les études marketing</p> <p>2.1 Le processus d'étude de marché 2.2 Quelques considérations dans la conduite d'une approche quantitative</p> <p>Chapitre 2. Définir sa stratégie marketing (aka. Marketing Stratégique)</p> <p>1. La sélection des clients</p> <p>1.1 La segmentation du marché 1.2. Le ciblage marketing</p> <p>2. Le choix du positionnement concurrentiel</p> <p>2.1 La différenciation 2.2 Le positionnement</p> <p>Chapitre 3. Le mix marketing</p> <p>1. Le produit</p> <p>1.1 La notion de produit 1.2 Les décisions relatives à une référence produit 1.3 La gamme 1.4 Le portefeuille de produits</p> <p>2. Le prix</p> <p>2.1 Qu'est-ce qu'un prix ? 2.2 Les trois stratégies principales de fixation des prix 2.3 La discrimination par les prix 2.4 Les prix internationaux</p> <p>3. La distribution</p> <p>3.1 La chaîne d'approvisionnement 3.2 Le circuit de distribution : Nature et importance 3.3 Un focus sur le commerce de détail (retailing)</p> <p>4. La communication</p> <p>4.1 La définition de la communication 4.2 Les types de communication 4.3 La stratégie de communication 4.4 Les outils de communication</p>
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods) Cours magistral</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation) Examen Terminal de 2h (extraits en anglais possible à l'examen)</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Salle équipée de vidéoprojecteur</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>Armstrong, G., Kotler, P. & Opresnik, M. O. (2016) Marketing: An Introduction. 13th Global ed. England: Pearson.</p> <p>Guéguen, N. (2013) 100 petites expériences de psychologie du consommateur : Pour mieux comprendre comment on vous influence. 2^{ème} ed. Paris : Dunod.</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C. & Piercy, N. (2013) Principles of Marketing. 6th European ed. England: Pearson.</p> <p>Kotler, P., Keller, K. & Manceau, D. (2015) Marketing Management. 15^{ème} ed. France : Pearson.</p> <p>Lendrevie, J. & Lévy, J. (2014) MERCATOR : Tout le marketing à l'ère numérique. 11^{ème} ed. Paris : Dunod.</p> <p>Lewi, G. & Lacoëuilhe, J. (2007) Branding Management : La marque, de l'idée à l'action. 2^{ème} ed. Paris : Pearson.</p> <p>Malaval, P., Decaudin, J.-M. & Devianne, G (2016) Pentacom : Communication marketing b-to-c et b-to-b, corporate, digitale et responsable. 4^{ème} ed. Tours : Pearson.</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (*Course Syllabus*)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : ***DROIT DU TRAVAIL***

Semestre : **5**

Durée : **18 heures CM**

Enseignante : ***Adeline MORIN TRUDELLÉ***

<p>Pré-requis (<i>Prerequisites</i>)</p> <p>Aucun</p>	<p>Plan de cours (<i>Course Description</i>)</p> <p>Thème 1- L'embauche Thème 2- Le contrat de travail Thème 3- L'exécution du contrat de travail Thème 4- La rupture du contrat de travail</p>
<p>Objectifs (<i>Course objectives</i>)</p> <p>-Définir les principales notions du droit du travail -Identifier les principales règles des relations individuelles (par opposition aux relations collectives)</p>	
<p>Démarche pédagogique (<i>Teaching Methods</i>)</p> <p>Cours magistral</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (<i>Evaluation</i>)</p> <p>Evaluation écrite de 1h30</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (<i>Course Material</i>)</p> <p>Vidéoprojecteur</p>	<p>Bibliographie indicative (<i>Indicative Bibliography</i>)</p> <p>Code du travail Revue droit du travail, revue de droit du travail Memento Lefebvre Social Ouvrage « Droit du travail, Droit vivant » Jean-Emmanuel Ray</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **GESTION DES RESSOURCES HUMAINES 1**

Semestre : **5**

Durée : **20 heures CM et 10 heures TD**

Enseignante : **Frédérique CHEDOTEL**

Pré-requis (Prerequisites)	Sommaire (Course Description) et Calendrier (Schedule)
Aucun	<p>Cours et TD réalisés tout au long du au semestre 1, avec présentation finale de la vidéo pendant la semaine d'examen</p> <p>Introduction : un cours de GRH en L3, pourquoi et comment ? → présentation du module, qu'est-ce que la GRH, objectifs et évaluation</p> <p>Partie 1 : GRH contextuelle → En amphi, mise en évidence de différentes configurations d'organisations (Mintzberg) et type de GRH dans chaque contexte → En TD1, choix et analyse d'une organisation, point mini-enquête</p> <p>Partie 2 : Attirer et recruter à l'ère digitale → En amphi, cours sur : les enjeux actuels du recrutement, le processus, les tendances et défis actuel + zoom sur un cas concret → En TD2, « guerre des talents » et point mini-enquête</p> <p>Partie 3 : Motiver et fidéliser, la rémunération totale → En amphi, brainstorming puis cours sur : les enjeux de la rémunération, la rémunération totale, comment les entreprises construisent leur rém financière, les leviers de rém psychologique, la qualité de vie au travail et la reconnaissance, les tendances et défis actuels + zoom sur un cas concret → En TD3, étude de cas et point mini-enquête</p> <p>Tout au long du cours, formation à la méthode d'enquête : poser une problématique, chercher un article et faire une fiche de lecture, définir un plan d'action et chercher des témoins, faire un guide d'entretien, réaliser une rétrospective, → En TD 4 et 5, finalisation de la mini-enquête, préparation de la présentation de la vidéo et de la rétrospective</p>
<p align="center">Objectifs (Course objectives)</p> <p>Connaître le rôle du DRH et les acteurs de la GRH</p> <p>Apprendre les bases de la GRH managériale à l'ère digitale, et ses défis actuels.</p> <p>Savoir décoder le contexte (entreprise privée, publique, ESS, organisation innovante...) et comprendre que ses conséquences sur les pratiques RH</p> <p>(Re-) découvrir les pratiques RH : aller à la rencontre du monde des organisations et rencontrer des praticiens</p> <p>Etre acteur du cours : vote, cas pratiques, discussions, mises en situation, mini-enquête</p>	<p align="center">Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>En 2018-19 :</p> <p>Pour le cours d'amphi, l'évaluation est un contrôle terminal oral, réalisé en groupe : teaser et projection d'une vidéo de 5 mn, dans laquelle les étudiants mettent en évidence les résultats de leur mini-enquête</p> <p>Pour les TD : moyenne de la note de participation orale + la note individuelle (fiche de lecture) + note du travail de rétrospective (écrit et oral)</p>
<p align="center">Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Amphi et salles de TD équipés d'une visio</p> <p>Moodle et UA box + applications : mentimeter, et à venir Trello et Klaxoon</p> <p>En TD, post it et feuilles de paperboard</p>	<p align="center">Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>TEDx Pourquoi DRH st le plus beau métier du monde ? https://www.youtube.com/watch?v=T710YRB02II</p> <p>Dernière édition du livre coordonné par Maurice Thévenet, Fonctions RH, Pearson</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (*Course Syllabus*)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : ***Projet Personnel et Professionnel***

Semestre : **5**

Durée : **6 heures TD**

Enseignante : **Cécile JARRY-LETHU**

<p>Pré-requis (<i>Prerequisites</i>)</p> <p>Le curriculum vitae</p>	<p>Sommaire (<i>Course Description</i>) et Calendrier (<i>Schedule</i>)</p>
<p>Objectifs (<i>Course objectives</i>)</p> <p>L'étudiant aura</p> <ul style="list-style-type: none"> • défini son objectif professionnel : secteur(s) d'activité, métier/fonction, compétences requises • défini la trajectoire vers son objectif professionnel : poursuite d'études, autres • préparé sa candidature : dossier de candidature, lettre de motivation, entretien de motivation 	<p><u>Séance 1</u> Atelier : La poursuite d'études Réflexion personnelle : Mon projet, ma trajectoire</p> <p><u>Séance 2</u> Atelier : La préparation de l'entretien Réflexion personnelle : Mon profil, ma motivation</p> <p><u>Séance 3</u> Atelier : Mise en situation (simulation d'entretien)</p>
<p>Démarche pédagogique (<i>Teaching Methods</i>)</p> <p>Ateliers Travaux individuels Travaux de groupe</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (<i>Evaluation</i>)</p> <p>Présentiel</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (<i>Course Material</i>)</p> <p>Salle équipée de vidéoprojecteur (CM) Salle permettant le travail en groupes (TD)</p>	<p>Bibliographie indicative (<i>Indicative Bibliography</i>)</p> <p>Ressources SUIO-IP</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **DROIT DES SOCIÉTÉS**

Semestre : **5**

Durée : **27 heures CM**

Enseignante : **Albane PAUL-BONCOUR**

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p>	<p>Plan de cours (Course Description)</p> <p>Introduction <i>Notions générales du droit des sociétés – les sources du droit des sociétés - définitions</i></p> <p><u>Thème 1</u> : la société, un contrat *les conditions générales de validité du contrat de société *conditions spécifiques du contrat de société *la nullité du contrat de société</p> <p><u>Thème 2</u> : la société, une personne juridique *naissance et caractéristique de la personne morale *la notion d'intérêt social *droits et responsabilités des associés</p> <p><u>Thème 3</u> : le fonctionnement de la société *l'information des organes sociaux *les décisions prises par les associés et autres organes *les organes de contrôle</p> <p><u>Thème 4</u> : les différentes formes de société</p> <p><u>Thème 5</u> : les mutations affectant la société</p> <p><u>Thème 6</u> : la dissolution de la société *causes et effets</p> <p><u>Thème 7</u> : le régime de l'autoentrepreneur</p> <p>Conclusion</p>
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <p>L'étudiant maîtrisera les contours entourant la notion de société. Il sera capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'établir les conditions requises à la création d'une société ; - de connaître le fonctionnement de la société et ses causes de dissolution. - d'avoir un panel des différentes formes de société et de reconnaître leurs caractéristiques. 	
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Cours magistral (CM)</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Examen Terminal (CM)</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Salle équipée de vidéoprojecteur (CM)</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>Code civil – code de commerce – la revue des sociétés publiée par DALLOZ – Droit des sociétés de Maurice COZIAN.</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : *CONTROLE DE GESTION*

Semestre : 5

Durée : 18 heures CM et 10 heures TD

Enseignante : *Catherine AUDUSSEAU*

<p>Prérequis (Prerequisites) Connaissances de base en comptabilité financière Maîtrise des modèles traditionnels de comptabilité de gestion. Notions de base de management des coûts</p>	<p>Plan de cours (Course Description)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ <u>Sources et évolution des systèmes de Contrôle :</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Évolution du contrôle de gestion 2. La diversité des modes de contrôle. 3. Du contrôle traditionnel au pilotage de la performance 4. Tentatives de définition du contrôle de gestion et activité du contrôleur de gestion ◆ <u>L'organisation d'un système de contrôle et planification :</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contrôle de gestion et système d'information (SI) 2. La déclinaison de la stratégie 3. La construction des budgets et le système budgétaire 4. Élaboration de budget et gestion de trésorerie 5. La synthèse budgétaire 6. Les limites du système budgétaire ◆ <u>Mesure et analyse de la performance</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analyse de la performance d'une activité de production : 2. Analyse de la performance d'une activité commerciale 3. Le reporting et le pilotage de la performance grâce aux tableaux de bord
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montrer que le contrôle de gestion est à la fois un moyen de décliner la stratégie et un outil permettant d'animer la structure managériale d'une entreprise. • Comprendre comment la stratégie se trouve mise en œuvre et comment les managers peuvent tirer parti des indicateurs pour agir sur les comportements. • Comprendre les principes fondamentaux du contrôle : les modes de contrôle et leurs impacts sur l'organisation, • Savoir faire des prévisions budgétaires et plus particulièrement des prévisions de trésorerie, le suivi budgétaire, les tableaux de bord. • Sensibiliser aux tendances récentes en termes de pratiques et à l'évolution de la fonction contrôleur de gestion. - 	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>1 contrôle continu 1 contrôle terminal</p>
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods) <u>Cours magistral</u> : présentation dynamique sur support Power Point avec des nombreuses applications. <u>Travaux dirigés</u> : démarche inductive à partir de mises en situation et d'études de cas</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>N. Berland, Y. de Rongé, Contrôle de gestion, perspectives stratégiques et managériales, 3 -ème édition Pearson (2016) H. Bouquin, (2011), les fondements du contrôle de gestion, Que sais-je ? C. Horngren, A. Bhimani, S. Datar, G. Foster, (2009) Contrôle de gestion et gestion budgétaire 6ème édition Pearson, M. Coucoureux, T. Cuyaubère, (2018) Contrôle de gestion, Edition Nathan.</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material) Salle équipée vidéo projecteur</p>	

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **GESTION FISCALE**

Semestre : **5**

Durée : **18 heures CM et 30 heures TD**

Enseignants : **Delphine VERITE et Yann THOMAS**

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>comptabilité</i> - <i>gestion</i> 	<p>Plan de cours (Course Description)</p> <p><u>PREMIERE PARTIE : l'environnement comptable et fiscal</u></p> <p>I. Distinctions entre entreprise individuelle et société II. Les différents régimes d'imposition III. Le lien entre la comptabilité et la fiscalité IV. La liasse fiscale</p> <p><u>DEUXIEME PARTIE : l'imposition des bénéfices dans les entreprises individuelles</u></p> <p>I. Le domaine des Bénéfices Industriels et Commerciaux II. Les autres domaines : BA, BNC, III. Les produits imposables IV. Les charges déductibles</p> <p><u>TROISIEME PARTIE : particularités de l'imposition des bénéfices dans les sociétés</u></p> <p>I. Rappel des différents types de sociétés/classification II. L'imposition des bénéfices réalisés par les sociétés III. L'imposition des bénéfices distribués par les sociétés</p>
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Etude de la liasse (définition des principales charges et produits) ;</i> - <i>Lien entre comptabilité et fiscalité</i> - <i>Etude des règles fiscales de traitements des charges et produits ;</i> - <i>Calcul du résultat fiscal des entreprises / Personnes Physiques et Personnes Morales ;</i> - <i>Calcul de l'IS</i> 	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Devoir sur table (application) pour évaluation TD ;</i> - <i>Partiel (application) pour évaluation CM ;</i>
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Cours Magistral (plan en support reprographié) ;</i> - <i>Séances d'application (support reprographié).</i> 	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>salle permettant le travail en groupe (TD) ;</i> - <i>amphithéâtre (CM)</i> 	

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : MANAGEMENT STRATEGIQUE 2

Semestre : 6

Durée : 18 heures CM et 12 HEURES TD

Enseignants : Cécile LETHU et Dimitri LE STRAT

<p align="center">Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Les fonctions de l'entreprise Management Stratégique 1</p>	<p align="center">Sommaire (Course Description) et Calendrier (Schedule)</p> <p>Introduction</p>
<p align="center">Objectifs (Course objectives)</p> <p>L'étudiant sera capable</p> <ul style="list-style-type: none"> de comprendre que la décision stratégique résulte de contextes spécifiques à l'entreprise et d'appréhender ces contextes décisionnels de comprendre la démarche stratégique de PORTER et de mettre en application les outils stratégiques proposés par PORTER de faire une recherche documentaire d'utiliser des outils stratégiques pour poser un diagnostic de proposer des solutions stratégiques et d'apprécier ces solutions stratégiques 	<p>Partie 1 – Le contexte de la décision stratégique</p> <p>1.1 – Le contexte interne</p> <p>1.2 – Le contexte externe</p> <p>Partie 2 – L'analyse de PORTER</p> <p>2.1 – L'analyse du contexte par PORTER (5 forces, chaîne de valeur)</p> <p>2.2 – La proposition de solutions stratégiques par PORTER (types de secteur, stratégies génériques, carte stratégique)</p> <p>Partie 3 – Un panorama de la décision stratégique</p> <p>3.1 – Les options stratégiques (stratégie globale, positionnement concurrentiel)</p> <p>3.2 – Les modes de développement (croissance interne, externe, contractuelle)</p> <p>3.2 – Les stratégies d'accompagnement (innovation, internationalisation)</p> <p>Conclusion</p>
<p align="center">Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>CM : Cours magistral</p> <p>TD</p> <ul style="list-style-type: none"> Etudes de cas (Auchan, Sculptéo) Constitution d'une base d'études de cas à partir d'entreprises locales et régionales, étudiées par les étudiants, dans le but de les aider dans la démarche de recherche de stages et d'emplois 	<p align="center">Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Examen Terminal (CM)</p> <p>Contrôle continu en travaux de groupe – exposés - (TD)</p>
<p align="center">Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Salle équipée de vidéoprojecteur (CM)</p> <p>Salle permettant le travail en groupes (TD), équipée vidéoprojecteur et internet</p>	<p align="center">Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p><i>Stratégique</i>, G. Johnson, K. Scholes, R. Whittington, F. Fréry, Pearson Education</p> <p><i>Strategor</i>, ouvrage collectif en management</p> <p><i>Le management</i>, Que sais-je?, R.A. Thietart, PUF,</p> <p><i>Lexique de gestion</i>. A.C. Martinet et A. Silem, Dalloz</p> <p><i>Management et Economie d'Entreprise</i>. G. Bressy et C. Konkuyt, Sirey</p> <p><i>Gestion : Les fonctions de l'entreprise</i>. P. Baranger, J. P. Helfer et J. Orsoni, Vuibert</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : ANALYSE DES DONNES DE GESTION

Semestre : 6

Durée : 20 heures CM et 12 heures TD

Enseignants : Olivier ADOUKONOU et Aurore GIACOMEL

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Notions élémentaires de statistiques descriptives : Analyse descriptive univariée Analyse descriptive bivariée</p>	<p>Plan de cours (Course Description)</p> <p>1 L'estimation ponctuelle et par intervalle de confiance 1.1 Variables aléatoires et Lois de probabilités 1.2 Distributions d'échantillonnage de la moyenne et de la proportion 1.3 Estimation ponctuelle et par intervalle de confiance</p> <p>2. Les tests d'hypothèse 2.1 Principe d'un test d'hypothèse 2.2 Tests portant sur la moyenne et sur la proportion</p> <p>3. Les tests de comparaison de moyennes et de proportions 3.1 Test sur échantillons indépendants 3.2 Test sur échantillons appariés 3.3 Test d'égalité de moyennes</p> <p>4 La régression linéaire 4.1 Régression linéaire simple 4.2 Régression linéaire multiple</p>
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <p>Comprendre et réaliser :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des estimations ponctuelles et par intervalle de confiance portant sur la moyenne et la proportion - Des tests d'hypothèses et de comparaison portant sur ces mêmes paramètres - Des régressions linéaires simples et multiples <p>Mettre en œuvre ces différentes méthodes sous SPSS</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Contrôle(s) continu(s) + Examen terminal</p>
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Cours magistral avec plusieurs applications Cas pratiques de gestion en salle informatique sous SPSS</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>Daniel Caumont et Silvester Ivanaj. Analyse des données. Dunod, 2017.</p> <p>Corinne Hahn et Sandrine Mace. Méthodes statistiques appliquées au management. Pearson, 2016.</p> <p>Guide de l'utilisateur du Système central PASW Statistics 18</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)

Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : INFORMATIQUE

Semestre : 6

Durée : 14 heures CM et 20 heures TD

Enseignants : François HERNANDEZ et Bruno GOYET et Said EL GANI

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Environnement windows Notions de système d'information Notions de base de données</p>	<p>Introduction aux systèmes d'information Typologie des systèmes d'information Systèmes d'information décisionnels et outils de pilotage Problématique des Systèmes d'Information Centralisation/décentralisation du système d'information Sécurité du système d'information</p>
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <p>Le système d'information est aujourd'hui au cœur de la prise de décision dans l'entreprise.</p> <p>Au terme de ce cours l'étudiant sera capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Appréhender le système d'information dans sa problématique managériale et organisationnelle. - Comprendre les enjeux liés au déploiement des nouvelles technologies dans les entreprises et les organisations. - Maîtriser les concepts de la gouvernance des systèmes d'information. 	<p>Management des connaissances Stratégie et gouvernance des Systèmes d'information Modélisation d'un système d'information Pilotage des systèmes d'information Management et organisation des systèmes d'information</p> <p>Créer des applications de gestion à l'aide d'un logiciel de base données :</p> <ul style="list-style-type: none"> Constituer et organiser des tables Créer et modifier des requêtes en QBE. Créer des requêtes actions, et analyses croisées Initiation au langage SQL Créer des formulaires et des sous formulaires Créer des états Concevoir des macro-commandes Optimiser une base de données Analyser et sécuriser des données Fusionner Access avec d'autres logiciels Maîtriser l'exploration et l'interrogation multidimensionnelle des données.
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods) CM + TDs</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Contrôle continu à travers un projet informatique</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (TD)</p> <p>Salle informatique équipée de vidéoprojecteur + Internet</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>Reix : Systèmes d'information et management des organisations (Vuibert, 2004)</p> <p>K. Laudon, J. Laudon : Management des systèmes d'information, Pearson, 2008</p> <p>Maîtriser les bases de données, G. GARDOUIN, Edition Eyrolle - VBA pour Access de Robert Smith et David Sussman, Edition Erolles</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **ANGLAIS**

Semestre : **6**

Durée : **20 heures TD**

Enseignantes : **Sonia BRUZAC, Lynda LECAUDEY et Anne WILKINSON**

Résumé du cours	Plan indicatif du cours
Business and Economic English / General English	<p>Il est prévu une ou deux séquences pédagogiques par semestre qui s'articulent dans une succession de cours en présentiel et cours en ligne.</p> <p>Toutes les compétences seront entraînées et pourront faire l'objet d'une évaluation.</p> <p>Listes des thématiques pouvant être abordées : Consumer trends and technological innovation, Graphs & figures, Tips for delivering successful business presentation, Language certifications, Pronunciation tutorial, Business (n)etiquette, Business correspondence.</p> <p>Exemples de tâches intermédiaires et finales pouvant être réalisées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Express. Ecrite : message argumentatif sur forum, création d'un questionnaire portant sur les habitudes de consommation, mémos, emails professionnels, rapports - Comp. Orale : bulletin d'information à visée économique (données chiffrées), présentation de nouveaux produits, reportage sur les nouvelles tendances de consommation, Ted Talks, tutorials - Express. Orale / Interaction Orale : sales pitch (argumentaire de vente), exposé analytique de données, discussions, enregistrements de prise de parole, board meetings, round tables - évaluation par les pairs via la plateforme moodle <p><i>NB : Si les compétences entraînées et la démarche pédagogique restent globalement identiques, les thématiques peuvent varier, notamment en fonction de l'actualité et des besoins des étudiants. Chaque enseignant communiquera en début de semestre la progression qu'il aura retenue.</i></p>
Mots-clés	
Enseignement hybride / Classe inversée / démarche actionnelle / tâches / 5 compétences / Business English /	
Prérequis	
B1+ du CECRL Il faut maîtriser les outils et ressources en ligne pour le travail à distance Objectif : B2 / B2+ en fin de S6	
Démarche pédagogique	
Méthode hybride : cours en présentiel (10h) et cours à distance (10h)	
Démarche actionnelle - Mise en œuvre de tâches et mini-projets dans la langue cible - Activités de communication orales et écrites	
Disponibilité des ressources sur Moodle	Modalités de contrôle des connaissances
Les ressources sur MOODLE sont doubles: - parcours balisé avec des tâches obligatoires à réaliser dans le cadre du module - des ressources en libre-service pour entraîner des compétences, développer des connaissances	<ul style="list-style-type: none"> - Contrôle continu - Les 5 compétences langagières peuvent être évaluées
<u>Nature des ressources :</u> Documents authentiques (audio / vidéo / écrits) Documents didactiques et méthodologiques (fiches de compréhension, aides lexicales, explications méthodologiques, activités orales et écrites) Supports des cours, Corrigés, Tests d'entraînement Forums de discussion	
Besoins en moyens pédagogiques	Sitographie (outils)
Laboratoire de langue Salle équipée de vidéoprojecteur	<p>Il est demandé aux étudiants d'utiliser les sites suivants</p> <p>www.theguardian.com https://www.npr.org/ https://www.bbc.com/news www.word.reference.com www.linguee.fr</p>
Langue de l'enseignement	
Anglais	

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : *PREPARATION A LA CERTIFICATION VOLTAIRE*

Semestre : 6

Durée : *A LA DISCRETION DE L'ETUDIANT INSCRIT*

<p align="center">Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Aucun</p>	<p align="center">Sommaire (Course Description) et Calendrier (Schedule)</p> <p>L'étudiant inscrit (inscription facultative) bénéficie d'une licence d'accès au projet Voltaire.</p> <p>Le projet Voltaire est une plate-forme d'entraînement en ligne. Il s'adresse en particulier à toute personne souhaitant se présenter à la Certification Voltaire (certificat de niveau en langue française).</p> <p>Le projet Voltaire s'articule de la façon suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Test de positionnement: le niveau initial en orthographe • Présentation de 140 difficultés couramment rencontrées à l'écrit • Une batterie de 3 000 exercices, répartis comme suit : <ul style="list-style-type: none"> ○ 50 % de difficultés grammaticales ○ 25 % de difficultés sémantiques (ou lexico-sémantiques) ○ 20 % de difficultés lexicales ○ 5 % de difficultés syntaxiques
<p align="center">Objectifs (Course objectives)</p> <p>L'étudiant sera capable</p> <ul style="list-style-type: none"> • d'améliorer sa connaissance des règles fondamentales de la grammaire, de l'orthographe et de la conjugaison françaises • de mieux appliquer les règles fondamentales de la grammaire, de l'orthographe et de la conjugaison françaises 	
<p align="center">Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Plate-forme d'entraînement en ligne : travail en autonomie</p>	<p align="center">Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Sans objet</p>
<p align="center">Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Sans objet</p>	<p align="center">Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>Sans objet</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion

Intitulé du cours : DROIT DU TRAVAIL APPROFONDI

Semestre : 6

Durée : 20 heures CM

Enseignante : Estelle ABLAIN

<p align="center">Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>aucun</p>	<p align="center">Sommaire (Course Description) et Calendrier (Schedule)</p> <p>Thème : le dialogue social</p> <p>Introduction : Définition, Histoire, Sources (présentation)</p>
<p align="center">Objectifs (Course objectives)</p> <p>L'étudiant sera capable</p> <ul style="list-style-type: none"> • de connaître les notions principales du dialogue social • d'identifier des ressources bibliographiques/sitographiques sur le thème du dialogue social • de lire, interpréter, analyser et appliquer ces ressources 	<p>LES SOURCES ET LES INSTITUTIONS DU TRAVAIL</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Les sources et les institutions internationales II. Les sources et les institutions nationales <p>LES INSTITUTIONS DU DIALOGUE SOCIAL</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Au niveau national : le CESE II. Au niveau de l'entreprise : les IRP – fusion CSE et les DS/RRS <p>LES CONFLITS AU TRAVAIL</p> <ol style="list-style-type: none"> I. La grève II. Le droit d'alerte III. Les lanceurs d'alerte <p>LE REGLEMENT DES CONFLITS DU TRAVAIL</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Le règlement des conflits collectifs II. Le règlement des conflits individuels <p>LES RISQUES PSYCHOSOCIAUX</p> <p>LA RESPONSABILITE SOCIETALE DES ENTREPRISES</p> <p>DROITS ET LIBERTES DANS L'ENTREPRISE</p> <p>LA LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS</p>
<p align="center">Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Cours magistral</p>	<p align="center">Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Examen Terminal (écrit 2 heures)</p>
<p align="center">Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Salle équipée de vidéoprojecteur</p>	<p align="center">Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>NAVIS F. LEFEVRE – Memento social- Site Internet du Service Public Site Internet du Ministère du Travail</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : *ECONOMIE DU TRAVAIL*

Semestre : 6

Durée : 18 heures CM et 12 heures TD

Enseignante : Michèle FAVREAU

<p align="center">Résumé du cours</p> <p>A partir des catégories usuelles utilisées en économie du travail : comportements d'activités, statuts d'emploi, ce cours se propose d'explorer les transformations du marché du travail en France et ses relations avec les politiques de l'emploi.</p>	<p align="center">Plan indicatif du cours</p> <p>Introduction Chapitre 1 : Les comportements d'activité Chapitre 2 : Les mutations de l'emploi Chapitre 3 : Norme d'emploi et formes particulières d'emploi Chapitre 4 : Formations et emploi Chapitre 5 : Le marché de l'emploi : concepts et mesure Chapitre 6 : Le marché de l'emploi : Les politiques de l'emploi Chapitre 7 : Le marché de l'emploi : Evaluation des politiques de l'emploi Conclusion.</p>
<p align="center">Mots-clés</p> <p>Marché du travail, marché de l'emploi, population active, norme d'emploi, formes particulières d'emploi, relation formation-emploi, politiques de l'emploi</p>	
<p align="center">Prérequis</p> <p>Fondamentaux en microéconomie et macroéconomie.</p>	
<p align="center">Démarche pédagogique</p> <p>Cours magistral avec TD</p>	
<p align="center">Disponibilité des ressources sur Moodle</p> <p>Oui – Plan du cours et ressources présentées et exploitées en cours et en TD</p>	<p align="center">Modalités de contrôle des connaissances</p> <p>Cours Magistral : Examen terminal écrit de 2 heures sans documents T.D. : Evaluation orale des préparations individuelles lors des séances de TD, 1 test écrit sur table, 1 préparation individuelle écrite.</p>
<p align="center">Besoins en moyens pédagogiques</p> <p>Salle équipée de vidéoprojecteur</p>	<p align="center">Bibliographie indicative</p> <p>Marchand Olivier, Thélot Claude, <i>Le travail en France, 1800-2000</i>. 1997. Nathan- Essais et Recherche Marchand Olivier. <i>Plein emploi, l'improbable retour</i>. 2008 . Gallimard <i>L'emploi, nouveaux enjeux</i>. INSEE Références – édition 2008. <i>Trente ans de vie économique et sociale</i>. INSEE Références – édition 2014. <i>Emploi, chômage, revenu du travail</i>. INSEE Références – édition 2017.</p>
<p align="center">Langue de l'enseignement</p> <p>Français</p>	

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **GESTION DES RESSOURCES HUMAINES 2**

Semestre : **6**

Durée : **18 heures CM et 12 heures TD**

Enseignant : **Daniel DUFRESNE**

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Sociologie des organisations GRH (S5 licence 3)</p>	<p>Plan de cours (Course Description)</p> <p>1ère Partie: Les relations avec les partenaires sociaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les Organisations Syndicales - Les représentants élus - La négociation - Les conflits - Autres formes de relations sociales <p>2ème Partie: Le temps de travail et les conditions de travail</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le temps de travail - Les différents types d'organisation - Les conditions de travail: sécurité et santé - Les risques psychosociaux <p>3ème Partie: Le management des départs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les différents types de départ - Plan de sauvegarde de l'emploi - Anticipation des départs <p>4ème Partie: Le contrôle de gestion de la fonction RH</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition et objectifs - Le bilan social, la loi NRE & la BDU - Les indicateurs de pilotage - Performance de la fonction RH - Audit social & Approche de la RSE <p>Conclusion : une fonction en pleine évolution</p>
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre le fonctionnement des partenaires sociaux et leur stratégie - Comprendre les points clés d'une négociation - Connaître les différents types d'organisation du travail et agir sur les conditions de travail - Manager et anticiper les départs - Piloter les Ressources Humaines avec les outils adéquats 	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>2 contrôles continus en groupe 1 examen final</p>
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Cours magistral Travail en groupe en TD & Jeu de rôle sur le thème de négociation</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>ANDOLFATTO D., LABBE D.: Histoire des syndicats Seuil, 2011 ANDOLFATTO D., LABBE D.: Sociologie des syndicats La Découverte, 2011 CADIN L., GUERIN F., PIGEYRE F., PRALONG J.: Gestion des ressources humaines 4ème édition Dunod, 2012 COMBENALE M., IGALENS J.: L'audit social Collection Que sais-je PUF, 2005 DUNLOP J.T.: Industrial relations system University Press, 1971 IGALENS J.: La responsabilité sociale des entreprises, Eyrolles, 2012 IGALENS J., PERETTI J.M.: Audit social: meilleures pratiques, méthodes, outils Éditions d'Organisation, 2008 MARTORY B., CROZET D.: Gestion des ressources humaines. Pilotage social et performances Dunod, 2013 PERETTI J.M.: Ressources humaines 16ème édition Vuibert, 2017 RAY J.E.: Droit du travail Droit vivant 27ème édition Éditions Liaisons, 2018 SALZER J., STIMEC A.: La boîte à outils de la gestion des conflits, Dunod, 2016 STIMEC A.: La négociation Dunod 2011 TAIEB J.P.: Les tableaux de bord de la gestion sociale Dunod, 2008</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Video-projecteur Tableau Salle aménageable pour le travail en groupe & le jeu de rôle</p>	

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : ***DROIT DES SOCIÉTÉS APPROFONDI***

Semestre : **6**

Durée : **30 heures CM**

Enseignante : ***Albane PAUL-BONCOUR***

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Maitriser la notion de société, ses caractéristiques.</p>	<p>Plan de cours (Course Description)</p> <p>Introduction</p> <p><u>Thème 1</u> : les associés</p> <ul style="list-style-type: none"> *les droits des associés *les obligations des associés <p><u>Thème 2</u> : les dirigeants</p> <ul style="list-style-type: none"> *le statut de dirigeant : <i>Nomination/pouvoirs/rémunération/cession de fonction.</i> *obligations et responsabilité du dirigeant *la société sans dirigeant <p><u>Thème 3</u> : le groupe de sociétés et la société cotée en bourse</p> <ul style="list-style-type: none"> *le groupe de sociétés (<i>définition/caractéristiques/régime</i>) *la société cotée en bourse (<i>les marchés financiers et les acteurs en présence/ l'Autorité des marchés financiers</i>) <p><u>Thème 4</u> : les infractions au droit des sociétés</p> <ul style="list-style-type: none"> *Rappel des infractions de droit commun *les infractions propres au droit des sociétés <p>Conclusion</p>
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <p>L'étudiant maitrisera les droits et obligations des acteurs de la société et sera capable de reconnaître, de qualifier les infractions au droit des sociétés.</p> <p>A l'issu du cours, l'étudiant saura appréhender le fonctionnement interne de la société. Il aura également la compétence de définir l'utilité et le régime d'un groupe de société et aura les bases nécessaires à l'analyse des sociétés cotées en bourse.</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Examen Terminal (CM)</p>
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Cours magistral (CM)</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>Code civil – code de commerce – code penal - la revue des sociétés publiée par DALLOZ – Droit des sociétés de Maurice COZIAN – Dirigeant de société de Jean-Pierre CASIMIR et Michel Germain – Groupe de société des Editions Francis Lefebvre.</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Salle équipée de vidéoprojecteur (CM)</p>	

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **MATHEMATIQUES POUR LA DECISION**

Semestre : **6**

Durée : **18 heures CM et 12 heures TD**

Enseignante : **Catherine AUDUSSEAU**

<p>Prérequis (Prerequisites) Connaissances de base en mathématiques financière et en comptabilité financière</p>	<p align="center">Sommaire (Course Description) et Calendrier (Schedule)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Première partie : les choix d'investissements <ol style="list-style-type: none"> 1. Concepts généraux et raisonnement en cash flows 2. L'actualisation et les différents critères de Choix d'investissements 3. Choix d'investissements avec autofinancement 4. Choix d'investissements financé par emprunt ou location crédit-bail 5. Choix d'investissements : raisonnement en décaissements nets ▪ Deuxième partie : les emprunts obligataires <ol style="list-style-type: none"> 1. Définitions et concepts généraux 2. Le remboursement des emprunts obligataires 3. Calcul de taux de rendement et coût de revient 4. Calcul de taux actuariels
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier le contexte de l'investissement et les options. • Savoir utiliser différents critères de rentabilité de l'investissement • Savoir évaluer les différents modes de financement et faire des calculs sur emprunts. • Formuler un diagnostic et conseiller. 	
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods) <u>Cours magistral</u>: présentation dynamique sur support PowerPoint avec des nombreuses applications. <u>Travaux dirigés</u>: démarche inductive à partir d'études de cas</p>	<p align="center">Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>1 contrôle continu 1 contrôle terminal</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material) Salle équipée vidéo projecteur</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography) DEVOLDER,P. (2015), <i>Mathématiques financières</i>, Pearson Education</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **COMPTABILITE APPROFONDIE**

Semestre : **6**

Durée : **18 heures CM et 12 heures TD**

Enseignant : **Pierre-Yves FAGOT**

<p align="center">Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Connaitre les principes de comptabilisation</p>	<p align="center">Sommaire (Course Description) et Calendrier (Schedule)</p> <table border="0"> <tr> <td>1. Cadre conceptuel</td> <td align="right">2 h</td> </tr> <tr> <td>2. Evaluation des actifs</td> <td align="right">1 h</td> </tr> <tr> <td>3. Evaluation des immobilisations</td> <td align="right">6 h</td> </tr> <tr> <td>4. Evaluation des autres actifs et passifs</td> <td align="right">4 h</td> </tr> <tr> <td>5. Rattachement des produits et charges</td> <td align="right">4 h</td> </tr> <tr> <td>6. Comptabilisation des capitaux permanents</td> <td align="right">1 h</td> </tr> </table>	1. Cadre conceptuel	2 h	2. Evaluation des actifs	1 h	3. Evaluation des immobilisations	6 h	4. Evaluation des autres actifs et passifs	4 h	5. Rattachement des produits et charges	4 h	6. Comptabilisation des capitaux permanents	1 h
1. Cadre conceptuel		2 h											
2. Evaluation des actifs	1 h												
3. Evaluation des immobilisations	6 h												
4. Evaluation des autres actifs et passifs	4 h												
5. Rattachement des produits et charges	4 h												
6. Comptabilisation des capitaux permanents	1 h												
<p align="center">Objectifs (Course objectives)</p> <p>Etre capable d'enregistrer les opérations particulières dans la comptabilité</p>													
<p align="center">Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Cours magistral + TD</p>	<p align="center">Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Contrôle continu et Examen Terminal</p>												
<p align="center">Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Salle équipée de vidéoprojecteur</p>	<p align="center">Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p>												

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : DROIT ET MARKETING

Semestre : 6

Durée : 20 heures CM

Enseignant : Fabrice VAUGOYEAU

<p>Pré-requis (<i>Prerequisites</i>)</p>	<p>Plan de cours (<i>Course Description</i>)</p> <p>Introduction :</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Aspects définitionnels et enjeux du MARKETING B. Aspects définitionnels et enjeux du DROIT DU MARKETING
<p>Objectifs (<i>Course objectives</i>)</p> <p>Le Marketing est conçu comme l'art d'attirer l'attention et de séduire la clientèle afin de stimuler l'achat. Le marketing révèle de nombreuses techniques qui tendent à la conservation et la conquête de Marchés (consommateurs, professionnels et personne morale de droit public).</p> <p>Le Droit du Marketing quant à lui a pour fonction essentielle de définir les pratiques acceptables au sein de la société de consommation moderne. Il a donc pour rôle de limiter ce pouvoir de séduction sur un consommateur considéré comme une personne manipulable qu'il faut protéger contre sa propre faiblesse.</p> <p>La prévention légale et réglementaire des effets pervers du marketing doit en outre permettre une saine émulation entre les entreprises. Il ne faut effectivement pas oublier le principe de la libre concurrence, cependant qu'un commerçant ne dispose d'aucun droit privatif sur sa clientèle. La démarche sur la clientèle d'autrui est donc en principe licite.</p> <p>L'objectif principal du cours réside donc dans une tentative d'appréhension des différents éléments et techniques de communication à l'aune des règles juridiques préventives.</p>	<p>Partie I : Capturer le consommateur Partie II : Retenir et fidéliser le consommateur</p>
<p>Démarche pédagogique (<i>Teaching Methods</i>)</p> <p>Chaque évocation juridique est étayée par une jurisprudence ou avis et autres recommandations tirées de la pratique.</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (<i>Evaluation</i>)</p> <p>Examen d'une heure :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contrôle de connaissance ; - Cas pratique.
<p>Besoins en moyens pédagogiques (<i>Course Material</i>)</p> <p>Aucun</p>	<p>Bibliographie indicative (<i>Indicative Bibliography</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - « Droit du Marketing », N. FERRY-MACCARIO, éd. PEARSON ; - « Droit du Marketing », C. ANDRE et E. RIGAUD-LACRESSE, éd. ELLIPSES.

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : **DISTRIBUTION**

Semestre : **6**

Durée : **18 heures CM et 12 heures TD**

Enseignante : **Gaëlle PANTIN-SOHIER**

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Marketing stratégique Marketing opérationnel Comportement du consommateur</p>	<p>Plan de cours (Course Description)</p> <p>Séance Introductive Histoire de la distribution Le choix d'un réseau de distribution La politique marketing du distributeur Le comportement du consommateur au point de vente</p>
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <p>L'objectif de ce cours est de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaître les environnements des acteurs de la grande distribution par le biais d'une approche historique. - Appréhender les canaux de distribution, leur organisation et leur gestion - Savoir élaborer une stratégie marketing au point de vente - Connaître les techniques de merchandising - Appréhender le comportement du consommateur au point de vente 	
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Cours magistral en ligne sur Moodle accompagné de supports vidéos, extraits radio, articles de presse, livres blancs et articles de recherche</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Examen terminal pour cours magistral Etude de cas pour les travaux dirigés</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Moodle Salle avec Vidéoprojecteur pour TD</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>Filser, M., Des Garets, V., & Paché, G. (2001). <i>La distribution: organisation et stratégie</i>. Management et société.</p> <p>Binninger, A. S. (2013). <i>La distribution: Organisation et acteurs-Développement d'une stratégie d'enseigne-Marketing du point de vente-E-commerce et cross-canal</i>. Gualino éditeur.</p> <p>Cliquet, G., Fady, A., Basset, G., Croizean, J. P., Despois, J. L., Bironneau, L., ... & Rieunier, S. (2006). <i>Management de la distribution-2ème édition</i>. Dunod.</p> <p>Cliquet, G., Basset, G., & Picot-Coupey, K. (2018). <i>Retailing: Management et marketing du commerce</i>. Dunod.</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : *MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE*

Semestre : 6

Durée : 12 heures CM et 18 heures TD

Enseignante : *Anne DECOURCELLE*

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Théorie des organisations Marketing fondamental Distribution</p>	<p>Plan de cours</p> <p>Partie 1 : La construction d'une équipe commerciale Partie 2 : Manager une équipe commerciale Partie 3 : Mettre en place les RH commerciales</p>
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <p>Faire comprendre aux étudiants l'importance de la vente et du management de la force de vente au sein d'une entreprise. Présenter les outils utilisés dans le cadre du pilotage et de l'organisation d'une force de vente</p>	
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods) Cours magistral et application en TD avec études de cas Travaux de groupe – Séance de débriefing</p>	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Examen écrit terminal Travaux de groupe et oraux</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Salle équipée (vidéoprojecteur) Salle interactive</p>	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>A donner en cours</p>

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : *TECHNIQUES D'EXPRESSION*

Semestre : 6

Durée : 10 heures TD

Enseignante : *Yamina CHIKH*

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Bases de la communication Schéma de la communication</p>	<p>Plan de cours (Course Description)</p> <p>Séance 1 :</p> <ul style="list-style-type: none"> Principes de communication et présentation du contrat pédagogique Le storytelling : bases et construction de la storyLine, storyboard, scénario, création des univers Improvisation et créativité et débriefing Pitch elevator par binôme et débriefing <p>Séance 2 :</p> <ul style="list-style-type: none"> Formation des groupes projets Travail collaboratif autour du thème choisi et de l'objectif à atteindre <p>Séance 3 :</p> <ul style="list-style-type: none"> Parcours en ligne « communication créative » Travail collaboratif par groupe <p>Séance 4 et 5 :</p> <ul style="list-style-type: none"> Evaluation par les pairs des projets pitchés par groupe Débriefing
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <ul style="list-style-type: none"> Communiquer et échanger dans des contextes en évolution Stimuler la créativité et faire preuve d'originalité (créer un jeu en rapport avec son parcours RH, FC, Marketing ou en lien avec le cours de techniques d'expression) Capacité à se projeter sur de nouvelles techniques de communication (pitch elevator, T180, storytelling, improvisation, gamification...) Faire adhérer à une proposition dans une durée limitée pour un auditoire précis Argumenter ses idées et faire preuve de clarté 	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Evaluation par les pairs Débriefing de groupes</p>
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <ul style="list-style-type: none"> Pédagogie renversée Travail collaboratif par projets et pédagogie active Ludification 	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p><i>Storytelling, le guide</i>, de Stéphane Dangel et Jean-Marc Blancherie, Lulu collection LLB.SCIENC.POL</p> <p><i>Techniques pour communiquer</i>, André de Peretti, Jean-André Legend, Jean Boniface, Hachette éducation.</p>
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Salle d'innovation pédagogique</p> <p>ENT Moodle</p> <p>Outils de vote interactif</p>	

2018-2019 SYLLABUS DE COURS (Course Syllabus)
Licence 3 Economie et Gestion – Parcours Gestion

Intitulé du cours : *STAGE OBLIGATOIRE*

Semestre : 6

Durée : 12 semaines (sauf dérogation)

Enseignants :

Cécile Jarry-Lethu (Responsabilité Module Stages)

Enseignants des départements Economie et Gestion (Tutorat pédagogique)

<p>Pré-requis (Prerequisites)</p> <p>Semestres 1 et 2 de Licence 1 Economie et Gestion Semestres 3 et 4 de Licence 2 Economie et Gestion ou Equivalent (procédure de validation d'études)</p>	<p>Plan</p> <p><u>Durée du stage :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 12 semaines minimum • sauf cas dérogatoires : 8 semaines minimum <ul style="list-style-type: none"> ➢ validation d'expérience antérieure ➢ application du Décret n°2017-962 du 10 mai 2017 relatif à la reconnaissance de l'engagement des étudiants dans la vie associative, sociale ou professionnelle ➢ aménagement d'études (SUMPPS) ➢ raison exceptionnelle <p><u>Structure d'accueil :</u> sur le territoire national ou à l'étranger</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une entreprise : de tout secteur, de toute taille, ... • Une administration • Une association • Un laboratoire de recherche • ... <p><u>Contenu du stage :</u> en gestion (un ou plusieurs domaines de la gestion : RH, marketing, comptabilité...)</p> <ul style="list-style-type: none"> • un stage mission <ul style="list-style-type: none"> ➢ une mission spécifique confiée intégralement au stagiaire ➢ la contribution du stagiaire à une équipe projet • un stage apprentissage d'un métier <ul style="list-style-type: none"> ➢ contribution aux travaux courants
<p>Objectifs (Course objectives)</p> <p>L'étudiant aura développé</p> <ul style="list-style-type: none"> • une capacité à s'adapter à un contexte professionnel et à s'intégrer dans une organisation • une capacité à appréhender et à réaliser une mission et des tâches confiées • une capacité à rendre compte d'une expérience et à replacer les contenus académiques dans un contexte professionnel • une capacité à mettre en perspective une expérience et à en tirer un bilan compétences • une capacité à tirer parti d'une expérience pour son projet personnel et professionnel 	<p>Modalités de contrôle des connaissances (Evaluation)</p> <p>Rapport d'expérience : selon l'étudiant</p> <ul style="list-style-type: none"> • rapport de stage • rapport de projet entrepreneurial (exclusivement pour les étudiants titulaires du Statut National Etudiant Entrepreneur en substitution projet entrepreneurial/stage) <p>Eventuellement soutenance orale (à la demande du tuteur pédagogique de l'étudiant)</p>
<p>Démarche pédagogique (Teaching Methods)</p> <p>Aide à la recherche de stage :</p> <ul style="list-style-type: none"> • réunion générale (informations stage : attendus, modalités, livrables, ressources...) • ateliers (stratégie de recherche de stage...) • capsules numériques (rédiger le cv...) • permanences stages (rendez-vous individuels) <p>Accompagnement du stage :</p> <ul style="list-style-type: none"> • par la structure d'accueil : tutorat professionnel • par l'Université : tutorat pédagogique 	<p>Bibliographie indicative (Indicative Bibliography)</p> <p>Ressources SUIO-IP</p> <p>Consignes rapport d'expérience sur moodle</p> <ul style="list-style-type: none"> • consignes rapport de stage • consignes rapport de projet entrepreneurial
<p>Besoins en moyens pédagogiques (Course Material)</p> <p>Sans objet</p>	