



Syllabus

Licence

Mention

Sciences et Technologies

Parcours

**Systèmes d'Information et
Développement Commercial**





SYLLABUS /

SYSTEME D'INFORMATION ET DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Informations générales

CONTACTS :

RESPONSABLE PEDAGOGIQUE :	SECRETARIAT PEDAGOGIQUE :
JANICOT Corinne	LABONTU Aurica
corinne.janicot@umontpellier.fr	iae-scolarite-licence@umontpellier.fr

Liens UM : <https://www.umontpellier.fr/>

Calendrier de formation :

<https://iae.umontpellier.fr/fr/institut/calendriers-formation>



L3 SYSTEME D'INFORMATION ET DEVELOPPEMENT COMMERCIAL SEMESTRE 5

UE	Libellé cours	Nombre d'heures	ECTS
UE Simulation de gestion	Simulation de gestion	30 heures	5 ECTS
UE RSE, Management interculturel et juridique	RSE	45 heures	7 ECTS
	Management Interculturel		
	Droit		
UE Développement Portefeuille Client	Management de la relation client	30 heures	6 ECTS
	Animation commerciale		
UE Marketing Opérationnel	Marketing B to B	30 heures	6 ECTS
	Pilotage Force de vente		
UE Pilotage des Performances et Indicateurs	Indicateurs marketing	30 heures	6 ECTS
	Pilotage budgétaire & des coûts ¹		

L3 SYSTEME D'INFORMATION ET DEVELOPPEMENT COMMERCIAL SEMESTRE 6

UE	Libellé cours	Nombre d'heures	ECTS
UE Business Intelligence Commerciale	Business Intelligence	30 heures	5 ECTS
	Pilotage actions commerciales		
UE Management des Collaborateurs	Animation des équipes	30 heures	5 ECTS
	Communication inter personnelle		
UE Pilotage de Projet et RH	Gestion de projet	30 heures	5 ECTS
	Management des ressources humaines		
UE Enseignement Professionnalisant	Anglais	45 heures	5 ECTS
	Insertion professionnelle		
	Méthodologie		
UE TEDS Licence	TEDs-RSE	30 heures	5 ECTS
UE Projet et Mission	Projet et Mission		5 ECTS



UE - SIMULATION DE GESTION	Volume horaire : 15h00
Titre : Jeu d'entreprise	L3 SICG /SIDC
Enseignant : Corinne JANICOT	
Objectifs du cours : L'objectif de ce cours est de sensibiliser les étudiants à la gestion de tous les aspects d'une entreprise sur un marché concurrentiel à travers une simulation de gestion. Les étudiants développent des capacités d'analyse, de pilotage et de diagnostic stratégique. Compétences managériales : Capacités de pilotage et de prise de décision en environnement concurrentiel, management global d'une entreprise, travail en équipe	
Plan du cours : <ul style="list-style-type: none">- Présentation des principes du jeu et notions de comptabilité à travers les documents (compte de résultat, bilan et trésorerie)- 6 sessions de décisions- Bilan et évaluation	
Mots Clés : serious game - stratégie - simulation - marché concurrentiel	
Bibliographie (facultative) :	

<p align="center">UE - RSE MANAGEMENT INTERCULTUREL & JURIDIQUE</p> <p align="center">Titre : Droit</p>	<p>Volume horaire : 15H00 Socle commun : L3 MTS / SICG / SIDC</p>
<p>Enseignant : Grégory BOUVIALA</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Le droit des contrats est fondé le lien entre le droit civil et le droit commercial. On ne peut aborder sereinement les disciplines du droit civil et du droit commercial sans une connaissance approfondie du droit des obligations.</p> <p>L'objectif de ce cours est de présenter les notions fondamentales du droit du contrat : sa négociation, sa validité, son exécution et son inexécution.</p> <p>Compétences managériales :</p>	
<p>Plan du cours :</p> <p>Description :</p> <p>Le droit des contrats a fait l'objet d'une importante réforme le 10 février 2016 C'est une matière essentielle à la compréhension de l'ensemble du droit privé. Ce cours s'organise en 5 leçons de 3 heures. Après une leçon consacrée à la l'acquisition des notions fondamentales du droit et des organisations judiciaires, les leçons suivantes peuvent être regroupées en trois axes :</p> <ul style="list-style-type: none"> I) Le premier est celui de la formation du contrat. Il traite de la négociation du contrat et de sa validité (consentement, capacité, contenu et forme). Si les conditions de validité ne sont pas satisfaites, le contrat encourt des risques juridiques. II) Le deuxième est celui de l'exécution du contrat. Le contrat a un effet obligatoire pour les parties et un effet relatif à l'égard des tiers. L'un et l'autre de ces effets subissent néanmoins de profondes atténuations. III) Le troisième est celui des sanctions de l'inexécution. Si le contrat n'est pas correctement exécuté, le créancier peut recourir à différents moyens afin d'obtenir la satisfaction de laquelle il a été privé et l'indemnisation des préjudices éventuellement subis. 	
<p>Mots Clés : Les contrats synallagmatiques et unilatéraux - Les contrats à titre onéreux et à titre gratuit - Les contrats commutatifs et aléatoires - Les contrats nommés et innomés - Les contrats consensuels et non-consensuels - Les contrats à exécution instantanée et successive - Les contrats de gré à gré et d'adhésion - Le principe de l'autonomie de la volonté - L'évolution du droit des contrats - Le consentement - L'erreur - Le dol - La violence - La capacité des parties - La représentation - Le contenu du contrat - Les clauses abusives - Le formalisme des contrats réels et solennels - Le formalisme probatoire et le formalisme d'opposabilité - L'annulation du contrat - La caducité - La force obligatoire du contrat - L'imprévision - L'effet relatif et l'opposabilité du contrat - La cession de contrat - L'inexécution du contrat - La force majeure - L'exécution forcée en nature - La réduction de prix - L'exception d'inexécution - La résolution - La responsabilité civile contractuelle</p>	
<p>Bibliographie (facultative) :</p> <p>A. BÉNABENT, Droit civil, Les obligations, édition, Montchrestien, Domat</p> <p>Ph. BRUN, Responsabilité civile extracontractuelle, Litec, Manuel</p>	

R. CABRILLAC, Droit des obligations, Dalloz, Cours
J. CARBONNIER, Droit civil, tome IV, Les obligations,
PUF, Thémis
F. CHABAS, Leçons de droit civil, tome 2, 1ère partie, Obligations : théorie générale, LGDJ,
Montchrestien
M. FABRE-MAGNAN, Les obligations, PUF, Thémis
J. FLOUR, J.-L. AUBERT et E. SAVAUX, Les obligations, A. Collin, tome 1, L'acte juridique; tome
2, le fait juridique
E. GAUDEMET, Théorie générale des obligations, Dalloz
J. GHESTIN, C. JAMIN et M. BILLIAU, Traité de droit civil, Le contrat : la formation - Le contrat :
les effets
L. GRYNBAUM, Droit civil : Les obligations, Hachette, HU Droit
C. LARROUMET, Droit civil, Les obligations : le contrat, Economica
Ph. MALAURIE, L. AYNÈS, Les obligations : responsabilité délictuelle, tome 1 et Les obligations :
contrats et quasi contrats, tome 2, Cujas
Ph. MALINVAUD, Droit des obligations, Litec· J.-M. Mousseron, Technique contractuelle, éd. Francis
Lefebvre
F.-J. PANSIER et Ph. DELEBECQUE, Droit des obligations : responsabilité civile, délit et quasidélit,
Litec, coll. Objectif droit; Contrat et quasi-contrat, objectif droit, Litec
Ph. LE TOURNEAU, Droit de la responsabilité et des contrats, Dalloz action
H. ROLAND et L. BOYER, Obligations, Litec, tome 1, Responsabilité délictuelle, tome 2 contrat - A.
Sériaux, Les obligations, 2e éd. PUF

UE - RSE MANAGEMENT INTERCULTUREL & JURIDIQUE Titre: RSE	Volume horaire : 15H00 L3 SICG-SIDC
Enseignant : Anne LOUBES	
Objectifs du cours : Ce cours a pour ambition de sensibiliser les étudiants aux enjeux de la RSE en intégrant ceux de la transition écologique. Afin de bien appréhender ces notions, une large part de l'enseignement sera consacrée à l'analyse des différentes approches de la RSE ainsi que des principaux outils. De même, en incluant également la transition écologique, des cas d'entreprises performantes dans ce domaine seront analysés. A travers cet enseignement, nous souhaitons démontrer que la RSE repose sur des projets souvent innovants. Dans le cadre des actions menées par l'IAE et de son engagement PRME, les étudiants devront être forces de proposition afin de développer des actions dans ce domaine. Compétences managériales : <ul style="list-style-type: none">- Comprendre les notions de RSE et de transition écologique,- Comprendre les dynamiques de gouvernance et les principes de gestions induits,- Savoir mobiliser les normes et labels comme signes de reconnaissance.	
Plan du cours: <ul style="list-style-type: none">• Définitions et approches de la RSE vers la transition écologique• Les différents outils de pilotage et de reconnaissance• Construire un projet de Transition Écologique, Sociale ou Sociétale pour IAE	
Mots Clés : RSE, RSO, Transition écologique, normes, label, parties prenantes, gouvernance.	
Bibliographie (facultative) : S'engager pleinement pour une responsabilité sociale des entreprises : guide pratique à usage des organisations – SGS Fédération Syntec (2020) https://www.syntec.fr/wp-content/uploads/2020/10/rse_syntec_2020_def.pdf	

<p>UE - RSE MANAGEMENT INTERCULTUREL & JURIDIQUE</p> <p>Titre : Management interculturel</p>	<p>Volume horaire : 15H00</p> <p>L3 SICG SIDC</p>
<p>Enseignant : Autcharaporn SOMSING</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>A la fin de ce cours, les étudiants doivent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les différentes cultures et être plus ouvert d'esprit concernant les autres cultures - Être capable d'expliquer les différentes dimensions culturelles et capable de les appliquer dans différents contextes - Avoir une intelligence émotionnelle permettant de gérer les conflits - Être capable de travailler avec des personnes de cultures différentes et savoir manager dans un contexte interculturel 	
<p>Plan du cours :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensions culturelles 2. La gestion des conflits 3. Intelligence Culturelle 4. D'ouest en est 	
<p>Mots Clés : Intelligence culturelle, Hofstede, Conflits, Negociation</p>	
<p>Bibliographie (facultative) :</p> <p>Mayrhofer, U. (2017). Management interculturel: Comprendre et gérer la diversité culturelle. Vuilbert.</p> <p>Meier, O. (2013). Management interculturel : Stratégie, organisation, performance. 5th ed. Dunod.</p>	

<p>UE - DEVELOPPEMENT PORTEFEUILLE CLIENT</p> <p>Titre : Management de la relation client</p>	<p>Volume horaire : 15H00 L3 SIDC</p>
<p>Enseignant : Emilie PLEGAT</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Former les étudiants aux problématiques de gestion et d'aide à la décision commerciale en proposant un aperçu des différents outils et méthodologies d'analyses existants ainsi que des applications en contexte organisationnel.</p> <p>Compétences managériales :</p>	
<p>Plan du cours :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Le management de la relation client : définition / secteur d'activité / exemples d'applications / les apports managériaux... 2. Les données : utilité / constitution d'une base de données / enrichissement / les sources de données / les Big Data... 3. Les méthodes d'analyses : segmentation, régression, classification 4. Applications des méthodes d'analyses sur jeux de données tests 	
<p>Mots Clés : Analyse de données, Segmentation, Classification, Machine learning, Big Data</p>	
<p>Bibliographie (facultative) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lambi, Jean-Jacques, Moerloose, Chantal de, 2016, Marketing stratégique et opérationnel : La démarche marketing dans l'économie numérique Ed. 9 - Lefébure, René, Venturi, Gilles, 2011, Gestion de la relation client : Edition 2005 Ed. 2 - Ray, Daniel, Sabadie, William, 2016, Marketing relationnel : Rentabiliser les politiques de satisfaction, fidélité, réclamation - Soulez, Sébastien, 2020, Le marketing : Marketing stratégique et opérationnel Comportement de l'acheteur et CRM Marketing digital Ed. 9 - Soulez, Sébastien, Halla, Said, Himber, Thierry, 2020, Exercices avec corrigés détaillés - Marketing : Marketing stratégique et opérationnel - Comportement de l'acheteur et CRM - Marketing digital Ed. 8 	

<p>UE - DEVELOPPEMENT PORTEFEUILLE CLIENT</p> <p>Titre : Animation commerciale</p>	<p>Volume horaire : 15H00 L3 SIDC</p>
<p>Enseignant : Julien MINGAUD</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser les techniques d'animation et leurs outils - Superviser efficacement son équipe pour générer de la performance et développer les ventes au sein d'une animation. <p>Compétences managériales :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser les éléments d'une animation commerciale visant au développement du CA de son portefeuille clients en B-to-B et B-to-C - Savoir sélectionner, chiffrer, organiser, théâtraliser et rentabiliser des animations de types foires, salons, JPO, Roadshow, Webinar - Manipuler les outils informatiques permettant de piloter son équipe et préserver la validité du portefeuille, optimiser la conquête et la fidélisation des clients. 	
<p>Plan du cours :</p> <p>1. Prospection commerciale Sourcing et constitution d'un fichier qualifié Outils traditionnels : Mailing, phoning, SMS, ISA, ICM... Outils digitaux : Capture d'annuaire, e-mailing, Inbound marketing, Growth hacking, CRM, Social Selling Aspects juridiques : RGPD</p> <p>2. Animation Foires / Salons / JPO / Roadshow / Webinar Objectifs, supports, organisation, coûts, rentabilité, suivi et fidélisation.</p> <p>3. Merchandising Règles d'agencement, théâtralisation d'une animation commerciale, marketing sensoriel</p> <p>4. Stimulation de l'équipe commerciale Techniques de stimulation individuelles, collectives, coaching, formation, tutorat, rémunération.</p>	
<p>Mots Clés : salons, foires, jpo, roadshow, prospection, base de données, stimulation, coaching, formation, tutorat, rémunération.</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p>	

<p>UE – MARKETING OPERATIONNEL</p> <p>Titre : Marketing B2B</p>	<p>Volume horaire : 15H00 L3 SIDC</p>
<p>Enseignant : Nathalie MAGNIN</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Comprendre les principaux leviers de gestion d'une force de vente</p> <p>Compétences managériales : Être capable de prendre et de faire appliquer des décisions simples concernant la gestion d'une force de vente.</p>	
<p>Plan du cours :</p> <p>0- Introduction au contexte B2B et ses spécificités 1- Introduction 2- Le comportement d'achat et le centre de décision 3- Le marketing mix en B2B 4- La relation client et La segmentation en B2B 5- La vente en B2B 6- L'éthique dans la démarche B2B Ressources du cours en elearning</p> <p>Les concepts sont présentés sous forme de vidéos, les supports présentés dans ces vidéos seront mis à disposition des apprenants. Pour chaque notion de cours, des exercices ou applications sont proposés, suivis d'un questionnaire en auto-évaluation permettant de s'assurer que la notion présentée est assimilée. A la fin de chaque semaine de cours un quiz de synthèse est proposé.</p>	
<p>Mots Clés : marketing b2B, filière ; processus d'achat ; éthique marketing mix</p>	
<p>Webographie :</p> <p>http://ressources.auneg.fr/nuxeo/site/esupversions/e4019d3d-5f8e-454c-b59b-f357fab11223/co/ISOARD_web.html</p>	



UE – MARKETING OPERATIONNEL	Volume horaire : 15H00 L3 SICG
Titre: Pilotage de la force de vente	
Enseignant : Julien MINGAUD	
Objectifs du cours : Comprendre les principaux leviers de gestion d'une force de vente Compétences managériales: Etre capable de prendre et de faire appliquer des décisions simples concernant la gestion d'une force de vente.	
Plan du cours : Introduction Les commerciaux : une réalité hétérogène Structurer l'effort commercial Recruter une force de vente Rémunérer une force de vente Contrôler une force de vente	
Mots Clés : Commerciaux performance rémunération recrutement management	
Bibliographie : Fournier Christophe (2016) Le management de la force de vente, Editions Dunod Collection Topo Fournier Christophe (2012) Gestion de la force de vente, Editions Universaelis, Collection en ligne	

<p align="center">UE – PILOTAGE DES PERFORMANCES ET INDICATEURS (Au choix 1 ou 2)</p> <p align="center">Titre : Pilotage budgétaire et des coûts 1</p>	<p>Volume horaire : 15H00</p> <p>L3 SIDC - SICG</p>
<p>Enseignant : Sylvie EVANGELISTI</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Garantir la cohérence des décisions courantes de l'entreprise avec la stratégie par les outils de pilotages. Préparer la prise de décision stratégique de l'entreprise. Le contrôle de gestion dans sa dimension technique doit permettre la maîtrise des coûts, et contribuer à la prise de décisions par des préconisations en matière de gestion et de production.</p> <p>Compétences managériales : Etre en capacités de faire comprendre les choix réalisés par l'entreprise, de motiver par le suivi de la performance.</p>	
<p>Plan du cours :</p> <p>L'utilité du contrôle de Gestion et son rôle centralisateur dans l'entreprise.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construction et interprétation des couts partiels - Le coût complet : <ul style="list-style-type: none"> - Evaluations des stocks et prestation réciproques <p>Exercices pratiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Méthodes des centres d'analyses <p>Exercices pratiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Méthode ABC <p>Exercices pratiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imputation rationnelles <p>Exercices pratiques</p> <p>Le compte de résultat différentiel et le seuil de rentabilité</p> <p>Synthèse et préparation examen final</p>	
<p>Mots Clés : Charges fixes et variable – seuil de rentabilité – méthode des coût complets – méthode ABC – Méthode des coûts partiel – gestion de stocks</p>	
<p>Bibliographie (facultative):</p> <p>Contrôle de gestion – PLOT-VICARD, VIDAL -Edition VUIVERT Pilotage de l'entreprise et contrôle de gestion – René Demestère / P. LORINO- Editions DUNOD Contrôle de gestion – 20 fiches – B. Doriath - DUNOD</p>	

<p>UE – PILOTAGE DES PERFORMANCES ET INDICATEURS</p> <p>Titre : Pilotage budgétaire et des coûts 2</p>	<p>Volume horaire : 15H00</p> <p>L3 SICG - SIDC</p>
<p>Enseignant : Sylvie EVANGELISTI</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Garantir la cohérence des décisions courantes de l’entreprise avec la stratégie par les outils de pilotages. Préparer la prise de décision stratégique de l’entreprise. Le contrôleur de gestion dans sa dimension stratégique doit contribuer à la mesure de la performance des différents services et fournir des informations aux décisionnaires : le processus budgétaire.</p> <p>Compétences managériales : Assurer le suivi des actions par la mise en place des budgets, analyse des écarts entre le réel et le prévisionnel, et proposer des mesures correctrices.</p>	
<p>Plan du cours :</p> <p>Budget : les concepts Articulation entre les différents budgets Les budgets outil de contrôle Gestion budgétaire : - Les budgets discrétionnaires - Les budgets opérationnels - Le budget de trésorerie Exercices appliqués Les écarts : principes généraux Analyse des écarts Tableau de bord et reporting Synthèse Préparation examen final par exercices appliqués.</p>	
<p>Mots Clés : Budgets – plan d’action – stratégie – tableaux de bord – actions correctives – trésorerie</p>	
<p>Bibliographie (facultative) :</p> <p>- Contrôle de gestion – PLOT-VICARD, VIDAL -Edition VUIVERT - Pilotage de l’entreprise et contrôle de gestion – René Demestère / P. LORINO- Editions DUNOD - Contrôle de gestion – 20 fiches – B. Doriath - DUNOD</p>	

<p align="center">UE – PILOTAGE DES PERFORMANCES ET INDICATEURS</p> <p align="center">Titre : Indicateurs marketing</p>	<p>Volume horaire : 15H00</p> <p>L3 SICG- SIDC</p>
<p>Enseignant : Nathalie MAGNIN</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Pouvoir calculer et analyser des indicateurs marketing afin de proposer un plan d'action opérationnel.</p>	
<p>Plan du cours :</p> <p><i>Partie 1 – Qu'est-ce qu'un indicateur marketing</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction générale 2. Les évolutions des indicateurs marketing 3. Construction d'un indicateur marketing <p><i>Partie 2 – Les données utiles à la construction des indicateurs marketing</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Les sources de données internes 2. Les sources de données externes 3. Les caractéristiques 4. Le stockage 5. L'exploitation 6. Le traitement 7. La légalité <p><i>Partie 3 – Les principaux indicateurs marketing</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Site internet 2. Réseaux sociaux 3. Campagnes Emailing 4. Campagnes de publicité 5. Inbound marketing 6. Autres <p><i>Partie 4 – Mise en place d'une stratégie basée sur des indicateurs marketing</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Les outils 2. Les méthodologies (descriptives, prédictives, la segmentation) 3. Application générale 4. 	
<p>Mots Clés : Indicateurs marketing, analyse descriptive, segmentation, sources de données, outils d'analyse, indices de fidélité client, churn...</p>	
<p>Bibliographie (facultative) :</p>	

UE – BUSINESS INTELLIGENCE COMMERCIALE	Volume horaire : 15H00 L3 SIDC
Titre : Business Intelligence	
Enseignants : <ul style="list-style-type: none">• Nicolas FOUGERAY (9 heures)• Maximilien DOSSA (6 heures)	
Objectifs du cours : Compétences managériales: Avec la généralisation des bases de données relationnelles il y a quelques années, puis, plus récemment, des ERP, les entreprises disposent d'une quantité d'information non négligeable. Pour assurer un pilotage efficace de l'entreprise, ces données essentielles doivent être analysées avec soin. C'est tout l'enjeu de l'informatique décisionnelle (Business Intelligence) qui doit agréger des données provenant de différentes sources pour restituer un résultat synthétique. Ce cours permettra aux participants de découvrir les clés de la mise en place d'un système d'information décisionnel au travers d'outils de plus en plus utilisés au sein des entreprises : Tableau BI et Qlikview Langue du cours : Français	
Plan du cours : <ul style="list-style-type: none">- Introduction théorique à la BI- Mise en situation sur machine (QlickView)- Les sources ETL : le chargement des données dans QV- Modifications du script.- L'interface de QV : gestion des feuilles, objets de feuille.- Etude de cas	
Mots Clés: Business Intelligence, Data Visualisation, Tableau de bord, gestion des données	
Bibliographie (facultative) :	



Plan du cours :

- Introduction au BI
- Installation de Tableau
- Connexion à une source de données
- Création de visuels
- Création d'un tableau de bord
- Partage d'un tableau de bord

Mots Clés : Business Intelligence ; script ; objets

Bibliographie (facultative) :

<p>UE – BUSINESS INTELLIGENCE COMMERCIALE</p> <p>Titre : Pilotage des actions commerciales</p>	<p>Volume horaire : 15H00 L3 SIDC SICG</p>
<p>Enseignant : Julien MINGAUD</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Utiliser des outils de Business Intelligence afin de créer des KPI de pilotage d’actions commerciales.</p>	
<p>Plan du cours :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Objectif des outils de reporting <ol style="list-style-type: none"> a. Révision / mise à niveaux sur les fondamentaux d’analyse b. Impact des KPI et vision : entreprise / client / collaborateur c. Quel sens donner au reporting : posture managériale et commerciale. 2. KPI liés à : <ol style="list-style-type: none"> a. L’activité commerciale b. La performance / productivité de l’équipe c. La prospection / fidélisation / satisfaction de la clientèle d. La gestion de l’équipe / Le climat social e. La motivation individuelle / collective 3. Les tableaux de bord : la fixation des objectifs <ol style="list-style-type: none"> a. Les modélisations prédictives b. Analyse des écarts et taux de réalisation c. Les représentations graphiques d. Choix des méthodes d’évaluation e. La bonne communication des résultats auprès des interlocuteurs concernés f. Élaborer un plan d’action commercial constructif et pérenne. 4. Outils d’automatisation, traitement et interprétation des données : <ol style="list-style-type: none"> a. Outils CRM b. Tableur c. QlikSense. 	
<p>Mots Clés : Business Intelligence, Big Data, QlikSense, Tableau de bord</p>	
<p>Bibliographie (facultative) :</p>	



UE – MANAGEMENT DES COLLABORATEURS	Volume horaire : 15H00 L3 SIDC
Titre : Animation des équipes	
Enseignant : François MALLET	
Objectifs du cours : Découvrir les différentes techniques de création, gestion et d'animation d'équipes Comprendre les structures d'influence dans l'équipe de travail Comment former et préparer des participants au travail en équipe. Intégrer les attentes au travail de la génération Y. Compétences managériales : Créer des équipes de travail efficaces. Animer des équipes de travail efficaces. Prendre en compte la dynamique des groupes.	
Plan du cours : 6 séances de 3 heures alternant théorie, quizz d'évaluation et cas pratiques en groupes	
Mots Clés : Animation d'équipes, performance d'équipe, dynamique de groupes.	
Bibliographie (facultative) : Le travail en équipe, R. Mucchielli, Editions esf, La dynamique des groupes, R. Mucchielli, Editions esf Intégrer et manager la génération Y, J. Pouget, Editions Vuibert.	



UE – MANAGEMENT DES COLLABORATEURS	Volume horaire : 15H00 L3 SIDC
Titre : Communication inter-personnelle	
Enseignant : Yamina GUITT HOCHET	
Objectifs du cours : Apprendre les fondamentaux de la communication (orale, écrite, professionnelle...) Découvrir les relations inter-personnelles, Découvrir les différents modes de communication inter-personnelle, Comprendre leur influence sur l'esprit d'équipe et la performance d'équipe, Compétences managériales : Créer et animer des équipes de travail efficaces.	
Plan du cours : 5 séances de 3 heures alternant théorie, quizz d'évaluation et cas pratiques en groupes.	
Mots Clés : relations inter-personnelles, modes de communication.	
Bibliographie (facultative) : Management et communication, D. Cristol, Editions esf, Le travail en équipe, R. Mucchielli, Editions esf,	



UE – PILOTAGE DE PROJET ET RH	Volume horaire : 15H00 L3 SICG / SIDC
Titre : Gestion de projet	
Enseignant : Julien MINGAUD	
Objectifs du cours : Découverte des outils du management de projet Appliquer ces outils à un projet de développement commercial simulé au sein d'une PME. Gérer le temps de façon optimale et d'intégrer les contraintes budgétaires et temporelles d'un projet. Compétences managériales : Savoir piloter un projet dans son intégralité Développer ses capacités d'initiative Développer ses capacités à travailler en équipe Apprendre à manipuler les outils de gestion de projet.	
Plan du cours : Les acteurs d'un projet Les étapes d'un projet La gestion du temps Gestion des ressources humaines (rapprochement avec le cours de pré-requis S1) L'exécution d'un projet	
Mots Clés : gestion, projet, budget, planification, ressources.	
Bibliographie (facultative) : MARCHAT H. (2009), La gestion de projet par étapes - Portefeuille de projets, Editions d'Organisation, 207p	

<p align="center">UE – PILOTAGE DE PROJET ET RH</p> <p align="center">Titre: Management des ressources humaines</p>	<p>Volume horaire : 15H00 L3 SICG /SIDC</p>
<p>Enseignant : Nicolas FOUGERAY</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Se constituer des bases théoriques et pratiques en gestion des ressources humaines Comprendre ce qu'est la gestion des ressources humaines Appréhender les étapes et les enjeux du recrutement Comprendre les enjeux et les composantes de la rémunération</p> <p>Compétences managériales : Avoir une attitude "responsable" lors d'un entretien de recrutement Connaissances des outils issus du digital pour les recrutements d'aujourd'hui Maîtrise des différentes étapes et techniques de recrutement</p>	
<p>Plan du cours :</p> <p><i>Chapitre 1 : La Fonction Ressources Humaines</i> <i>Chapitre 2 : Le Processus de Recrutement</i> <i>Chapitre 3 : La Gestion des Effectifs</i> <i>Chapitre 4 : La Rémunération</i></p>	
<p>Mots Clés : GRH, recrutement, remuneration, effectifs</p>	
<p>Bibliographie (facultative) :</p> <p>Peretti (2015). Gestion des ressources humaines (20ème edition), Paris : Vuibert.</p>	

<p>UE – ENSEIGNEMENT PROFESSIONNALISANT</p> <p>Titre/title : Anglais – Préparation au TOEIC</p>	<p>Volume horaire/nb of Hours : 15H00 Socle commun L3MTS/SIDC/SICG/E-Learning</p>
<p>Enseignant /lecturer: Jessie CHIAVASSA</p>	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Cours axé sur la préparation à la certification TOEIC. L'accent sera mis sur l'acquisition de connaissances lexicales et grammaticales ainsi que sur les stratégies permettant d'aborder les différentes parties du TOEIC en vue de sa réussite. Des exercices d'application seront corrigés en cours. Un TOEIC blanc complet fera l'objet d'un entraînement.</p> <p>Un ou des atelier(s) sur le thème de l'entreprise permettront aux étudiants de s'exprimer individuellement à l'oral, essentiellement dans le cadre de jeux de rôle (en fonction du temps disponible).</p> <p>Sessions dedicated to the preparation of the TOEIC test with an emphasis on vocabulary and grammar knowledge as well as the relevant strategies to pass the test. Some exercises on listening and reading comprehension will be corrected in class. 1 Mock TOEIC will be done as a training.</p> <p>One or several workshop(s) will allow the students to practise oral English individually in role plays essentially (according to the time available).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Révision/apprentissage des règles grammaticales et du vocabulaire en vue du passage du TOEIC (anglais des affaires et thèmes de la vie courante...) - Préparation aux différentes parties du TOEIC et mise en pratique au travers d'exercices d'entraînement / 1 TOEIC blanc - Thématiques et situations professionnelles (en fonction du nombre d'heures en classe disponibles) - Revisions/learning of grammar and vocabulary aimed at the TOEIC (business English, daily English...) - Preparation to the test through the different parts and training exercises / 1 Mock TOEIC - Company: topics and professional situations (according to the time left in class) 	
<p>Mots Clés : TOEIC, situations professionnelles, grammaire, vocabulaire</p>	
<p>Bibliographie (facultative) :</p> <p>Diverses ressources et liens disponibles sur le Moodle.</p> <p>Various resources and links available on the Moodle.</p>	

<p>UE – ENSEIGNEMENT PROFESSIONNALISANT</p> <p>Titre : Insertion professionnelle</p>	<p>Volume horaire : 30H</p> <p>L3 MTS/SICG/SIDC</p>
<p>Enseignant : William CAZORLA</p>	
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Construire les Outils de candidature, Stratégie et plan d'action de recherche d'emploi/stage, recrutement 2.0 – Connaître les Attentes et méthodes des recruteurs-Réussir ses entretiens de recrutement et son intégration en entreprise</p> <p>Compétences managériales :</p> <p>Investiguer, trouver et candidater à des offres- Savoir se présenter- maitriser les règles de communication verbales et non verbales en entretien- comprendre et utiliser les réseaux sociaux professionnels-</p>	
<p>Plan du cours: 6 séances de 3h ou 3 séances de 6h</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identité professionnelle : valeurs, drivers, atouts de personnalité, savoirs et expériences/réalisations • Stratégie et outils de candidature : Construction du CV, LM, pitch mail, profil linked in • Recherches et investigation : réseaux sociaux, découvertes des métiers, des entreprises, suivi des candidatures. • Recrutement : Attentes des recruteurs, découverte des différents entretiens de recrutement, construction du pitch, préparation aux entretiens • Réussir son intégration en entreprise: les enjeux de l'intégration, présentation des clés de réussite 	
<p>Mots Clés: pitch, CV et lettre de motivation, entretien de recrutement, réseaux sociaux professionnels, intégration</p>	
<p>Bibliographie :</p> <p>« LE RECRUTEMENT-ENJEUX, OUTILS, MEILLEURES PRATIQUES ET NOUVEAUX STANDARDS » Alain GAVAND chez EYROLLES- 2013</p>	

UE – ENSEIGNEMENT PROFESSIONNALISANT Titre : Méthodologie	Volume horaire : 15H00 L3 SIDC
Enseignant : Corinne JANICOT	
Objectifs du cours: L'objectif du cours est de préparer les étudiants à la réalisation de leur mémoire écrit et de leur soutenance orale. Il s'agira d'exposer les méthodologies de choix et expression de la problématique des stages, mais aussi de présentation et restitution des missions et travaux réalisés en entreprise. Compétences managériales: Capacité à comprendre une situation complexe - aptitude à la problématisation - capacité à communiquer à l'écrit et à l'oral - synthèse	
Plan du cours: <ul style="list-style-type: none">- Présentation des méthodologies écrites- Présentation des méthodologies orales- Exposés étudiants devant la classe entière et évaluation- Remise des mémoires : Le mémoire de stage doit être rendu en deux exemplaires + dépôt Moodle (cf calendrier pédagogique) Un format numérique du mémoire sera déposé sur la plateforme accompagné des fiches d'évaluation étudiant et entreprise complétées et mises à disposition sur Moodle. Les soutenances auront lieu fin juin, vous recevrez une convocation, la présence des tuteurs Entreprise est très souhaitée dans la mesure du possible.	
Mots Clés : Synthèse - communication écrite et orale - problématisation	
Bibliographie (facultative) :	



UE – ENGAGEMENT ETUDIANT TEDS Titre: Etudiant(e) engagé(e) dans les missions RSE	Volume horaire : 4h00 L3 MTS / SICG / SIDC
Enseignant : Sylvie CAMP	
Objectifs du cours : Former nos étudiants à s'engager à titre bénévole auprès d'associations caritatives avec comme principale motivation « l'envie d'être utile et d'agir pour les autres »	
Plan du cours : Présentation de plusieurs associations lors d'une réunion en début d'année. Les étudiants doivent s'engager à hauteur de 50 heures dans une ou plusieurs actions afin de pouvoir valider 3 crédits.	
Mots Clés: RSE, Actions caritatives	
Bibliographie:	

<p>UE – PROJET ET MISSION</p> <p>Titre : Stage fin d'études</p>	<p>L3 SIDC</p>
<p>Objectifs du cours :</p> <p>Encadrer les étudiants dans leurs missions managériales et les orienter vers une problématique cohérente et adaptée.</p> <p>Le stage correspond à une période temporaire de mise en situation en milieu professionnel au cours de laquelle l'étudiant acquiert des compétences professionnelles et met en oeuvre les acquis de sa formation en vue de l'obtention d'un diplôme ou d'une certification et de favoriser son insertion professionnelle.</p> <p>Le stagiaire se voit confier une ou des missions conformes au projet pédagogique défini par son établissement d'enseignement et approuvées par l'organisme d'accueil.</p> <p>Le programme est établi par l'établissement d'enseignement et l'organisme d'accueil en fonction du programme général de la formation dispensée.</p> <p>Compétences à acquérir pendant le stage :</p> <p>Capacité à comprendre une situation complexe - aptitude à la problématisation - capacité à communiquer à l'écrit et à l'oral - synthèse</p> <p>Compétences managériales:</p> <p>Développement d'une méthodologie analytique ancrée dans une réflexion théorique et de mise en perspective des apports pratiques</p>	
<p><u>Dates importantes :</u></p> <p>Durée minimum imposée pour valider l'UE stage 4 mois, soit 616 heures selon les dates du calendrier pédagogique.</p> <p>Le mémoire de stage doit être rendu à la date fixée par le calendrier pédagogique sous format numérique et déposé sur la plateforme Moodle.</p> <p>Les fiches d'évaluation stage/alternance seront à compléter en ligne à partir d'un lien qui vous sera envoyé directement par mail en fin de stage/contrat d'alternance.</p> <p>Organisation des soutenances : vous recevrez une convocation, la présence des tuteurs Entreprise est très souhaitée dans la mesure du possible.</p> <p>Les modalités de rédaction, de présentation et de soutenance seront définies dans le cadre du cours de Méthodologie.</p>	
<p>Mots Clés : Synthèse - communication écrite et orale - problématisation</p>	
<p>Bibliographie (facultative) :</p>	