



Syllabus

Licence

Mention

Sciences et Technologies

Parcours

**Licence Management Technologies et Sciences
E-learning**





SYLLABUS

Licence Management Technologies Sciences E-LEARNING

Contacts :

Responsable pédagogique :	Secrétariat pédagogique :
Christophe FOURNIER	Clarisse LEULLIER
christophe.fournier@umontpellier.fr	iae-scolarite-licence@umontpellier.fr
Ingénieur pédagogique :	
David Billet	
iae-inno-peda@umontpellier.fr	



ORGANISATION PEDAGOGIQUE DES SEMESTRES

SEMESTRE 5 – 30 ECTS

Unités d'enseignement	Matières
Comptabilité - Finance	<u>Comptabilité générale</u>
	<u>Finance</u>
Environnement économique et légal	<u>Economie générale</u>
	<u>Droit</u>
Marketing	<u>Marketing stratégique</u>
	<u>Marketing opérationnel</u>
IA dans la décision	<u>Intelligence artificielle</u>
	<u>Théorie de la décision</u>
Pilotage entrepreneurial	<u>Entrepreneuriat</u>
	<u>NTIC & PGI</u>

SEMESTRE 6 – 30 ECTS

Enseignement professionnalisant	<u>Numérique bureautique Excel</u>
	<u>Anglais préparation TOEIC</u>
	Coaching étudiant
Marketing approfondi	<u>Marketing industriel</u>
	<u>Gestion force de vente</u>
	<u>Achats</u>
Organisation et RH	<u>Théorie des organisations</u>
	<u>GRH</u>
	<u>Management interculturel</u>
Décisions et contrôle	<u>Comptabilité analytique</u>
	<u>Gestion de projets</u>
<u>TEDS Licence</u>	
Projet tutoré – Méthodologie	
<u>Parcours classique/Parcours double diplomation</u>	



Fiches Syllabus

COMPTABILITE GENERALE	Volume horaire : 15h L3 MTS E-Learning
Enseignante : Céline AVERSENG	
Objectifs du cours : Former les étudiants aux principes comptables d'enregistrement des écritures simples (factures, amortissements, stocks).	
Compétences managériales : Connaissances de base en comptabilité financière pour être capable de comprendre les documents de synthèse.	
Plan du Cours : C'est quoi la comptabilité ? Trésorerie, Compte de Résultat et Bilan Les normes comptables La production de l'information comptable Les factures d'achat et de vente simples Les factures avec réduction Les factures avec TVA Les frais de transport Les factures d'avoir Les variations des stocks La notion d'amortissement La comptabilisation des amortissements	
Ressources du cours en E-learning : Ppt Sonorisés, études de cas, quiz	
Mots Clés : emploi-ressource- bilan -résultat -enregistrement comptable	
Bibliographie : Sites en ligne Aunège module comptabilité	



FINANCE	Volume horaire : 15 h L3 MTS E Learning
Enseignant : Eric STEPHANY	
Objectifs du cours: <ul style="list-style-type: none">- Comprendre la performance financière des entreprises- Compréhension des principaux indicateurs de performance	
Compétences managériales: <ul style="list-style-type: none">- Comprendre les documents comptables- Etablir un diagnostic financier	
Plan du cours: <ul style="list-style-type: none">I) IntroductionII) Comprendre l'activité de l'entrepriseIII) Comprendre la structure financière de l'entreprise	
Ressources du cours en E-learning: Power point - vidéo	
Mots Clés: diagnostic financier, rentabilité financière	
Bibliographie : www.aunege.org	



<h2>ECONOMIE GENERALE</h2>	Volume horaire : 15h L3 MTS E-Learning
Enseignant: Pascal MICHELENA	
<p>Objectifs du cours: L'objectif principal de ce cours est de fournir à des étudiants non spécialistes les connaissances de base en économie afin d'appréhender les caractéristiques du système économique, ses modes de fonctionnement. Les relations entre les principaux agents sont analysées, les grands équilibres sont présentés.</p> <p>Compétences managériales: Connaissance des agents économiques et de leurs relations dans le circuit économique. Analyse des moteurs de la croissance économique ; présentation des grands équilibres macro-économiques : présentation de l'équilibre sur le marché des biens et services ; analyse des différentes composantes de l'offre et de la demande globales en économie. Définition comptable et macro-économique du solde courant d'une économie.</p> <p>Ressources du cours E-learning: Le cours est composé de 4 modules interactifs mis à dispositions des étudiants ainsi que des compléments vidéo.</p>	
<p>Plan du cours: 4 modules principaux : Module 1 : Introduction à la macroéconomie Module 2 : Opérations et Agents économiques Module 3 : Quelques agrégats importants Module 4 : Equations macroéconomiques fondamentales</p>	
<p>Mots Clés: Secteurs institutionnels, croissance économique, consommation, investissement, solde commercial, solde courant, capacité et besoin de financement, taux de marge, revenu disponible brut, pouvoir d'achat.</p>	
<p>Bibliographie : B.Bernier et Y.Simon, Initiation à la macroéconomie, Dunod L'économie française 2024, OFCE, Repères, La découverte, septembre 2023. L'économie mondiale 2024, CEPII, Repères, La Découverte, septembre 2023. L'économie européenne 2023-2024, Repères, La Découverte, septembre 2023</p>	



DROIT	Volume horaire : 15h L3 MTS E-Learning
Enseignant: Grégory BOUVIALA	
Objectifs du cours: Le droit des contrats fonde 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. L'objectif de ce cours est de présenter les notions fondamentales du droit du contrat : sa négociation, sa validité, son exécution et son inexécution.	
Compétences managériales: 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 l'acquisition des notions fondamentales du droit et des organisations judiciaires, les leçons suivantes peuvent être regroupées en trois axes. 1. – 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. 2. – 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. 3. – 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.	
Ressources du cours e-learning : Power point – modules interactifs	
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	



Bibliographie :

- A. BÉNABENT, Droit civil, Les obligations, édition, Montchrestien, Domat
- Ph. BRUN, Responsabilité civile extracontractuelle, Litec, Manuel
- 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 quaside lit, 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



MARKETING STRATEGIQUE	Volume horaire : 15h L3 MTS E-Learning
Enseignantes : Audrey PORTES et Anne-Sophie CASES	
Objectifs du cours : Il s'agit d'initier les étudiants aux concepts fondamentaux du Marketing. Le premier module du cours « Marketing Stratégique » s'attache au développement des connaissances générales en marketing, à savoir le vocabulaire utilisé en Marketing, les concepts fondamentaux. Puis le comportement du consommateur et les méthodes d'analyse de son comportement sont présentées (méthodes qualitatives et quantitatives) Enfin, l'analyse stratégie du marché permet de positionner l'offre de l'entreprise et de segmenter son marché.	
Compétences managériales : <ul style="list-style-type: none">- Études de marché (analyse du marché)- Marketing stratégique (segmentation, positionnement analyse stratégique de portefeuille de produits)	
Plan du cours : 4 séance de Cours pour le module 1 « Marketing Stratégique » <ul style="list-style-type: none">- Initiation aux concepts du Marketing- Comportement du consommateur- Méthodes d'analyses du comportement du consommateur- Modèles et méthodes du marketing stratégique	
Ressources du cours E-learning : <ul style="list-style-type: none">• Un power point pour chaque séance (« les fondamentaux »)• Un powerpoint (« Aller plus loin ») : avec des exemples vidéos d'illustration et des références bibliographiques pour approfondir le cours.• Un quiz pour vous évaluer pour chaque séance (10 questions par quiz)	
Mots Clés: études de marché, consommateur, marque, stratégie, segmentation, positionnement	
Bibliographie : <i>Ouvrages sur le Marketing :</i> P.L. Dubois, A. Jolibert, M.L. Gavard-Perret et C. Fournier (2013), Le Marketing, Fondements et Pratique, 5ème Edition, Economica. D. Lindon & F. Jallat (2005), Le Marketing, Etudes Moyens d'action Stratégie, 5ème Edition, Dunod. Marketing (2014), Coordonné par J.M. Ferrandi et M.C. Lichtlé, Dunod <i>Comptes twitter :</i> @FrenchSouthD ; @infosdudigital ; @Cap_Digital ; @afm_marketing ; @M2emarketing ; @AudreyPortes	



MARKETING OPERATIONNEL	Volume horaire : 15h L3 MTS E-Learning
Enseignantes: Audrey PORTES et Anne-Sophie CASES	
Objectifs du cours : Le module intitulé « Marketing Opérationnel » concerne les éléments de la stratégie marketing (le Mix) à savoir la politique Produit, la politique Prix, la Distribution et enfin la Communication. A travers l'étude de ces 4 P, il sera alors possible de mieux comprendre comment mettre en place une stratégie marketing dans sa globalité. Compétences managériales : <ul style="list-style-type: none">- Comment développer une tarification ? Une stratégie de prix pour un produit ?- Quelle politique de marque ?- Quel(s) choix pour le(s) circuit(s) de distribution ?- Quel(s) cana(aux)l de communication choisir ?	
Plan du cours : 4 séances de Cours pour le module 2 « Marketing opérationnel » <ul style="list-style-type: none">- La stratégie produit – Marque- La stratégie produit et la promotion des ventes- La distribution et l'e-commerce- La stratégie de communication (offline et online) Ressources du cours E-learning : <ul style="list-style-type: none">• Un power point pour chaque séance (« les fondamentaux »)• Un powerpoint (« Aller plus loin ») : avec des exemples vidéos d'illustration et des références bibliographiques pour approfondir le cours.• Un quiz pour vous évaluer pour chaque séance (10 questions par quiz)	
Mots Clés: consommateur, produit, marque, prix, distribution, communication	
Bibliographie : <i>Ouvrages sur le Marketing :</i> P.L. Dubois, A. Jolibert, M.L. Gavard-Perret et C. Fournier (2013), Le Marketing, Fondements et Pratique, 5ème Edition, Economica. D. Lindon & F. Jallat (2005), Le Marketing, Etudes Moyens d'action Stratégie, 5ème Edition, Dunod. Marketing (2014), Coordonné par J.M. Ferrandi et M.C. Lichtlé, Dunod <i>Comptes twitter :</i> @FrenchSouthD ; @infosdudigital ; @Cap_Digital ; @afm_marketing ; @M2emarketing ; @AudreyPortes	



INTELLIGENCE ARTIFICIELLE	Volume horaire : 15h L3 MTS E-Learning
Enseignant : Maximilien DOSSA	
<p>Objectifs du cours :</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendre le fonctionnement des IA génératives.• Apprendre à créer des prompts et des contenus de qualité.• Comprendre les limites et enjeux éthiques des IA.• Maitriser les fonctionnalités avancées de ChatGPT.• Découvrir les différentes IA génératives populaires et leurs applications. <p>Compétences managériales :</p> <ul style="list-style-type: none">• Rédaction de prompts efficaces, utilisation avancée des IA génératives.• Esprit critique sur la fiabilité et les limites des IA.• Usage responsable des IA, conformité avec les normes académiques.• Intégration des IA dans les pratiques académiques. <p>Ressources du cours E-learning :</p> <ul style="list-style-type: none">• Supports interactifs (Genially, PDF).• Exercices et études de cas sur l'utilisation des IA.	
<p>Plan du cours :</p> <ul style="list-style-type: none">• Les IA génératives, comment ça marche ? (Principes fondamentaux)• Rédiger un bon prompt (Techniques et stratégies)• Utilisation responsable des IA (Fiabilité, biais, éthique)• Comment utiliser les IA à l'université (Applications académiques)• Tout savoir sur ChatGPT (Fonctionnalités avancées)• Panorama des IA génératives (Comparaison des outils spécialisés et généralistes)	
<p>Mots Clés : IA générative, modèle de langage, ChatGPT, prompt engineering, IA multimodale, IA spécialisée.</p>	
<p>Bibliographie : Averseng, C., & Dossa, M. (2024). Ressources Intelligence Artificielle.</p>	



THEORIE DE LA DECISION	Volume horaire : 15h L3 MTS E-Learning
Enseignante : Maria Claudia ANGEL FERRERO	
Objectifs du cours : Ce cours présente les outils modernes de la théorie de la décision dans le risque et l'incertain. Une première partie cherche à comprendre le rôle majeur de l'incertitude dans la prise de décision, pour ensuite se focaliser sur les premiers concepts utiles dans la modélisation des choix dans le risque et l'incertain. Nous exposerons ensuite la théorie de l'utilité espérée de Von-Neumann Morgenstern, avec exemples d'applications de cette théorie dans les domaines de l'assurance, la finance, la santé, l'environnement, l'organisation, etc...). Les dernières séances seront consacrées à la présentation des limites du modèle de l'utilité espérée, et des nouveaux apports théoriques en matière d'économie de la décision, notamment l'approche de H. Simon sur la rationalité limitée et la théorie des prospects de Kahneman et Tversky. Nous traiterons notamment de la théorie des perspectives et de la mise en évidence de certains biais cognitifs.	
Compétences managériales : <ul style="list-style-type: none">- Analyser et comprendre le processus de prise de décision individuelle et organisationnelle- Comprendre le rôle du jugement analytique dans la prise de décision et les heuristiques et biais qui impactent le comportement et les choix des individus- Analyser les problèmes de décision des organisations et managériaux et appliquer les théories de la décision pour optimiser les gains- Etre capable de reconnaître et identifier les heuristiques, les biais cognitifs et les émotions qui peuvent impacter les comportements et les choix des individus. Être capable de prendre de décisions stratégiques dans des situations de concurrence et/ ou de coopération.	
Plan du cours : <ol style="list-style-type: none">1. Introduction à la théorie de la décision2. École de la rationalité pure : Choix certain<ol style="list-style-type: none">a. Théorème de Bayesb. Notion d'utilitéc. Théorèmes et conditions de la rationalité3. École de la rationalité pure : Choix risqué<ol style="list-style-type: none">a. Notion de risqueb. Comportement face au risquec. Paradoxes et problèmes de la rationalité4. École de la rationalité pure : Choix dans l'incertain<ol style="list-style-type: none">a. Notion d'incertitudeb. Méthodes d'optimisationc. Jeux de coalition5. Psychologie de la décision<ol style="list-style-type: none">a. Théorie de la rationalité limitée de H. Simonb. Biais cognitifs et heuristiques	



Ressources du cours en E-learning :

Diapositives et vidéos

Exercices : exercices, qcm d'auto-évaluation

Mots Clés : Théorie de l'utilité, Rationalité, jugement et psychologie de la décision

Bibliographie :

- Gärdenfors, P. & Sahlin, N-E. (1988) Decision, Probability and Utility, Cambridge UP [anthologie d'articles de référence portant aussi bien sur les aspects mathématiques, empiriques que philosophiques, avec un privilège accordé à ces derniers.]
- Gilboa, I. (2009) Theory of Decision under Uncertainty, Cambridge : CUP
- Gilboa, I. (2010) Rational Choice, Cambridge, Mass : MIT Press
- D. Kahneman & A. Tversky (2000), Choice, Value and Frames, Cambridge UP
- D. Kreps (1988), Notes on the Theory of Choice, Westview Press
- Peterson, M. (2009) An Introduction to Decision Theory, Cambridge : CUP



ENTREPRENEURIAT	Volume horaire : 15h L3 MTS E-Learning
Enseignants : LEVY Romain et RAYNAUD Amandine	
Objectifs du cours: Comprendre les différentes nuances de l'entrepreneuriat responsable. Comprendre comment les entrepreneurs responsables cherchent à générer des bénéfices tout en contribuant au bien-être de la société et en minimisant leur empreinte écologique.	
Ressources du cours en E-learning : <ol style="list-style-type: none">1. Qu'est-ce qu'une entreprise responsable ?2. Comment développer une entreprise responsable ?3. L'accompagnement et le financement des entreprises responsables.	
Mots Clés : Entrepreneuriat, responsabilité, financement	
Bibliographie : Interviews filmées de dirigeants d'entreprises et d'accompagnants. https://lelab.bpifrance.fr/ https://auneg.fr/	



NTIC et PGI	Volume horaire: 15h L3 MTS E-learning
Enseignante : Céline AVERSENG	
Objectifs du cours: L'objectif de ce cours est de proposer une introduction aux ERP (Enterprise Ressource planning) - PGI (Progiciel de gestion intégré). Compétences managériales: Les étudiants seront mis en situation sur plusieurs scénarios qui permettront de mettre en évidence la transversalité de ces outils et notamment les liens entre l'opérationnel et la gestion comptable. Description du cours : 15h Pré-requis : Cours de Comptabilité Générale Ressources en E-learning: Modules de formation sonorisés Scénarios de mise en situation sur l'ERP (accès à une entreprise virtuelle SAP) Vidéos de corrections pas à pas Etude de cas	
Plan du cours : <ul style="list-style-type: none">• Introduction à l'interface SAP : navigation, master data, transactions, modes, vues, champs, export, aide.• Scénario d'introduction.• Scénario d'approvisionnement orienté flux comptables : création fiche article, création fiche fournisseur, création demande d'achat, commande d'achat, gestion des stocks, facturation, règlement, reporting	
Mots Clés : ERP, SAP GUI, Transaction, Mode	
Bibliographie : Non nécessaire	



Outils numériques et bureautique Excel

Volume horaire: 15h
L3 MTS E-Learning
L3 MTS

Enseignantes : Yamina GUITT-HOCHET – Clarisse LEULLIER

Objectifs du cours :

Ce cours d'informatique de 15h en e-learning sur Moodle propose une approche progressive et structurée pour maîtriser les outils essentiels d'Excel. Il est organisé en trois modules couvrant les bases d'Excel, les fonctions de recherche (notamment la fonction RECHERCHEV) et les tableaux croisés dynamiques.

Description du cours :

1. Module 1 : Les bases en Excel
 - Présentation des fonctionnalités de base.
 - Exercices pratiques.
 - Quiz pour évaluer les compétences.
2. Module 2 : La fonction RECHERCHEV
 - Présentation et cas d'utilisation de la fonction RECHERCHEV.
 - Exercices pratiques.
 - Quiz pour valider les compétences.
3. Module 3 : Les tableaux croisés dynamiques
 - Présentation des tableaux croisés dynamiques.
 - Exercices pratiques.
 - Quiz pour évaluer la compréhension.
4. Examen final : Quiz en ligne pour valider les compétences acquises.

Modalités d'apprentissage :

- Chaque module est accessible uniquement après avoir suivi le cours, réalisé les exercices et réussi le quiz correspondant.
- Un tuteur est disponible pour répondre à vos questions tout au long de la durée du cours.

Compétences :

Module 1 : Les bases en Excel

- Compétences requises : Aucune prérequis, ouvert aux débutants.
- Compétences atteintes :
 - Maîtriser l'interface d'Excel.
 - Comprendre et utiliser les formules de base (somme, moyenne, etc.).
 - Créer et mettre en forme des tableaux simples.

Module 2 : La fonction RECHERCHEV

- Compétences requises : Maîtrise des bases d'Excel (module 1).
- Compétences atteintes :
 - Comprendre la syntaxe et le fonctionnement de la fonction RECHERCHEV.
 - Appliquer la fonction RECHERCHEV à différents scénarios.



- Résoudre des problèmes d'analyse de données.

Module 3 : Les tableaux croisés dynamiques

- Compétences requises : Maîtrise des bases d'Excel et des fonctions avancées (module 1 et module 2).
- Compétences atteintes :
 - Créer des tableaux croisés dynamiques.
 - Analyser et visualiser des données de manière avancée.
 - Générer des rapports clairs et précis.

Support et assistance :

- Des ressources complémentaires seront fournies pour chaque module (documents, vidéos, etc.).
- Un tuteur dédié sera disponible via Moodle



ANGLAIS TOEIC	Volume horaire: 15h L3 MTS E-learning
Enseignante : Jessie CHIAVASSA	
Objectifs du cours : 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. Des TOEICs blancs complets feront l'objet d'entraînements.	
Plan du cours : Préparation TOEIC® :30 heures <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 / TOEICs blancs.	
Mots Clés : TOEIC, grammaire, vocabulaire	
Bibliographie : Non nécessaire	



MARKETING INDUSTRIEL	Volume horaire : 15h L3 MTS E-Learning
Enseignante : Micheline MAZAWAN COULIBALY	
Objectifs du cours : Permettre aux participants d'identifier la nature de l'activité marketing dans une entreprise B2B et de se doter des méthodes et des outils qui permettent la mise en œuvre de l'activité marketing dans une entreprise B2B. Faire découvrir de nouveaux champs d'application du marketing et les préparer pour de nouveaux secteurs d'activités ou de nouveaux contextes de missions marketing.	
Compétences managériales : Après ce cours, les étudiants seront capables d'analyser le centre d'achat d'une entreprise cliente et son comportement.	
Plan du Cours : 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 E-learning : 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.	
Mots Clés : marketing b2B, filière ; processus d'achat ; éthique marketing mix	
Bibliographie : Revue académiques Industrial Marketing Management Manaval et Benaroya (2013). Marketing Business to Business. 4 ^{ème} édition, Pearson Education	
Sites en ligne : http://ressources.auneg.fr/nuxeo/site/esupversions/e4019d3d-5f8e-454c-b59b-f357fab11223/co/ISOARD_web.html	



GESTION FORCE DE VENTE	Volume horaire : 15h L3 MTS E–Learning
Enseignant : Christophe FOURNIER	
Objectifs du cours: Comprendre les principaux leviers de gestion d’une force de vente.	
Compétences développées : 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	
Ressources du cours en E-learning : PPT sonorisés Vidéos Exercices, QCM	
Mots Clés : vendeur ; rémunération, recrutement, performance, 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 Sites en ligne	



ACHATS	Volume horaire: 15h L3 MTS E-Learning
Enseignant : Arnold FERNANDEZ	
Objectifs du cours : Appréhender l'importance de la fonction achat dans la performance globale de l'entreprise	
Compétences managériales : <ul style="list-style-type: none">- Identifier les enjeux de la fonction achat et les leviers de performance- Développer une analyse cohérente et performante en utilisant les outils adaptés	
Plan de cours : <ul style="list-style-type: none">• Avant-propos• La diversité des acteurs et des métiers• Le veille environnementale un élément stratégique pour les achats• La politique achat et les enjeux du marketing achat• Le processus d'achat outil indispensable à toute démarche	
Ressources du cours en E-learning : Cours PPT animés et sonorisés avec quelques vidéos Exercices et activités Mise en situation au travers de différents cas Simulations Travaux de recherche Eventuellement quizz	
Mots Clés: achat, Sourcing, E sourcing, E procurement, processus d'achat, criticité, Intelligence économique	
Bibliographie et ressources complémentaires : Fonction acheteur Dunaud, La négociation acheteur vendeur Dunaud, La démarche Logistique Afnor, Exporter Foucher http://www.decision-achats.fr/ ; http://www.lettredesachats.com/ http://www.professionachat.com/ ; http://achats-pro.eu/ ;	



THEORIE DES ORGANISATIONS

Volume horaire : 15h
L3 MTS E-Learning

Enseignante: Najoua TAHRI

Objectifs du cours:

La théorie des organisations est une discipline scientifique pluridisciplinaire faisant appel à diverses branches des sciences humaines (psychologie, sociologie, économie, gestion), dont le champ de réflexion porte sur l'organisation de la production, et de l'entreprise en général. Fondée par des praticiens, ingénieurs et dirigeants d'entreprise avec le concours d'universitaires et de chercheurs, elle offre de nombreuses connaissances pour mieux comprendre et améliorer le fonctionnement et la performance des organisations.

Le principal objectif de ce cours est d'initier les étudiants aux grands courants de la théorie des organisations, en portant un intérêt particulier aux évolutions des pratiques des organisations. Il s'agira ainsi de présenter, décrire, expliquer et analyser les principaux concepts de la théorie des organisations, par école de pensée. A partir de cette analyse, de grandes thématiques faisant encore l'objet de problématiques actuelles sont mises en lumière : mécanismes de coordination du travail, difficultés organisationnelles, motivation des hommes au travail, systèmes d'autorité, pouvoir et leadership, processus de prise de décisions, environnement des organisations et culture d'entreprise.

Plus spécifiquement, les objectifs de ce cours sont les suivants :

Acquérir une connaissance générale du contenu des grands courants et débats ayant ponctué l'évolution de la discipline

Connaître les principaux concepts et les théories de base de l'analyse des organisations

Comprendre les questions traitées par les théoriciens des organisations et la variété des réponses apportées par les différents courants

Comparer les différents courants de pensée de la théorie des organisations

Identifier les approches qui conviennent le mieux à l'analyse d'une organisation spécifique

Savoir mobiliser et appliquer les différents concepts à l'analyse de situations réelles d'entreprise

Réaliser une réflexion personnelle et critique des organisations.

Compétences managériales:

Cet enseignement fournit des outils d'analyse pour mieux comprendre le fonctionnement des organisations. La connaissance des grandes approches de la théorie des organisations et des différentes réponses apportées aux problématiques managériales permet aux étudiants de développer une vision plus globale des organisations et de mieux appréhender les diverses situations qu'ils seront amenés à rencontrer dans leur parcours professionnel. Ceci rend ainsi possible une prise de recul et leur permettra :

- d'analyser et de diagnostiquer des problématiques et des situations organisationnelles concrètes, selon diverses approches
- de mieux se situer dans l'organisation dans laquelle ils évoluent
- de développer une capacité d'analyse critique de leur organisation.



Plan du cours:

Chapitre Introductif : Organisations et Théorie des Organisations
Chapitre 1 : Ecole Classique et Rationalité
Chapitre 2 : Ecole des Relations Humaines
Chapitre 3 : Théories Managériales des Organisations
Chapitre 4 : Approches Contemporaines et conduite du changement

Mots Clés: théorie des organisations, rationalisation, relations humaines, leadership, motivation, contingence, rationalité limitée.

Bibliographie :

Landrieux-Kartochian, Sophie, (2013) Théorie des organisations, Gualino Editions (2ème édition).
Mintzberg H., (2002) Structure et dynamique des organisations, Editions d'Organisation (12ème édition).
Plane, Jean-Michel, (2012) Théorie et management des organisations, Dunod (3ème édition).
Roger Aim, (2017) L'essentiel de la théorie des organisations, Gualino Editions (10ème édition).



GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	Volume horaire: 15h L3 MTS E-Learning
Enseignante : Anne LOUBES	
<p>Objectifs du cours:</p> <p>Le cours de « gestion des ressources humaines » (GRH) poursuit plusieurs objectifs. Tout d’abord, il est question de se constituer des bases théoriques et pratiques dans le domaine. C’est pourquoi, il est important de comprendre ce qu’est la gestion des ressources humaines mais aussi ce qu’est la fonction Ressources humaines et ses enjeux actuels. Aussi, dans ce cours, il convient d’appréhender les étapes et les enjeux du recrutement à la fois pour l’organisation ou les candidats à l’embauche. Pour faire suite au recrutement, les enjeux de formation professionnelle seront présentés. La relation stratégie/RH sera abordée en considérant les apports et les limites de la gestion des emplois et parcours professionnels. Ensuite, nous allons également nous intéresser à la rémunération, un élément très important qui peut déterminer le niveau de motivation et d’implication des salariés. Enfin, tout le volet concernant le dialogue social sera appréhendé.</p> <p>Compétences managériales:</p> <ul style="list-style-type: none">• Avoir une attitude “responsable” lors d’un entretien de recrutement• Maîtrise des différentes étapes et techniques de recrutement• Maîtrise des enjeux de la formation professionnelle• Comprendre les enjeux stratégiques et les outils de la gestion des emplois et parcours professionnels (GEPP)• Etre capable d’identifier les différentes composantes de la rémunération ainsi que les principaux mécanismes et outils• Comprendre les principaux axes du dialogue social. <p>Ressources en E-Learning :</p> <p>PPT, pour chaque point de cours il y a un PPT et des références en ligne.</p>	
<p>Plan du cours:</p> <ul style="list-style-type: none">I) Partie introductive sur la gestion des ressources humaines et la fonction des ressources humainesII) Le recrutementIII) La formation professionnelleIV) La GEPPV) La rémunérationVI) Le dialogue social	
Mots Clés : GRH, recrutement, formation, rémunération, GPEC, dialogue social.	



Bibliographie :

Dietrich A. (2015), Management des compétences, Vuibert (3ième édition).

Peretti (2015). *Gestion des humaines ressources* (20ème edition), Paris : Vuibert.

Barabel M., Meier O., Perret A. et Teboul T. (2016). Le Grand livre de la formation (2^{ème} édition), Paris : Dunod.

Principales revues professionnelles francophones (Personnel, Entreprises et Carrières, Liaisons Sociales...)

<https://www.focusrh.com>

<https://www.parlonsrh.com>

<https://www.rhinfo.com>

<https://www.usine-digitale.fr/digital-rh>

<http://www.actuel-rh.fr>



MANAGEMENT INTERCULTUREL

Volume horaire : 15h
L3 MTS E-learning

Enseignante : Maria Claudia ANGEL FERRERO

Objectifs du cours:

Comprendre la notion de diversité culturelle. Acquérir des outils de décryptage et d'approche comportementale.

Compétences managériales:

Comprendre, faire comprendre, faire adhérer.

Plan du cours :

Session	Thèmes
Session 1	Introduction au Management interculturel <ul style="list-style-type: none">- Définition de Culture (Nationale, Organisationnelle)- Eléments et dimension de la culture- Importance de l'étude de la culture dans le contexte du management internationale et globale
Session 2	Théories en Management interculturel <ul style="list-style-type: none">- Dimensions de Hofstede- Dimension de Hall- Dimensions de Trompenaars
Session 3	Communication interculturelle Négociation interculturelle Prise de Décisions dans un contexte interculturel
Session 4	L'équipe interculturelle : avantages et risques de la diversité
Session 5	Management de ressource humaine dans un contexte international

Ressources du cours en E-learning :

Slides animées, vidéos, articles et études de cas

Exercices et activités

lecture d'articles, exemples de négociation et QCM

Bibliographie et ressources complémentaires (IMPORTANT EN elearning) :

- Martin, C. (2005). Management interculturel en Europe. *La Revue des Sciences de Gestion*, 214-215,(4), 25-33. doi:10.3917/rsg.214.0025
- Godelier, É. (2009). La culture d'entreprise: Source de pérennité ou source d'inertie ?. *Revue française de gestion*, 192,(2), 95-111. doi:10.3917/rfg.192.0095.



- Drummond V, (2017), *Le management interculturel : Comprendre la diversité culturelle pour optimiser le management des équipes*, 6eme Edition, GERESCO.
- Meier O., (2016), *Management interculturel : Stratégie, organisation, performance*, 6eme Edition, DUNOD.
- TED talks :
 - [How language shapes the way we live](#)
 - [The Corporation as agent of cultural fusion](#)
 - [It's \(past\) time to appreciate cultural diversity](#)
 - [Challenging the perception of belonging](#)



COMPTABILITE ANALYTIQUE	Volume horaire :15h L3 MTS E-Learning
Enseignante: Christine MARSAL	
Objectifs du cours: Présenter les bases de la comptabilité analytique en termes de vocabulaire et de calculs simples de coûts. Compétences managériales : Connaître les missions et activités du contrôleur de gestion Savoir analyser, sur des cas simples, la rentabilité des biens et services proposés par l'entreprise	
Ressources du cours en E-learning : Le cours sera dispensé sous la forme de PPT animés et sonorisés ainsi que de petites vidéos Introduction et positionnement de la comptabilité analytique Les différents coûts dans l'entreprise Les coûts et la stratégie La méthode des centres d'analyse : cas simple La méthode coût-volume-profit : mono-produit Cas de synthèse Exercices et activités Le cours sera ensuite découpé en exercices simples à réaliser sur la plateforme (quiz, des mini études de cas, activités évaluées entre pairs) Vidéos / PPT / QCM	
Mots Clés: comptabilité analytique, coût complets, centre d'analyse, seuil de rentabilité, stratégie	
Bibliographie et ressources complémentaires (IMPORTANT EN E-learning) : <ul style="list-style-type: none">• Lexique des termes employés• Fiches mémo sur les principaux outils présentés• Comptabilité analytique et contrôle de gestion- Patrick PIGET, Edition economica• Manuel de contrôle de gestion- DCG 11- Guy DUMAS-Daniel LARUE, Edition LexisNexis	



GESTION DE PROJET	Volume horaire: 15 h L3 MTS E-Learning
Enseignant : Eric STEPHANY	
Objectifs du cours: La notion d'opportunité entrepreneuriale Le processus entrepreneurial La validation de l'idée à un projet Le Business Plan	
Plan du cours: Introduction : logiques et éco-système entrepreneurial <ol style="list-style-type: none">1) Le Business Model2) Les outils du Business Plan3) Les grandes étapes de la formation du Business plan	
Ressources du cours en E-learning : Vidéos / PPT	
Mots Clés: Opportunité entrepreneuriale, business model, business plan.	
Bibliographie (facultative): Vidéos du MOOC Création d'entreprise innovante	



TEDS	Volume horaire : 30h L3 MTS E-Learning
Enseignante : Najoua TAHRI	
Objectifs du cours : <ul style="list-style-type: none">○ Connaître le système Terre et son fonctionnement○ Connaître les enjeux de la transition écologique et du développement soutenable○ Comprendre que les activités anthropiques ont induit des modifications du système Terre et des ressources à une vitesse sans équivalent au cours des temps géologiques○ Connaître les principales conséquences écologiques, sociales, culturelles et économiques du changement climatique○ Connaître les stratégies de prévention, d'atténuation et d'adaptation mises en œuvre à différents niveaux et dans différents contextes notamment les méthodes d'évaluation des impacts humains Compétences managériales : <ul style="list-style-type: none">○ Incarner les valeurs de la durabilité, en accordant, par exemple, de la valeur à la durabilité, en encourageant l'équité ou en promouvant la nature○ S'ouvrir à la complexité dans la durabilité en développant une pensée systémique et une pensée critique○ Envisager des avenir durables en imaginant et élaborant des futurs et en gérant les transitions○ Agir individuellement ou collectivement pour la durabilité	
Plan du cours : <ul style="list-style-type: none">● Introduction aux enjeux de la TEDS● Partie 1 : Le changement climatique● Partie 2 : La biodiversité et sa préservation● Partie 3 : Les ressources et leur disponibilités● Partie 4 : La transition juste et équitable	
Mots Clés : Transition écologique- Développement soutenable- Changement climatique- Biodiversité- Ressources naturelles- Anthropocène- Adaptation et atténuation- Responsabilité sociétale.	



Bibliographie :

Sachs, J. D. (2015). **The Age of Sustainable Development**. Columbia University Press.

Servigne, P., & Stevens, R. (2015). **Comment tout peut s'effondrer. Petit manuel de collapsologie à l'usage des générations présentes**. Seuil.

IPCC – Intergovernmental Panel on Climate Change. (2023). **Sixième rapport d'évaluation**. <https://www.ipcc.ch/>

Ostrom, E. (2009). **Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action**. Cambridge University Press.



PROJET TUTORÉ Hors Double Diplomation	L3 MTS E-learning Parcours classique
Enseignant : Christophe FOURNIER	
Objectifs pédagogiques : Les étudiants doivent réaliser un projet ou une étude en lien direct avec les enseignements dispensés au cours de cette Licence (commerciales, science de la décision, e-marketing, finance, comptabilité gestion, projets innovants...). Il s'agit de réaliser un pont entre la vie des organisations et les matières proposées au cours de cette année universitaire.	
Description du projet : Ce projet se déroule au cours du semestre 2, mais il est possible de le débiter en fin de semestre 1. Il peut prendre différentes formes, telles que par exemple un retour d'expérience, une revue bibliographique ou un état de l'art sur une problématique de management, un rapport d'étonnement suite à une expérience passées, une monographie d'entreprise, analyse sectorielle, audit.... Dans tous les cas, il sera impératif d'étayer les propos par une étude visant à collecter des données primaires (ET NON les seules données documentaires ou secondaires). Cette étude pourra être de type qualitative (entretiens par exemple : dans ce cas, il sera alors nécessaire de bien indiquer les caractéristiques des répondants tout en gardant l'anonymat) ou quantitative (type questionnaire). Il s'agit bien d'un projet et non d'une mission ou d'un stage dans une organisation. Chat GPT et d'une façon générale l'IA générative est un fait de société, un excellent outil que vous pouvez utiliser si vous le souhaitez MAIS il est impératif de clairement le mentionner ET DE NE PAS se contenter de recopier les résultats de l'AI. Ce n'est qu'un outil qui doit être au service de votre réflexion et non être votre réflexion. Il est très facile de détecter une production directement exportée de l'IA, ce qui revient des lors a une fraude. Ne tentez pas la chose !	
Contenu pédagogique : L'objectif du projet professionnel est de renforcer les liens avec le monde professionnel et d'acquérir des compétences en lien avec les enseignements réalisés pour des organismes, associations ou entreprises. Ce projet doit s'inscrire dans les domaines de la gestion comptable et financière, de la gestion des ressources humaines, du marketing, de la communication, du commerce. Pour la partie étude, bien faire le lien avec le cours de Théorie du Marketing. Acceptation du sujet du projet : La proposition de projet est formalisée dans le cadre d'une fiche descriptive (que vous trouverez sur Moodle) dans laquelle le projet est présenté. Cette fiche devra être validée par le directeur du parcours de la Licence qui nommera ensuite un tuteur. Ce document comprend : <ul style="list-style-type: none">- les coordonnées de l'auteur- une description du projet- la méthodologie envisagée- le calendrier prévisionnel de réalisation du projet	

**Suivi du projet :**

Un tuteur référent sera attribué à chaque étudiant. C'est à l'étudiant de prendre l'initiative de tenir informé régulièrement son tuteur de l'avancée de ses travaux ainsi que d'éventuels problèmes.

Échéances :

- Fiche pré projet disponible dès la 1ère semaine de janvier, dans l'espace Moodle dédié (S6 > Projet).
- Retour fiche pré projet au plus tard mi-février (heure française) sur l'espace Moodle prévu pour la soumission des projets (dates et heures communiquées dès la rentrée).
- Validation par le responsable de licence et affectation d'un tuteur.
- Les rapports de projet devront impérativement être remis sur la plateforme moodle dans la rubrique prévue à cet effet.

Modalités d'évaluation :

Vous serez évalué sur le projet réalisé, mais également le respect des échéances (pour la remise du projet ET de la fiche pré-projet) et la remise d'un rapport écrit respectant les consignes (cf.annexes) et ce rapport fera l'objet d'une analyse anti-plagiat.

Bibliographie :

Afin de vous aider dans votre projet, il est nécessaire de lire.... Des ouvrages, des articles.....que vous devez mentionner à la fin de votre rapport dans un § spécifique. Ne pas vous contenter de sites Internet souvent superficiels ! La bibliothèque Universitaire en ligne est à votre disposition, allez voir comment l'utiliser dans les ressources proposées dans Moodle.

Chat GPT et l'IA générative :

Vous devez mentionner clairement en annexes vos recherches menées avec de l'IA en citant les prompts utilisés, les logiciels mobilisés et mettre in extenso en annexe les réponses proposées par l'IA. L'IA se détecte sans problème avec l'expérience, sans avoir besoin de logiciels de détection ! Alors ne tentez pas le diable.

Plagiat :

Le plagiat est bien entendu interdit et en cas de fraude avérée, sera traité via la Section de Discipline des Usagers. Un logiciel de détection du plagiat est disponible à l'Université de Montpellier.



PROJET TUTORÉ Double Diplomation (BUT 3)	L3 MTS E-learning Parcours double diplomation
Enseignant : Christophe FOURNIER	
Objectifs pédagogiques : Dans le cadre de la double diplomation IAE BUT 3, les étudiants doivent produire un rapport de stage qui remplit deux conditions : <ul style="list-style-type: none">- Répondre à une problématique liée à un projet technologique,- Proposer une étude managériale de ce projet. Si la première condition, s'inscrit en cohérence avec les cours dispensés au sein du département d'IUT, pour réaliser la seconde condition, les étudiants doivent réaliser un projet ou une étude en lien direct avec les enseignements dispensés au cours de cette Licence (commerciales, science de la décision, e-marketing, finance, comptabilité gestion, projets innovants...). Il s'agit de réaliser un pont entre un projet technologique et son intégration et sa déclinaison opérationnelle et organisationnelle au sein d'une organisation (entreprise, start-up....) tout en s'appuyant sur les matières proposées au cours de cette année universitaire.	
Description du projet (Partie managériale) : Ce projet se déroule au cours du semestre 2. Il peut prendre différentes formes, telles que par exemple un retour d'expérience, une revue bibliographique ou un état de l'art sur une problématique de management liée à la mise en place du projet technologique, un rapport d'étonnement suite à une expérience passées, une monographie d'entreprise, analyse sectorielle, audit.... Dans tous les cas, il sera impératif d'étayer les propos par une étude visant à collecter des données primaires (ET NON les seules données documentaires ou secondaires). Cette étude pourra être de type qualitative (entretiens par exemple : dans ce cas, il sera alors nécessaire de bien indiquer les caractéristiques des répondants tout en gardant l'anonymat) ou quantitative (type questionnaire). Il s'agit bien d'un projet et non d'une mission ou d'un stage dans une organisation. Chat GPT et d'une façon générale l'IA générative est un fait de société, un excellent outil que vous pouvez utiliser si vous le souhaitez MAIS il est impératif de clairement le mentionner ET DE NE PAS se contenter de recopier les résultats de l'AI. Ce n'est qu'un outil qui doit être au service de votre réflexion et non être votre réflexion. Il est très facile de détecter une production directement exportée de l'IA, ce qui revient des lors a une fraude. Ne tentez pas la chose !	
Contenu pédagogique : L'objectif du projet managérial est de renforcer les liens avec le monde professionnel et d'acquérir des compétences en lien avec les enseignements réalisés pour des organismes, associations ou entreprises. Ce projet doit s'inscrire dans les domaines de la gestion comptable et financière, de la gestion des ressources humaines, du marketing, de la communication, du commerce. Acceptation du sujet du projet : La proposition de projet est formalisée dans le cadre d'une fiche descriptive dans laquelle le projet managérial est présenté. L'étudiant doit expliquer les liens avec la partie technologique du rapport de stage.	



Cette fiche devra être validée par le directeur du parcours de la Licence 3 IAE qui nommera ensuite un tuteur.

Ce document comprend :

- les coordonnées de l'auteur
- une description du projet
- la méthodologie envisagée
- le calendrier prévisionnel de réalisation du projet

Suivi du projet :

Un tuteur référent sera attribué à chaque étudiant. C'est à l'étudiant de prendre l'initiative de tenir informé régulièrement son tuteur de l'avancée de ses travaux ainsi que d'éventuels problèmes.

Le suivi se fera en groupe au cours de réunions en distanciel. Les dates seront communiquées via la plateforme Moodle.

Échéances :

- Fiche pré projet disponible dès la 1ère semaine de janvier, dans l'espace Moodle dédié (S6 > Projet).
- Retour fiche pré projet sur l'espace Moodle prévu pour la soumission des projets (dates et heures communiquées).
- Validation par le responsable de licence
- Les rapports de projet devront impérativement être remis sur la plateforme moodle dans la rubrique prévue à cet effet au **plus tard mi -juin** de l'année en cours (date et heures communiquées au S5).

Modalités d'évaluation :

Vous serez évalué sur le projet réalisé, mais également le respect des échéances (pour la remise du projet ET de la fiche pré-projet) et la remise d'un rapport écrit respectant les consignes (cf.annexes) et ce rapport fera l'objet d'une analyse anti-plagiat.

Bibliographie :

Afin de vous aider dans votre projet, il est nécessaire de lire.... Des ouvrages, des articles.....que vous devez mentionner à la fin de votre rapport dans un § spécifique. Ne pas vous contenter de sites Internet souvent superficiels ! La bibliothèque Universitaire en ligne est à votre disposition, allez voir comment l'utiliser dans les ressources proposées dans Moodle.

Chat GPT et l'IA générative :

Vous devez mentionner clairement en annexes vos recherches menées avec de l'IA en citant les prompts utilisés, les logiciels mobilisés et mettre in extenso en annexe les réponses proposées par l'IA. L'IA se détecte sans problème avec l'expérience, sans avoir besoin de logiciels de détection ! Alors ne tentez pas le diable.

Plagiat :

Le plagiat est bien entendu interdit et en cas de fraude avérée, sera traité via la Section de Discipline des Usagers. Un logiciel de détection du plagiat est disponible à l'Université de Montpellier.