



# Syllabus

**Licence**

**Mention**  
**Sciences et Technologies**

**Parcours**  
**Management des Technologies et Sciences**





## **SYLLABUS /**

### **Management des Technologies et Sciences**

#### **Informations générales**

##### **Contacts :**

<b>Responsable pédagogique :</b>	<b>Secrétariat pédagogique :</b>
STEPHANY Eric	LABONTU Aurica
<a href="mailto:eric.stephany@umontpellier.fr">eric.stephany@umontpellier.fr</a>	<a href="mailto:iae-scolarite-licence@umontpellier.fr">iae-scolarite-licence@umontpellier.fr</a>

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

#### **Calendrier de formation :**

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



## L3 Management Technologies et Sciences SEMESTRE 5

UE	Libellé cours	Nombre d'heures	ECTS
<b>UE Simulation de gestion</b>	Simulation de gestion	30 heures	5 ECTS
<b>UE Gestion de projet entrepreneurial</b>	Gestion de projet entrepreneurial/DSC	30 heures	5 ECTS
<b>UE Environnement économique et légal</b>	Droit	30 heures	5 ECTS
	Economie générale		
<b>UE Marketing</b>	Marketing stratégique	30 heures	5 ECTS
	Marketing opérationnel		
<b>UE IA dans la décision &amp; compta analytique</b>	IA & Théorie de la Décision	30 heures	5 ECTS
	Comptabilité analytique		
<b>UE Théorie des Organisations</b>	Théorie des organisations	30 heures	5 ECTS
	Gestion des ressources humaines		



## L3 Management Technologies et Sciences SEMESTRE 6

UE	Libellé cours	Nombre d'heures	ECTS	
<b>UE Spécialisation en management</b>	Gestion force de vente	15 heures	15 ECTS	
	Marketing industriel	15 heures		
	Achats	15 heures		
	Management interculturel	15 heures		
	MSI	15 heures		
<b>UE Engagement dans la TEDS</b>	TEDs -RSE	30 heures	5 ECTS	
	Engagement étudiant	4 heures		
	Etudiant(e) engagé(e) dans les Missions RSE			
<b>UE Enseignement professionnalisant</b>	Outils Numériques et Bureautiques Excel	15 heures	5 ECTS	
	ANGLAIS Toeic	15 heures		
	Atelier Insertion professionnelle	15 heures		
	Coaching	30 heures		
<b>UE Stage Mission</b>	Méthodologie	15 heures	5 ECTS	
	STAGE	0		



## Fiches Syllabus

<p>UE - SIMULATION DE GESTION</p>	<p>Volume horaire : 30h00 Socle commun : L3 MTS/CCPM</p>
<p><b>Enseignant :</b> Eric STEPHANY</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Apprendre les principes comptables.</li><li>- Enregistrer les opérations comptables.</li><li>- Savoir établir les principaux documents de synthèse.</li></ul>	
<p><b>Compétences managériales :</b> Savoir procéder à l'enregistrement comptable des opérations en utilisant les documents comptables obligatoires. Pouvoir établir les documents de synthèse.</p>	
<p><b>Plan du cours :</b></p> <p>Introduction à la gestion Les finalités de la gestion L'entreprise et les flux économiques Les bases de la comptabilité L'enregistrement comptable des flux L'enregistrement des opérations au comptant L'enregistrement des opérations à crédit L'enregistrement des opérations de financement Le tracé des comptes L'organisation comptable et le plan des comptes Le Plan Comptable Général (P.C.G) L'organisation comptable L'enregistrement comptable</p>	
<p><b>Mots Clés :</b> partie double, flux, emplois définitifs, inventaire, bilan, compte de résultat, bénéfice</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b></p>	



<p>UE – ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE ET LEGAL</p> <p>Titre: Economie Générale</p>	<p>Volume horaire: 15h00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Pascal MICHELENA</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>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. Les principaux objectifs de la politique économique sont présentés et une analyse de la légitimité de l'action publique est menée.</p>	
<p><b>Compétences managériales :</b></p> <p>Analyse des moteurs de la croissance économique ; présentation des grands équilibres macro-économiques ; présentation des principaux objectifs de la politique économique et des conflits potentiels entre ces objectifs.</p>	
<p><b>Plan du cours :</b></p> <p><i>Chapitre 1 : Les principaux concepts de la macro-économie ;</i> <i>Chapitre 2 : La politique économique : objectifs et légitimité de l'intervention étatique ;</i></p>	
<p><b>Mots Clés :</b> Secteurs institutionnels, croissance économique, plein emploi, inflation, solde extérieur, solde public, dette publique, politique monétaire, politique budgétaire.</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b></p> <p>B.Bernier et Y.Simon, Initiation à la macroéconomie, Dunod L'économie française 2018, OFCE, Repères, La découverte, novembre 2017. L'économie mondiale 2018, CEPII, Repères, La découverte, septembre 2017.</p>	



<p>UE – ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE ET LEGAL</p> <p>Titre: Droit</p>	<p>Volume horaire: 15h00</p> <p>Socle commun: L3 MTS /SICG/SIDC</p>
<p><b>Enseignant :</b> Grégory BOUVIALA</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b> 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><b>Compétences managériales :</b></p>	
<p><b>Plan du cours :</b></p> <p>Description : 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> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	
<p><b>Mots Clés :</b> 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>	



**Bibliographie (facultative):**

- 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. GAUDEMEL, 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



<p>UE - MARKETING</p> <p>Titre: Marketing stratégique</p>	<p>Volume horaire : 15h00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Pauline ROQUES</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>Initiation aux concepts fondamentaux du Marketing : développement des connaissances générales en marketing, notamment l'étude du marché de l'entreprise et de ses intervenants. Ces 4 séances permettent d'appréhender la stratégie marketing au sein d'une entreprise : analyse de l'environnement, de la concurrence, des stratégies de développement, etc (SWOT, Porter, matrice BCG I et BCG II, matrice Ansoff,...). Les variables influençant les comportements du consommateur sont également appréhendées ainsi que le processus de décision (omnicanal, cross-canal).</p>	
<p><b>Compétences managériales :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Connaître les outils stratégiques en marketing (matrices)</li><li>- Apprendre à développer une stratégie marketing depuis l'analyse de l'environnement jusqu'au positionnement du produit sur le marché</li><li>- Comprendre les démarches qualitatives et quantitatives dans les études de marché</li><li>- Comprendre le comportement du consommateur et le processus de décision (besoin, motivations, etc.)</li></ul>	
<p><b>Plan du cours :</b> 5 séances de 3h</p> <p>Introduction au Marketing, concepts fondamentaux Comportement du consommateur Méthodes d'analyse du comportement du consommateur Marketing Stratégique : modèles et méthodes</p>	
<p><b>Bibliographie :</b> Ressources en lignes Moodle</p>	



<p>UE - MARKETING</p> <p>Titre: Marketing Opérationnel</p>	<p>Volume horaire : 15h00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Gilles SERE DE LANAUZE</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>Ce cours s'inscrit dans le prolongement du cours de marketing stratégique (UE marketing). L'objectif du cours est de préparer les étudiants à la mise sur le marché des produits et de les sensibiliser à tous les aspects du mix marketing sur lesquels des décisions opérationnelles sont attendues.</p>	
<p><b>Compétences managériales :</b></p> <p>A l'issue du cours, les étudiants maîtrisent les concepts et les outils d'analyses nécessaires à la définition des cibles et du positionnement du produit.</p> <p>En cohérence avec les cibles et le positionnement, ils sont en mesure de définir les politiques de produit, de prix, de distribution et de communication et de prendre les décisions nécessaires dans la mise sur le marché du produit.</p>	
<p><b>Plan du cours :</b></p> <p><i>Séance 1:</i> Segmentation et positionnement. Savoir identifier, définir et choisir les cibles du produit. Savoir définir la valeur du produit et le différencier des produits concurrents.</p> <p><i>Séance 2 :</i> La politique produit. Connaitre ce qui fait la valeur de l'offre produit au travers de ses différentes dimensions (attributs du produit, packaging, marque, gamme). Comprendre le cycle de vie du produit et savoir entreprendre les démarches de qualité et d'innovation.</p> <p><i>Séance 3 :</i> La politique prix. Connaitre les conditions clés de la définition du prix de vente du produit et les options stratégiques de sa détermination.</p> <p><i>Séance 4 :</i> La politique de distribution. Connaitre les fonctions de la distribution, les principaux acteurs du secteur du commerce et les facteurs à prendre en compte dans la définition des canaux de distribution.</p> <p><i>Séance 5 :</i> La politique de communication. Comprendre les objectifs de communication afin d'assurer la notoriété et la perception de la valeur de l'offre produit. Maîtriser les différentes techniques de communication médias et hors médias.</p>	
<p><b>Mots Clés:</b> Cibles, positionnement, produit, prix, distribution, communication</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Lendrevie, Lévy, Mercator, 11<sup>°</sup>ed., Dunod, 2014</li><li>• Kotler, Keller, Manceau, Dubois, Marketing Management, 14<sup>°</sup> ed., Pearson, 2012</li><li>• Demeure, Aide-Mémoire Marketing, 6<sup>°</sup>ed., 2008</li></ul>	



<p>UE - IA DANS LA DECISION &amp; COMPTA ANALYTIQUE</p> <p>Titre : IA &amp; Théorie de la décision</p>	<p>Volume horaire : 15h00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Maximilien DOSSA</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>Ce cours s'intéresse à la prise de décision des agents économiques lorsqu'ils ne maîtrisent pas avec précision ou exactitude les conséquences de leurs actions. Son objectif principal est de proposer une représentation et une analyse théorique du comportement de ces agents dans une situation d'incertitude.</p> <p>A l'issue de ce module, l'étudiant sera en mesure :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• de quantifier l'incertitude ;</li><li>• d'agir sur un ensemble de critères de décisions pour choisir et présenter ses choix dans une situation de risque et d'incertitude ;</li><li>• de maîtriser des notions, concepts et méthodes théoriques largement utilisées en : finances, assurance, théorie des jeux, marketing, ...</li></ul>	
<p><b>Plan du cours :</b></p> <p><i>Partie 1 : Introduction à la théorie de la décision (les origines, la notion de décision, les déterminants de la prise de décision, la notion d'incertitude, les différentes théories (rationalité pure, rationalité limitée...), les facteurs de contingence, le comportement face au risque, le processus décisionnel...)</i></p> <p><i>Partie 2 : Les outils modernes d'aide à la décision dans le risque et l'incertain (outils issus de la statistique (descriptive, prédictive, prescriptive), les arbres de décisions, les probabilités (espérance, théorème de Bayes, ...), la théorie des jeux...)</i></p> <p><i>Partie 3 : Les Systèmes d'Information et les données (rôle prépondérant de l'information et des données, les sources de données, la fiabilité des données, l'utilisation des données...)</i></p>	
<p><b>Mots Clés :</b> Processus de décision, risque, incertitude, rationalité, biais cognitifs</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b></p>	



<p>UE - IA DANS LA DECISION &amp; COMPTA ANALYTIQUE</p> <p>Titre : Comptabilité analytique</p>	Volume horaire : 15h00 L3 MTS								
<p><b>Enseignant :</b> Céline AVERSENG</p>									
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>(Analyse des coûts) La comptabilité est une partie du contrôle de gestion qui a pour but d'aider au pilotage des services, afin de permettre d'atteindre les objectifs stratégiques de l'entreprise. Le cours se décompose en une première partie consacrée aux calculs des coûts où la méthodologie du coût complet est expliquée et illustrée. La seconde partie du cours traite de la décomposition des coûts en coûts fixes et variables, notions indispensables pour évaluer le risque qu'une entreprise ne génère pas de bénéfice et estimer l'impact sur le résultat d'une variation du chiffre d'affaires. Les concepts clés sont la marge sur coût variable et le taux de marge sur coût variable.</p>									
<p><b>Compétences managériales :</b></p> <p>Passage de la comptabilité générale aux charges incorporables aux coûts en comptabilité de gestion (retraitement des charges), charges directes et indirectes, centres d'analyse, unité d'œuvre, coût complets d'approvisionnement, de production, coût de revient et résultat analytique.</p> <p>Pour le seuil de rentabilité et notions clés associées, il permettra d'aider le manager dans sa prise de décision (notamment au niveau des choix d'investissement/ désinvestissement en permettant des simulations de niveau de risque).</p>									
<p><b>Plan du cours :</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Méthodologie du calcul en coûts complets</li><li>2. Seuil de rentabilité</li><li>3.</li></ol>									
<p><b>Mots Clés :</b> charges directes, charges indirectes, centres d'analyse, unités d'œuvre, coûts, coût de revient, résultat analytique, charges variables, charges fixes, seuil de rentabilité.</p>									
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b></p> <p>Ouvrages disponibles en ligne BIU → bases de données → Cyberlibris – ScolarVox</p>									
<table border="1"><thead><tr><th>TITRE</th><th>AUTEUR(S)</th><th>Chapitres</th><th>Edition</th></tr></thead><tbody><tr><td>Mini Manuel de Comptabilité de gestion : Cours + Ex</td><td>Augé Bernard, Naro Gérald, Vernhet Alexandre</td><td>Intégralité du cours</td><td>Dunod</td></tr></tbody></table>		TITRE	AUTEUR(S)	Chapitres	Edition	Mini Manuel de Comptabilité de gestion : Cours + Ex	Augé Bernard, Naro Gérald, Vernhet Alexandre	Intégralité du cours	Dunod
TITRE	AUTEUR(S)	Chapitres	Edition						
Mini Manuel de Comptabilité de gestion : Cours + Ex	Augé Bernard, Naro Gérald, Vernhet Alexandre	Intégralité du cours	Dunod						



<p>UE – THEORIE DES ORGANISATIONS</p> <p>Titre : Théorie des organisations</p>	<p>Volume horaire : 15H00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Numa CAVAGNA</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Plus spécifiquement, les objectifs de ce cours sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Acquérir une connaissance générale du contenu des grands courants et débats ayant ponctué l'évolution de la discipline</li><li>- Connaître les principaux concepts et les théories de base de l'analyse des organisations</li><li>- Comprendre les questions traitées par les théoriciens des organisations et la variété des réponses apportées par les différents courants</li><li>- Comparer les différents courants de pensée de la théorie des organisations</li><li>- Identifier les approches qui conviennent le mieux à l'analyse d'une organisation spécifique</li><li>- Savoir mobiliser et appliquer les différents concepts à l'analyse de situations réelles d'entreprise</li><li>- Réaliser une réflexion personnelle et critique des organisations.</li><li>-</li></ul> <p><b>Compétences managériales :</b></p> <p>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 :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- d'analyser et de diagnostiquer des problématiques et des situations organisationnelles concrètes, selon diverses approches</li><li>- de mieux se situer dans l'organisation dans laquelle ils évoluent</li><li>- de développer une capacité d'analyse critique de leur organisation</li></ul>	



### 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 (facultative) :

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



<p>UE – THEORIE DES ORGANISATIONS Titre : Gestion Des Ressources Humaines</p>	<p>Volume horaire : 15 h 00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Najoua TAHRI</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b> Donner aux étudiants les notions fondamentales des ressources humaines sur le recrutement, la paye, la gestion de carrière et le bien-être au travail.</p>	
<p><b>Compétences managériales :</b> Recrutement « responsable et éthique », lutte contre les discriminations. Faire une formation, gestion de carrière, stratégie RH.</p>	
<p><b>Plan du cours :</b> Séance 1 : Introduction et recrutement partie 1 Séance 2 : Recrutement partie 2 et étude de cas recrutement Séance 3 : Formation et gestion de carrières et Etude de cas gestion de carrière Séance 4 : Sécurité et bien-être au travail et Etude de cas Sécurité et bien-être au travail Séance 5 : Stratégie RH et étude de cas finale</p>	
<p><b>Mots Clés :</b> Ressources Humaines, recrutement, gestion de carrière, stratégie</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b> BRILLET F., GAVOILLE F. (2017), Marketing RH, Paris, Dunod. Freund, Y. (2016). Ressources Humaines : Outils &amp; méthodes de management des RH. Maxima, GUILLOT-SOULEZ C. (2013), La Gestion des Ressources Humaines, Paris, Gualino. NICOLAS E. (2014), Gestion des ressources humaines, Paris, Dunod Peretti (2015). Gestion des ressources humaines (20ème édition), Vuibert, Paris</p>	



<p><b>UE – ENSEIGNEMENTS PROFESSIONNALISANTS</b> Titre : Outils Numériques et Bureautiques Excel</p>	<p>Volume horaire : 15h00 L3 MTS – MTS E-LEARNING</p>
<p><b>Enseignantes :</b> Lamine MAHMOUDI/ Clarisse LEULLIER</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b> 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.</p>	
<p><b>Description du cours :</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Module 1 : Les bases en Excel<ul style="list-style-type: none"><li>○ Présentation des fonctionnalités de base.</li><li>○ Exercices pratiques.</li><li>○ Quiz pour évaluer les compétences.</li></ul></li><li>2. Module 2 : La fonction RECHERCHEV<ul style="list-style-type: none"><li>○ Présentation et cas d'utilisation de la fonction RECHERCHEV.</li><li>○ Exercices pratiques.</li><li>○ Quiz pour valider les compétences.</li></ul></li><li>3. Module 3 : Les tableaux croisés dynamiques<ul style="list-style-type: none"><li>○ Présentation des tableaux croisés dynamiques.</li><li>○ Exercices pratiques.</li><li>○ Quiz pour évaluer la compréhension.</li></ul></li><li>4. Examen final : Quiz en ligne pour valider les compétences acquises.</li></ol>	
<p><b>Modalités d'apprentissage :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Chaque module est accessible uniquement après avoir suivi le cours, réalisé les exercices et réussi le quiz correspondant.</li><li>• Un tuteur est disponible pour répondre à vos questions tout au long de la durée du cours.</li><li>• </li></ul>	
<p><b>Compétences :</b></p> <p>Module 1 : Les bases en Excel</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Compétences requises : Aucune prérequis, ouvert aux débutants.</li><li>• Compétences atteintes :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Maîtriser l'interface d'Excel.</li><li>○ Comprendre et utiliser les formules de base (somme, moyenne, etc.).</li><li>○ Créer et mettre en forme des tableaux simples.</li></ul></li></ul> <p>Module 2 : La fonction RECHERCHEV</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Compétences requises : Maîtrise des bases d'Excel (module 1).</li></ul>	



- 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



<p><b>UE – ENSEIGNEMENTS PROFESSIONNALISANTS</b></p> <p>Titre/Title : Anglais TOEIC</p>	<p>Volume horaire: 30h00</p> <p>L3 MTS/CCPM/SICG/SIDC/ E-Learning</p>
<p><b>Enseignant/ Lecturer :</b> Jessie CHIAVASSA</p>	
<p><b>Objectifs du cours/Learning objectives :</b></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. Des TOEICs blancs complets feront l'objet d'entraînements.</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. Mock TOEICs will be done as a training.</p>	
<p><b>Compétences managériales/Managerial competencies :</b></p>	
<p><b>Plan du cours/ Contents :</b></p> <p>Préparation TOEIC® :30 heures</p> <p>Révision/apprentissage des règles grammaticales et du vocabulaire en vue du passage du TOEIC (anglais des affaires et thèmes de la vie courante...)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Préparation aux différentes parties du TOEIC et mise en pratique au travers d'exercices d'entraînement / TOEICs blancs.</li><li>- Revisions/learning of grammar and vocabulary aimed at the TOEIC (business English, daily English...)</li><li>- Preparation to the test through the different parts and training exercises / Mock TOEICs</li></ul>	
<p><b>Mots Clés :</b> TOEIC, grammaire, vocabulaire</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) Bibliography :</b></p> <p>Diverses ressources et liens disponibles sur le Moodle Various resources and links available on the Moodle</p>	



<p><b>UE – ENSEIGNEMENTS PROFESSIONNALISANTS</b> <b>Titre: Insertion professionnelle</b></p>	<p>Volume horaire : 30h00 2 groupes L3 MTS/SICG/SIDC</p>
<p><b>Enseignant :</b> William CAZORLA</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>Construire les Outils de candidature, Stratégie et plan d'action de recherche d'emploi/stage, recrutement 2.0 – Connaitre les Attentes et méthodes des recruteurs-Réussir ses entretiens de recrutement et son intégration en entreprise.</p>	
<p><b>Compétences managériales:</b> Investiguer, trouver et candidater à des offres- Savoir se présenter- maîtriser les règles de communication verbales et non verbales en entretien- comprendre et utiliser les réseaux sociaux professionnels.</p>	
<p><b>Plan du cours :</b></p> <p>2 Groupes durée : 7.5 heures</p> <p>Identité professionnelle: valeurs, drivers, atouts de personnalité, savoirs et expériences/réalisations</p> <ul style="list-style-type: none"><li>1- Stratégie et outils de candidature : Construction du CV, LM, pitch mail, profil linked in</li><li>2- Recherches et investigation : réseaux sociaux, découvertes des métiers, des entreprises, suivi des candidatures</li><li>3- Recrutement : Attentes des recruteurs, découverte des différents entretiens de recrutement, construction du pitch, préparation aux entretiens</li><li>4- Réussir son intégration en entreprise: les enjeux de l'intégration, présentation des clés de réussite</li></ul>	
<p><b>Mots Clés:</b> pitch, CV et lettre de motivation, entretien de recrutement, réseaux sociaux professionnels, intégration</p>	
<p><b>Bibliographie:</b></p> <p>« LE RECRUTEMENT-ENJEUX, OUTILS, MEILLEURES PRATIQUES ET NOUVEAUX STANDARDS » Alain GAVAND chez EYROLLES- 2013</p>	



<p><b>UE – ENSEIGNEMENTS PROFESSIONNALISANTS</b> Titre: Coaching individuel</p>	<p>Volume horaire : 2 séances L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Patrice BRAIL</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b> Accompagnement des étudiants dans la poursuite d'études.</p>	
<p><b>Plan du cours :</b> Ce cours est organisé sur la base de 3 rendez-vous individuels durant l'année universitaire. Le premier permet de valider un CV et un projet professionnel Le second co-construit un projet de poursuite d'études en Master ou une entrée en vie professionnelle. Le troisième permet enfin une synthèse sur l'année de Licence et l'adéquation trouvée entre le Master et le projet professionnel.</p>	
<p><b>Mots Clés :</b> Entretiens individuels, CV, projet professionnel</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b></p>	



<p>UE – GESTION DE PROJET ENTREPRENEURIAL  Titre : Gestion de entrepreneurial / DSC</p>	<p>Volume horaire : 30h00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Eric STEPHANY</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- La notion d'opportunité entrepreneuriale</li><li>- Le processus entrepreneurial</li><li>- La validation de l'idée à un projet</li><li>- Le Business Plan</li></ul>	
<p><b>Plan du cours :</b></p> <p>Introduction : logiques et éco-système entrepreneurial 1) Le Business Model 2) Les outils du Business Plan 3) Les grandes étapes de la formation du Business plan</p>	
<p><b>Mots Clés :</b> Opportunité entrepreneuriale, business model, business plan.</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b></p> <p>Vidéos du MOOC Création d'entreprise innovante</p>	



<p><b>UE - SPECIALISATION EN MANAGEMENT</b> Titre : Marketing industriel</p>	<p>Volume horaire : 15h00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Micheline COULIBALY</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b> Initiation aux enjeux et méthodes du marketing en milieu industriel ou BtoB</p>	
<p><b>Compétences managériales :</b> Initiation à la notion de gestion de projet.</p>	
<p><b>Plan du cours :</b> Définitions. Domaines d'application du marketing industriel. Analyse interne/ Analyse externe. Modèle de porter Facteurs clés de succès Modèles de diagnostic, SWOT, BCG, Mc Kinsey. Marketing Mix (plan de merchéage). Approche des notions de coût marginal et d'analyse de la valeur. La marque en tant qu'outil du marketing industriel.</p>	
<p><b>Mots Clés :</b></p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b></p>	



<p><b>UE - SPECIALISATION EN MANAGEMENT</b></p> <p><b>Titre: Gestion de la force de vente</b></p>	<p><b>Volume horaire :</b> 15h00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Christophe FOURNIER</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>Comprendre les principaux leviers de gestion d'une force de vente.</p>	
<p><b>Compétences managériales :</b> Etre capable de prendre et de faire appliquer des décisions simples concernant la gestion d'une force de vente.</p>	
<p><b>Plan du cours :</b></p> <p>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</p>	
<p><b>Mots Clés :</b> commerciaux performance rémunération recrutement management</p>	
<p><b>Bibliographie :</b></p> <p>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>	



<p>UE - SPECIALISATION EN MANAGEMENT</p> <p>Titre : Achat</p>	<p>Volume horaire : 15h00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Arnold FERNANDEZ</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b> Découverte des enjeux économiques stratégiques et sociétaux des achats. Initiation à la méthode.</p>	
<p><b>Compétences managériales:</b> Travailler au sein d'un écosystème complexe.</p>	
<p><b>Plan du cours :</b> Définitions. Enjeux de la fonction achat. Ecosystème des achats : interne, externe. Différences entre achats et approvisionnement. Effets de levier entre achats et CA &gt; conséquences de la rupture de stock. Analyse du portefeuille fournisseurs. Analyse du portefeuille produit. Approche de la négociation. Traitement de la réclamation. Approche du coût marginal et de la recette marginale.</p>	
<p><b>Mots Clés :</b></p>	
<p><b>Bibliographie :</b></p>	



<p><b>UE - SPECIALISATION EN MANAGEMENT</b> Titre : Management des systèmes d'information</p>	<p>Volume horaire : 15H00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Emmanuel HOUZE</p>	
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>L'objectif du cours est de sensibiliser des étudiants non spécialistes des systèmes d'information aux enjeux des TI dans les organisations. Le cours présente les TI sous un double angle organisationnel et stratégique afin de donner des réponses pratiques aux étudiants confrontés à des situations simples d'implantations des TI.</p>	
<p><b>Compétences managériales :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Comprendre les enjeux opérationnels et stratégiques de la mise en place des TI</li><li>- Savoir intégrer les TI aux business models</li><li>- Savoir mener un projet simple d'intégration des TI</li></ul>	
<p><b>Plan du cours :</b></p> <p>Introduction : Des TI aux SI Les TI en environnement concurrentiel Les effets de l'implantation des TI La sécurité des SI Les PGI</p>	
<p><b>Mots Clés :</b> Technologies de l'information, Systèmes d'Information, PGI, Sécurité, appropriation des TI</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative) :</b></p> <p>Systèmes d'Information et Management (Robert Reix, Bernard Fallery, Michel Kalika, Frantz Rowe), 8ième édition, Vuibert 2023</p>	



<p><b>UE - SPECIALISATION EN MANAGEMENT</b> <b>Titre : Management interculturel</b></p>	<p>Volume horaire : 15H00 L3 MTS</p>												
<p><b>Enseignant :</b> Autcharaporn SOMSING</p>													
<p><b>Objectifs du cours :</b></p> <p>Comprendre la notion de diversité culturelle. Acquérir des outils de décryptage et d'approche comportementale.</p>													
<p><b>Compétences managériales:</b> Comprendre, faire comprendre, faire adhérer.</p>													
<p><b>Plan du cours :</b></p> <table border="1"><thead><tr><th>Session</th><th>Thèmes</th></tr></thead><tbody><tr><td>Session 1 (3h)</td><td><p>Introduction au Management interculturel</p><ul style="list-style-type: none"><li>- Définition de Culture (Nationale, Organisationnelle)</li><li>- Eléments et dimension de la culture</li><li>- Importance de l'étude de la culture dans le contexte du management internationale et globale</li></ul><p>Quiz culture</p></td></tr><tr><td>Session 2 (3h)</td><td>Dimensions Culturelles : Théorie de Hofstede Etude de cas</td></tr><tr><td>Session 3 (3h)</td><td>Les théories de Trompenaars et Hall Jeu Simulation d'une négociation entre deux firmes de cultures opposées</td></tr><tr><td>Session 4 (3h)</td><td>Communication et Culture d'entreprise Jeu</td></tr><tr><td>Session 5 (3h)</td><td>Présentation orale groupes</td></tr></tbody></table>	Session	Thèmes	Session 1 (3h)	<p>Introduction au Management interculturel</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Définition de Culture (Nationale, Organisationnelle)</li><li>- Eléments et dimension de la culture</li><li>- Importance de l'étude de la culture dans le contexte du management internationale et globale</li></ul> <p>Quiz culture</p>	Session 2 (3h)	Dimensions Culturelles : Théorie de Hofstede Etude de cas	Session 3 (3h)	Les théories de Trompenaars et Hall Jeu Simulation d'une négociation entre deux firmes de cultures opposées	Session 4 (3h)	Communication et Culture d'entreprise Jeu	Session 5 (3h)	Présentation orale groupes	
Session	Thèmes												
Session 1 (3h)	<p>Introduction au Management interculturel</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Définition de Culture (Nationale, Organisationnelle)</li><li>- Eléments et dimension de la culture</li><li>- Importance de l'étude de la culture dans le contexte du management internationale et globale</li></ul> <p>Quiz culture</p>												
Session 2 (3h)	Dimensions Culturelles : Théorie de Hofstede Etude de cas												
Session 3 (3h)	Les théories de Trompenaars et Hall Jeu Simulation d'une négociation entre deux firmes de cultures opposées												
Session 4 (3h)	Communication et Culture d'entreprise Jeu												
Session 5 (3h)	Présentation orale groupes												
<p><b>Mots Clés:</b></p>													
<p><b>Bibliographie (facultative):</b></p> <p>Martin, C. (2005). Management interculturel en Europe. <i>La Revue des Sciences de Gestion</i>, 214-215,(4), 25-33. doi:10.3917/rsg.214.0025</p> <p>Godelier, É. (2009). La culture d'entreprise: Source de pérennité ou source d'inertie ?. <i>Revue française de gestion</i>, 192,(2), 95-111. doi:10.3917/rfg.192.0095.</p>													



<p>UE – ENGAGEMENT ETUDIANT TEDS</p> <p>Titre : Engagement étudiant</p>	<p>Volume horaire : 4 h00 L3 MTS</p>
<p><b>Enseignant :</b> Najoua TAHRI</p>	
<p><b>Objectifs du cours:</b></p> <p>Ce cours a pour objectif de développer chez l'étudiant une compréhension intégrée de la notion de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) face aux défis portant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Le rôle de l'entreprise dans la société et</li><li>- La nature de ses relations avec différentes parties prenantes.</li></ul> <p>Et Présenter aux étudiants le dispositif de la reconnaissance du travail citoyen.</p>	
<p><b>Compétences managériales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Familiariser les étudiants aux débats clés liés la notion de la RSE, ainsi qu'à la relation entre responsabilité sociale, développement durable, éthique et décision stratégique dans les organisations.</li><li>- Connaître et appliquer les modèles qui expliquent les liens entre l'entreprise et son environnement social, économique, politique et environnemental aux plans local, national et international.</li></ul>	
<p><b>Plan du cours:</b></p> <p>I) La RSE (concepts, histoire et origines)</p> <p>II) Théorie des parties prenantes : de Freeman aux cartographies de parties prenantes...</p> <p>III) Le cadre législatif et réglementaire de la RSE en France : obligation de reddition de comptes et devoir de vigilance.</p>	
<p><b>Mots Clés:</b> RSE; Développement durable; Parties Prenantes</p>	
<p><b>Bibliographie (facultative):</b></p>	



UE – ENGAGEMENT ETUDIANT TEDS  Titre: Etudiant(e) engagé(e) dans les missions RSE	Volume horaire : 4h00  L3 MTS / SICG / SIDC
<b>Enseignant :</b> Sylvie CAMP	
<b>Objectifs du cours :</b> 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 »	
<b>Plan du cours :</b> 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.	
<b>Mots Clés:</b> RSE, Actions caritatives	
<b>Bibliographie:</b>	



<p>UE - STAGE ET MISSION</p> <p>Titre : Stage de fin d'études</p>	<p>Volume horaire : 4 mois soit 616 heures L3 MTS</p>
<p><b>Objectifs pédagogiques :</b></p> <p>Lors de la licence, les étudiants non apprentis mettent en pratique leurs connaissances lors d'un (ou plusieurs stages) en entreprise.</p> <p>Lors de ce stage, l'étudiant devra mettre ses compétences au service d'un besoin réel de l'entreprise dans l'un des domaines de la gestion : marketing, finance, ressources humaines, informatique, contrôle de gestion. Il mettra en œuvre simultanément ses connaissances théoriques et ses qualités personnelles d'adaptation, d'observation, d'écoute et d'initiative. Il devra remplir une mission pour l'entreprise qui réponde à une problématique de gestion.</p> <p>Le stage en entreprise a plusieurs finalités :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mettre en pratique les connaissances théoriques acquises en première année.</li><li>• Faire l'apprentissage de la vie sociale en entreprise.</li><li>• Amener des solutions à un problème de gestion en s'appuyant sur une véritable méthodologie.</li></ul>	
<p><b>Description du cours :</b></p> <p>Le stage, <u>d'une durée minimale de 4 mois</u>, (soit 616 heures de présence effective en entreprise, soit 88 jours pour un 35h/semaine) se déroule à temps plein dans une entreprise, en France ou à l'étranger, sur l'année universitaire.</p>	
<p><b>Contenu pédagogique - structure du cours :</b></p> <p>À l'interface entre l'université et l'entreprise, le stage recouvre des enjeux importants pour l'étudiant :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Au plan professionnel : C'est une étape importante car il constitue une expérience professionnelle importante avant la recherche d'un emploi ou la poursuite d'étude. Ainsi, une durée de quatre mois représente une expérience <i>significative</i> permettant de se voir confier des missions pertinentes. Par ailleurs, c'est l'occasion de confronter ses affinités théoriques avec la réalité des métiers correspondants et donc de se dessiner un début de projet professionnel. Enfin, le stage peut donner lieu à une embauche.</li><li>• Au plan pédagogique : La validation du stage est une condition nécessaire à l'obtention du diplôme de licence. LE STAGE AU SEIN DE L'ENTREPRISE DOIT ETRE VALIDE PAR L'ENSEIGNANT REFERENT. LE TUTEUR DEVRA VALIDER LE PLAN DU MEMOIRE ET LA STRUCTURE DE LA SOUTENANCE (Sous le format de 5 minutes pour convaincre).</li><li>• Au plan de l'image de l'IAE : L'étudiant véhicule sa propre image mais aussi celle de son institut, de son diplôme et donc celle des camarades qui viendront après lui. Il est <i>indispensable</i> d'avoir un comportement exemplaire à cet égard. Par son caractère obligatoire, en comparaison d'autres diplômes de bac+3, le stage constitue un avantage différentiel qui contribue à valoriser la formation.</li></ul>	



### **Informations importantes :**

Les soutenances auront lieu fin juin, vous recevrez une convocation, la présence des tuteurs Entreprise est très souhaitée dans la mesure du possible.

Le mémoire de stage doit être rendu à la date fixée par le calendrier pédagogique sous format numérique et déposé sur la plateforme Moodle.

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.



UE: Méthodologie  Titre :	Volume horaire :  L3 MTS
<b>Enseignant :</b> Eric STEPHANY	
<b>Objectifs du cours :</b>	
<b>Plan du cours :</b>	
<b>Mots Clés:</b>	
<b>Bibliographie:</b>	