

Syllabus

/ [sil(l)abys]

2019 – 2020

MASTER

Mention

MANAGEMENT PUBLIC

Parcours

- MANAGEMENT DES UNIVERSITES ET TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION



IAE MONTPELLIER
École Universitaire
de Management



Bâtiment 29
Place Eugène Bataillon
34 095 Montpellier
Tél. 04.67.14.38.65

Syllabus

/ [sil(l)abys]

2019 – 2020

Master 1

Mention

Management Public

Parcours

Management des Universités et
Technologies de l'Information



IAE MONTPELLIER
École Universitaire
de Management



Bâtiment 29
Place Eugène Bataillon
34 095 Montpellier
Tél. 04.67.14.38.65



SYLLABUS / MUTI

Informations générales

Contacts :

Responsable pédagogique :

[BOUVIALA GREGORY]

[Gregory.bouviala@umontpellier.fr]

Secrétariat pédagogique :

[Tournier Céline]

[Celine.tournier@umontpellier.fr]

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

Service scolarité :

Le service de scolarité de l'institut d'Administration des Entreprises (IAE) est ouvert tous les jours aux heures d'ouverture du bureau afin de répondre à vos questions concernant votre inscription administrative ou pédagogique, délivrer le scolpass ; certificat de scolarité. Il vous accompagne dans vos demandes de transfert de dossiers, de remboursement des droits d'inscription (en cas d'annulation ou d'exonération).

Vous trouverez sur le lien toutes les procédures relatives à vos démarches; accès ENT, Modalités de contrôles de connaissances, la charte des examens, procédure de redoublement, retrait de diplôme ou de duplicata.

Lien : [https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/scolarite /](https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/scolarite/)

Contact : scoliae@univ-montp2.fr

Service relations entreprises :

Lien privilégié entre les entreprises et les étudiants de l'IAE, le service des Relations Entreprises se tient à votre disposition pour répondre à vos besoins en termes de recrutement (alternance, stage, mission, emploi), d'échanges (organisation du stage-dating, conférences, concours de vente, gala...) et de partenariats.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/stages-iae>

Contact : iae-entreprises@umontpellier.fr

Service formation continue :

La Formation Continue s'adresse au public non étudiant : aux salariés du secteur public ou du secteur privé (CDD, CDI, Intérimaires...), aux professions libérales, aux chefs d'entreprise ainsi qu'aux personnes en recherche d'emploi souhaitant reprendre leurs études.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formation-continue>

Contact : iae-formationcontinue@umontpellier.fr



Service relations internationales :

Le service des relations internationales a pour mission de vous accompagner dans vos démarches liées à la mobilité internationale. Il vous conseille sur les destinations et type d'universités partenaires. Il assure le suivi de votre candidature et le choix des cours dans l'établissement d'accueil, et centralise également les informations sur les bourses de mobilité et les modalités de demande. Pour certains parcours la mobilité est obligatoire. Hors ces parcours obligatoires vous pouvez consulter la procédure de mobilité ou allez-vous renseigner directement auprès des collègues du service des relations internationales en vous connectant sur le lien.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/institut/les-ri-a-l-iae>

Contact : ri.iae@um2.fr

L'espace numérique de travail (ENT) :

Un espace numérique de travail (ENT) désigne un ensemble intégré de services numériques choisis et mis à votre disposition pour les étudiants :

Les modalités d'accès à votre ENT sont disponibles via le lien suivant :

https://infoservices.umontpellier.fr/CUMDocENT/index_etu_activer_cpt.html

- **Moodle** : dépôts de mémoire / suivi de cours
- **Planning** : consultation de l'emploi du temps selon le parcours
- **Antiplagiat** : vérification plagiat avant dépôt de document
- **Ma scolarité** : relevés de notes.

Module réclamations :

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formulaire-reclamation>

L'alternance et la formation continue :

Les différents CFA présents à l'IAE :

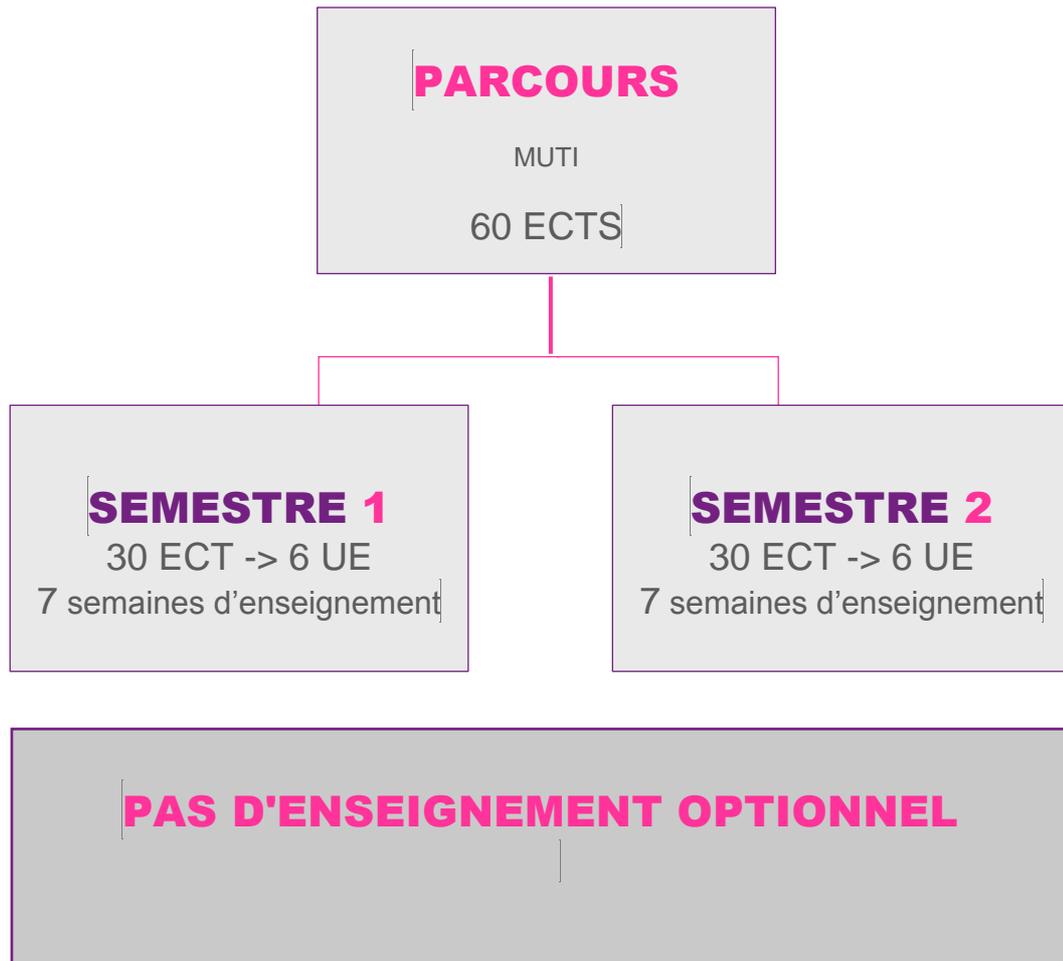
- CFA LR : <http://www.ensuplr.fr/>
- CFA Formaposte : <http://www.formaposte-mediterranee.fr/>
- CFA Difcam : <http://www.difcam.com/>

Pour toutes questions relatives au contrat d'apprentissage, merci de contacter le service Relations Entreprises : iae-entreprises@umontpellier.fr

- Pour toutes questions relatives au contrat de professionnalisation ou à la formation continue merci de contacter le service Formation continue : iae-formationcontinue@umontpellier.fr



ORGANISATION PEDAGOGIQUE DES SEMESTRES



CALENDRIER FORMATION :

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



FICHES SYLLABUS

SEMESTRE 1

UE1	ORGANISATION ET ECONOMIE	THEORIE DE LA FIRME
		THEORIE DES ORGANISATIONS
UE2	SYSTEME D'INFORMATION COMPTABLE	COMPTABILITE GENERALE APPROFONDIE
		COMPTABILITE ANALYTIQUE APPROFONDIE
UE 3	MARKETING	MARKETING STRATEGIQUE
		ETUDES ET DIAGNOSTIC
UE 4	INFORMATIQUE DE GESTION	INFORMATIQUE DE GESTION
		SIMULATION
UE 5	FINANCE	DIAGNOSTIC FINANCIER
		DECISION FINANCIERE
UE6	MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES	



Titre/Title: Théories de la Firme	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /Lecturer: Jérôme LERAT-PYTLAK	
<p>Objectifs du cours / Learning objectives :</p> <ul style="list-style-type: none">- Transmettre aux apprenants au moyen d'apports académiques et de cas d'entreprises l'état actualisé des connaissances relatives aux principales théories de la firme.- Rendre les apprenants capables d'analyser une situation d'entreprise, d'identifier d'éventuels dysfonctionnements managériaux et de proposer des solutions d'amélioration du fonctionnement de l'entreprise et de la performance sur la base de ces théories. <p>Compétences managériales visées / Managerial skills :</p> <ul style="list-style-type: none">- Capacité à analyser les processus décisionnels au sein d'une organisation, y compris identification des dysfonctionnements et propositions d'améliorations organisationnelles.- Capacité à analyser une situation organisationnelle constituée de coalitions d'acteurs et capacité à mettre en œuvre les méthodes d'analyse et de résolution de problèmes adéquats.- Capacité à identifier les systèmes de reporting nécessaires à l'amélioration continue des processus.- Capacité à identifier l'opportunité (ou non) d'externaliser des activités.- Capacité à analyser les relations contractuelles et conventionnelles entre les acteurs d'une entreprise et à proposer des dispositions d'optimisation de la satisfaction des acteurs.- Capacité à définir la stratégie de succès au sein d'un secteur à partir des ressources et compétences disponibles.- Capacité à construire une démarche de type RSE ou développement durable basée sur la satisfaction de l'ensemble des parties prenantes.	
<p>Plan du cours / Contents :</p> <p>Introduction</p> <ul style="list-style-type: none">- Théorie néo-classique de la firme et remise en cause <p>1. La métaphore du cerveau</p> <ul style="list-style-type: none">- Les limites de la métaphore organique et le rôle de l'information <p>1.1. Les théories de la décision</p> <ul style="list-style-type: none">- La rationalité limitée de Simon- Les modèles politique de la décision- Le garbage can model <p>1.2. L'école behavioriste ou la théorie comportementale de la firme</p> <p>1.3. Organisation holographique et ERP</p> <p>2. La métaphore du marché</p> <p>Les théories économiques de la firme</p> <ul style="list-style-type: none">2.1. Théorie des coûts de transaction2.2. Théorie des droits de propriété2.3. Théorie de l'agence2.4. Théorie des conventions <p>3. Quelques approches contemporaines</p> <ul style="list-style-type: none">3.1. De la théorie évolutionniste au paradigme des ressources3.2 La théorie des parties prenantes	



Evaluation / Final examination :

Exercice sur table de résolution d'un cas d'entreprise (2 heures)

Mots Clés: Théories de la firme, théorie de l'agence, coûts de transaction, théories de la décision, théorie des parties prenantes.

Bibliographie (non exhaustif) / Bibliography :

CORIAT B. et WEINSTEIN O., 1995, Les nouvelles théories de l'entreprise, Edition Livre de Poche.

DARBELET M., IZARD L. et SCARAMUZZA M., 2002, Notions fondamentales de gestion d'entreprise, Foucher.

JOHNSON G. et SCHOLLES K., 2000, Stratégique, Publi-Union.

KENEDY Carol, 2003, Toutes les théories du management, Edition Maxima.

KOENIG G., 1998, Les théories de la firme, Economica.

MORGAN G., 1999, Images de l'organisation, DeBoeck Université.

PLANE J.-M., 2008, Théorie des organisations, Paris:Dunod.

ROJOT J., 2005, Théorie des organisations, Editions ESKA.

WEINSTEIN, 2012, Les théories de la firme, in Idées économiques et sociales, n°170, pp6-15.



Titre/Title: Théories des Organisations	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /Lecturer: Jérôme LERAT-PYTLAK	
<p>Objectifs du cours / Learning objectives :</p> <ul style="list-style-type: none">- Transmettre aux apprenants au moyen d'apports académiques et de cas d'entreprises l'état actualisé des connaissances relatives aux principales théories des organisations.- Rendre les apprenants capables d'analyser une situation d'entreprise, d'identifier d'éventuels dysfonctionnements managériaux et de proposer des solutions d'amélioration du fonctionnement de l'entreprise et de la performance sur la base de ces théories. <p>Compétences managériales visées / Managerial skills :</p> <ul style="list-style-type: none">- Capacité à analyser la structure d'une organisation (organigramme, définitions de fonctions, mécanismes de coordination...), à identifier les imperfections et à proposer des améliorations organisationnelles.- Capacité à diagnostiquer les modes de management (styles de direction, centralisation, systèmes de reconnaissance...) en vigueur dans une organisation et à proposer des préconisations managériales permettant l'amélioration des performances.- Capacité à proposer des démarches, outils, méthodes, techniques organisationnelles ou managériales adaptées aux objectifs d'une organisation.- Capacité à diagnostiquer la culture organisationnelle d'une organisation.	
<p>Plan du cours / Contents :</p> <p>Introduction générale : sciences de gestion et notion d'organisation</p> <p>La métaphore de la machine</p> <ul style="list-style-type: none">1. L'Ecole classique<ul style="list-style-type: none">1.1. Taylorisme1.2. Fayolisme1.3. Weber1.4. Fordisme- La remise en cause du modèle taylorien-fordien- L'adaptation du modèle taylorien-fordien <p>La métaphore de l'organisme</p> <ul style="list-style-type: none">2. L'Ecole des relations humaines<ul style="list-style-type: none">2.1. Mayo2.2. Maslow2.3. Mc Gregor2.4. Likert3. L'organisation vue comme un système complexe<ul style="list-style-type: none">3.1. La théorie des systèmes3.2. Les théories de la contingence3.3. Mintzberg et les configurations structurelles3.4. Les 8 paramètres d'analyse de la structure3.5. Les réseaux d'entreprise3.6. Lawrence et Lorsch et la dynamique différenciation/intégration3.7. Chandler et la relation stratégie↔structure <p>La métaphore de la culture</p> <ul style="list-style-type: none">- Cultures nationales et cultures d'entreprises	
<p>Evaluation / Final examination :</p> <p>Exercice sur table de résolution d'un cas d'entreprise (2 heures)</p>	



Mots Clés: Théories des organisations, Taylorisme, Fordisme, école des relations humaines, théorie des systèmes, structure organisationnelle, mécanismes de coordination.

Bibliographie (non exhaustif) / Bibliography :

- CORIAT B. et WEINSTEIN O., 1995, Les nouvelles théories de l'entreprise, Edition Livre de Poche.
DARBELET M., IZARD L. et SCARAMUZZA M., 2002, Notions fondamentales de gestion d'entreprise, Foucher.
JOHNSON G. et SCHOLLES K., 2000, Stratégique, Publi-Union.
KENEDY Carol, 2003, Toutes les théories du management, Edition Maxima.
KOENIG G., 1998, Les théories de la firme, Economica.
MORGAN G., 1999, Images de l'organisation, DeBoeck Université.
PLANE J.-M., 2008, Théorie des organisations, Paris:Dunod.
ROJOT J., 2005, Théorie des organisations, Editions Eska.
WEINSTEIN, 2012, Les théories de la firme, in Idées économiques et sociales, n°170, pp6-15.



Titre/title: COMPTABILITE GENERALE	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /lecturer: Nancy SEGURA	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <ul style="list-style-type: none">-Comprendre les concepts et principes généraux de la Comptabilité Générale (/Financière).-Acquérir les connaissances de base de la Comptabilité Générale (/Financière.) <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <ul style="list-style-type: none">- Etre capable d'interpréter et traduire une transaction/opération économique en langage comptable.- Etre capable d'anticiper les conséquences de la prise en compte d'une transaction/opération économique dans le processus de production de l'information comptable.- Etre capable de donner du sens aux états financiers de l'entreprise (output du processus comptable) et aux différentes sous rubriques composant ces états financiers.	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">- Introduction générale à la comptabilité Financière : présentation des principaux objectifs de la comptabilité financière, présentation des principaux destinataires de l'information financière (parties prenantes), présentation des principaux organismes normalisateurs comptables et financiers nationaux , et internationaux,- Présentation de l'approche en partie double de la comptabilité prévalant aux enregistrements comptables- Approche de la logique d'enregistrement comptable (approche par les flux et par les notions d'emploi/ressource)- Présentation et utilisation des comptes en T- Présentation de la comptabilité d'engagement / vs/ Comptabilité de trésorerie et des implications majeures de ces deux formes de comptabilité sur le contenu de l'information financière présentée dans les états financiers.- Etude des différents documents comptables et financiers produits par le système d'information comptable (journaux, Grand Livre, Balance, Compte de Résultat, Bilan)- Etude approfondie du lien très étroit Compte de Résultat / Bilan et de l'articulation dynamique de ces documents au cours des exercices comptables successifs (Etude d'un cas d'Entreprise sur plusieurs périodes).- Enregistrements des opérations économiques journalières (achat, vente, TVA sur factures, emprunt, créances...)- Enregistrement des opérations d'inventaire (dépréciation, amortissements, variations de stocks : Inventaire permanent et Inventaire Intermittent, clôture des comptes).	
<p>Evaluation/Final examination (?)</p> <ul style="list-style-type: none">- Un contrôle individuel écrit de 2h portant sur l'interprétation, l'enregistrement au journal et l'analyse comptable et financière d'opérations et transactions économiques de l'entreprise ainsi que	



des états financiers de l'entreprise.

Mots Clés

Comptabilité Générale, Comptabilité Financière, Etats Financiers, Résultat, Bilan

Bibliographie (facultative) Bibliography :

DCG 9- Introduction à la Comptabilité : Manuel et Applications , 2017-2018, Ed. DUNOD , C. DISLE, R. MASEO, M. MEAU



Titre/title: Comptabilité Analytique Approfondie	Volume horaire/Nb of hours: 18 h (e-learning)
Enseignant /lecturer: C. Averseng	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Ce cours permettra de comprendre les liens entre la comptabilité de gestion et la comptabilité générale ainsi que de maîtriser la mise en place de calculs de coûts dans un tableur (Microsoft, Libre office, Google Sheets...).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: calculs de coûts, tableur.</p> <p>En suivant ce cours, les étudiants auront un aperçu global de la comptabilité de gestion et seront capables d'en comprendre les différents aspects :</p> <p>Comment passer de la comptabilité financière à la comptabilité de gestion ? Comment mettre en place un modèle de calcul de coût ? Comment calculer son seuil de rentabilité ? Comment mettre en place un budget et comparer un prévisionnel au réel ? Comment choisir parmi différentes méthodes de calcul ?</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Semaine 1 : Introduction et notions clés Cette semaine est consacrée à l'introduction, à la présentation des notions clés de la comptabilité de gestion et l'utilisation du tableur. L'étude de cas fil rouge sert à établir le lien entre la comptabilité générale et la comptabilité de gestion. L'étude de cas fil rouge permet d'une part de revenir sur la notion de compte de résultat et, d'autre part, de caractériser les charges (charges directes/indirectes et variables/fixes).</p> <p>Semaine 2 : Les coûts complets : méthode des centres d'analyse (1/2) La deuxième semaine aborde la première partie du cours consacré aux coûts complets (méthode des centres d'analyse) en proposant une première réflexion sur les centres d'analyse et en expliquant le réseau des coûts. L'étude de cas permettra de mettre ces éléments en application en proposant un calcul des coûts aux différents stades d'exploitation (de l'achat des matières premières au coût complet du produit fini et livré au client).</p> <p>Semaine 3 : Les coûts complets : méthode des centres d'analyse (2/2) La troisième semaine termine le thème des coûts complets méthode des centres d'analyse en allant plus loin, avec les notions de stocks. Une analyse critique de la méthode vient conclure ce thème. Le cas propose de reprendre les données précédentes en rajoutant les stocks, en cours et rebuts.</p> <p>Semaine 4 : Les coûts standards La quatrième semaine est consacrée à la gestion budgétaire au travers les coûts standards/prévisionnels, le calcul des écarts sur charges directes et indirectes (méthode des tableaux) et conclut cette thématique par son analyse critique. L'étude de cas met en lumière les écarts entre coûts standards et coûts réels et propose une analyse organisée des explications possibles des écarts constatés.</p>	



Semaine 5 : Le seuil de rentabilité

La dernière semaine aborde l'étude d'une méthode de calcul de coût partiel, la méthode du coût variable direct, qui nous permettra de calculer le seuil de rentabilité. Nous en proposerons aussi une analyse critique. Le cas est le prétexte de caractériser les charges (les charges fixes versus les charges variables) et de calculer le seuil de rentabilité (en quantité ou en chiffre d'affaires).

Un chapitre de conclusion est l'occasion de faire le point sur le rôle du contrôleur de gestion dans l'organisation, la place de l'informatique (et plus largement du système d'information de gestion) dans son quotidien.

Evaluation : Quiz informatique 1 heure

Mots Clés : Comptabilité de gestion, coût, centre d'analyse, résultat, tableur

Bibliographie (facultative) Bibliography :

- « Mini manuel de contrôle de gestion », Bernard Augé et Gérald Naro, Ed Dunod
- « Comptabilité de gestion », Béatrice Grandguillot et Francis Grandguillot, Ed Gualino
- « DCG 11 Contrôle de gestion, Manuel et Applications », Claude Alazard et Sabine Sépari, Ed Dunod
- « Les bases de la comptabilité analytique de gestion », Yves Dupuy et Denis Travaillé, Ed Economica
- « Contrôle de gestion – DCG 11 – Manuel », Daniel Larue, Ed LexisNexis
- « Le projet Armagnac – Le yield management s'applique-t-il à l'alimentaire ? – Roman d'entreprise » Bertrand Vignon, Edition Dauvers



Titre/title: MARKETING STRATEGIQUE	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /lecturer: M. POUTONNET Philippe	
Objectifs du cours/Learning objectives: Comprendre la démarche marketing (partie stratégique et partie opérationnelle) et les différents mécanismes fondamentaux. Ce cours exclut la partie analytique et le web marketing traités par d'autres intervenants.	
Plan du cours/ Contents: Séance 1 : Avant-propos Le marketing, qu'est-ce que c'est ? Introduction Histoire du marketing 1. Définitions du marketing Evolution de la définition Définition clé et notion de valeur 2. La démarche marketing Schéma de la démarche marketing Marketing stratégique et marketing opérationnel 3. Le marketing stratégique 3.1. L'analyse de marché Définition du marché Approche marketing du marché Structuration d'un marché 3.1.1. La demande et les types de consommateurs La demande d'un point de vue quantitatif La demande d'un point de vue qualitatif Les différentes phases du processus de décision Besoin et désir Modèle du processus décisionnel Cycles et processus d'achat Les motivations Les freins 3.1.2. L'offre Les rapports de force sur un marché Les indicateurs quantitatifs de l'offre La position concurrentielle Le principe de la part de marché relative Séances 2 et 3 3.2. Le diagnostic stratégique 3.2.1. Le diagnostic externe	



L'analyse pestel et le macro-environnement

Le micro-environnement

La demande

L'offre

L'analyse de la concurrence et les forces de Porter

3.2.2. Le diagnostic interne

L'évolution des performances quantitatives de l'entreprise sur le marché

L'état et l'évolution de la notoriété et de l'image de l'entreprise et de la marque

Les ressources de l'entreprise pour un produit donné

L'analyse critique du marketing-mix

La synthèse du diagnostic et la matrice Swot

Le plan marketing

Séance 4

3.3. L'élaboration de la stratégie marketing

3.3.1. La segmentation

Le processus de segmentation

L'intérêt de la segmentation

Les règles de segmentation

La démarche de segmentation

Les critères de segmentation

La segmentation multi-critères

Les méthodes de découpage d'un marché

L'analyse des segments

La stratégie de segmentation

3.3.2. Le ciblage

Le marketing indifférencié, différencié, concentré, de niche et personnalisé

3.3.3. Le positionnement

Les stratégies de positionnement

La qualité d'un bon positionnement

Le positionnement et le mix

Les différents mix (variables commerciales)

Séances 5 et 6

4.1. Le marketing opérationnel du produit

4.1.1. Le plan produit

La qualité du produit

La gamme de produits et sa composition

L'analyse d'une gamme

Le cycle de vie du produit

Le nom de la marque

Le rôle et les fonctions de la marque

Les types de marques

Les stratégies de marques

Le packaging

L'innovation produit

4.1.2. Le plan prix

La fixation du prix et la structure de coûts

4.1.3. Le plan de distribution

Les fonctions de la distribution

Les différents types de vente et les formes de commerce



Les canaux et circuits
Les critères d'évaluation d'un circuit
La stratégie de référencement
La fidélité
4.1.4. Le plan de communication
Les objectifs de la communication
La définition de la cible
L'élaboration du message
Le choix des canaux de communication
La communication média et hors média
L'efficacité de la communication
Le marketing direct
La promotion des ventes
4.2. Le marketing des services
4.3. Le marketing du point de vente

Evaluation/Final examination (?) écrit de 2H

Mots Clés

Mots clés : marketing - marketing stratégique - marketing opérationnel - diagnostic stratégique - offre - demande - mix - besoins - freins - motivations - segment - cible - positionnement

Bibliographie (facultative) Bibliography :



Titre/title: ETUDES ET DIAGNOSTIC	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /lecturer: G. SERE DE LANAUZE	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Maîtriser les fondements conceptuels et méthodologiques du marketing d'études afin d'établir le diagnostic à la base de toute action ou choix stratégique. Connaitre les outils d'études nécessaires au diagnostic, savoir les choisir et les mettre en œuvre.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p>	
<p>Plan du cours/ Contents: Séance 1 : Le diagnostic Marketing et les études Séances 2 : Les études qualitatives Séance 3 : Les études qualitatives (suite et cas en TD) Séance 4 : Les études quantitatives ad hoc Séances 5 : Les études quantitatives (suite et cas en TD) Séance 6 : Les panels</p>	
<p>Evaluation/Final examination (?) Travaux dirigés en contrôle continu (50%) Examen final sur table (50%)</p>	
<p>Mots Clés: Etudes quantitatives, études qualitatives, panels, système d'information marketing, échantillon</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography : Jean Luc Giannelloni & Eric Vernet (2001), Etude de marché, Editions Vuibert Evrard, Pras & Roux (1999), Market , Etudes et recherches en marketing, Ed Dunod Véronique des Garets (1997), Etudes et recherches commerciales, Ed Economica Ph Aurier (2007), Pratique des Etudes de Marché, outils du diagnostic marketing, Ed Economica</p>	



Titre/title: Informatique de Gestion	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /lecturer: Emmanuel Houzé /Matthieu Dereumaux	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Maîtriser les différents usages des outils informatiques génériques utilisés en entreprise Connaître le potentiel des tableurs et des bases de données Maîtriser la communication en utilisant le vocabulaire adapté avec des interlocuteurs techniques</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir prendre des décisions en groupe Savoir combiner ensemble des analyses de différents domaines de la gestion Savoir interagir avec des spécialistes des bases de données afin d'en piloter l'usage en entreprise</p> <p>Compétences techniques : Savoir mettre en place en entreprise une application de type tableur mobilisant les concepts de base de la programmation en VBA Connaître les fondamentaux des bases de données utiles pour le manager</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>Séance 1 : rappel sur le fonctionnement d'un tableur et début d'une mise en pratique dans le cadre d'un travail personnel sur 3 séances</p> <p>Séance 2 : présentation du VBA et mise en pratique des concepts</p> <p>Séance 3 : finalisation du travail personnel</p> <p>Séance 4 : présentation du concept de bases de données</p> <p>Séance 5 : les SGBD : concepts et mise en pratique par les étudiants</p> <p>Séance 6 : cas pratique à réaliser</p>	
Evaluation/Final examination (?) - 1 examen final	
Mots Clés : informatique, VBA, bases de données, simulation de gestion	
Bibliographie (facultative) Bibliography:	



Titre/title: Simulation de Gestion	Volume horaire/nb of Hours: 18h
Enseignant /lecturer: Emmanuel Houzé	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Développer des compétences transversales en gestion Intégrer d'une manière inductive les concepts clés de la gestion</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir prendre des décisions en groupe Savoir combiner ensemble des analyses de différents domaines de la gestion</p> <p>Compétences techniques : Savoir construire des outils de prise de décisions</p>	
Plan du cours/ Contents: Séance 1 : présentation de la simulation et des principaux outils de gestion nécessaires Séance 2 à 5 : prises de décisions par les groupes Séance 6 : présentation des résultats et rédaction d'un rapport de synthèse	
Evaluation/Final examination (?) Contrôle continu	
Mots Clés: simulation de gestion	
Bibliographie (facultative) Bibliography:	



Titre/title: Diagnostic Financier	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /lecturer: Jérôme Pouget	
Objectifs du cours/Learning objectives: A l'issue de cet enseignement, les étudiants peuvent juger de la santé financière de l'entreprise, tant au plan de sa rentabilité que de sa structure financière. Compétences managériales/Managerial competencies: Analyse financière, diagnostic financier	
Plan du cours/ Contents: I – Analyse de la rentabilité Tableau des SIG du PCG Retraitements Ratios II – Analyse de la structure financière Bilan fonctionnel Retraitements Ratios de structure	
Evaluation/Final examination : Examen final 100%	
Mots Clés : Diagnostic financier, Analyse financière, SIG, Bilan fonctionnel	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



Titre/title: Décision financière	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /lecturer: Jérôme Pouget	
Objectifs du cours/Learning objectives: A l'issue de cet enseignement, les étudiants peuvent juger de la rentabilité d'un projet quelles que soient les hypothèses sur l'avenir. Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir évaluer un projet d'investissement.	
Plan du cours/ Contents: Décision d'investissement en : Avenir Certain Avenir Aléatoire Avenir incertain	
Evaluation/Final examination : Examen final 100%	
Mots Clés : VAN, TRI, Arbre de decision.	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



Titre/title: GRH	Volume horaire/nb of Hours: 36h
<p>Enseignants /lecturers: Anne Loubès, Autcharaporn Somsing Loïc Douyere Sylvie Olle Najoua Tahri</p>	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif est de sensibiliser les étudiants du master 1 à la GRH en abordant les fondamentaux ainsi que les thèmes d'actualité. Le rôle de l'entreprise dans la société et la nature de ses relations avec différentes parties prenantes seront abordés. Une approche orientée sur le marketing RH sera également présentée avec un focus sur les notions clés (ex : la marque employeur). Au-delà de la définition générale les thèmes abordés couvrent certaines activités essentielles à la relation d'emploi et au développement de l'employabilité ainsi que de la sécurisation des parcours professionnels des salariés. Ce cours est réalisé par une équipe d'enseignants chercheurs et de professionnels.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Comprendre les enjeux RH et la place des RH dans la performance d'une organisation, Développer une vision contingente de la GRH, Se sensibiliser avec certains outils RH (compte personnel formation, entretiens d'évaluation, entretiens professionnels, schéma directeur de GPEC...), Comprendre les concepts liés aux thèmes abordés (performance sociale, employabilité, contrat psychologique...) 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. Connaître et appliquer les modèles qui expliquent les liens entre l'entreprise et son environnement social, économique Comprendre la logique d'exploitation des outils marketing en GRH Analyser l'environnement de l'entreprise en GRH (segmentation, ciblage) Définir sa stratégie de positionnement Définir les éléments opérationnels du plan marketing RH (4P) Comprendre les enjeux et les difficultés du recrutement Connaître le rôle d'un cabinet conseil en recrutement Appréhender dans sa globalité une politique de rémunération Comprendre les solutions RH en matière de rémunération</p>	
<p>Plan du cours/ Contents: Introduction générale : éléments de définition et perspectives (GRH et stratégie d'entreprise digitalisation et RH, territorialisation et RH, ...) : Anne Loubès La responsabilité sociale de l'entreprise : Najoua Tahri</p>	



Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences : principes et outils : Anne Loubès
Formation professionnelle et management de l'employabilité : Anne Loubès
Evaluation des collaborateurs : Anne Loubès
Recrutement : Loïc Douyere
Les fondements du marketing RH : Autcharaporn Somsing
La segmentation et le ciblage en RH : Autcharaporn Somsing
Le marketing Mix en RH : Melissa Boeuf
La rémunération : Sylvie Olle

Evaluation/Final examination (?)
Examen final 100% écrit

Mots Clés : RH, RH et stratégie, GPEC, Formation professionnelle, employabilité, Marketing RH,
Recrutement, remunération, RSE,...

Bibliographie (facultative) Bibliography:
J.M. PERRETTI, GRH, (19e edition) Vuibert.
BRILLET Franck et GAVOILLE Franck (2017). Marketing RH : Réussir l'orientation marché de la
politique. Dunod.
LIGER Philippe (2016). Marketing RH : Comment devenir un employeur attractif. (4e édition).
Broché.
PACZUK Serge et POINT Sébastien. (2008). Enjeux et outils du marketing RH. Eyrolles-Éditions
d'Organisation.
Revue Personnel
Revue Liaisons Sociales



SEMESTRE 2

UE1	TRAITEMENT DE L'INFORMATION	RECHERCHE OPERATIONNELLE
		STATISTIQUES ET PROBABILITES
UE2	STRATEGIE ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE	STRATEGIE
		INTELLIGENCE ECONOMIQUE
UE 3	INGENIERIE FINANCIERE	
UE 4	STAGE	
UE 5 (à choix)	FISCALITE ET METHODOLOGIE	FISCALITE ou NEGOCIATION VENTE ou COMMUNICATION
		METHODOLOGIE
UE6	GRH INTERNATIONALE	GRH INTERNATIONALE
		DROIT SOCIAL



Titre/title RECHERCHE OPÉRATIONNELLE	Volume horaire/nb of Hours 18h : 12h CM – 6h TD
Enseignant /lecturer: M. VOVOR DASSU Komlavi Innocent	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: L'objet du cours est de présenter quelques méthodes de Recherche Opérationnelle, outils d'aide à la décision reposant sur des modèles d'optimisation sous contraintes. On se limitera à quelques problèmes de Programmation Linéaire, et à quelques éléments de la Théorie des Graphes (Problèmes simples de transport et planification de projet).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir résoudre des systèmes d'équations linéaires à plusieurs inconnues et des systèmes d'inéquations linéaires à 2 inconnues.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">Programmation linéaireForme canonique et résolution graphiqueMéthode du simplexe (maximisation sous contraintes \leq)Analyse marginaleProgrammation linéaire en nombres entiersUtilisation du logiciel SOLVEUR sous EXCELThéorie des GraphesOrdonnancement d'un graphe sans circuitChemin de longueur optimale dans un graphe ordonné et valuéPlanification de projet : graphe MPM	
Evaluation/Final examination (?) Écrit de 2H	
Mots Clés	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



Titre/title STATISTIQUES ET PROBABILITÉ	Volume horaire/nb of Hours 18h : 12h CM – 6h TD
Enseignant /lecturer: M. DOSSA Maximilien	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Ce cours est une introduction aux statistiques inférentielles et à la théorie de l'estimation. On se limitera ici aux échantillons de grandes tailles et à l'étude des phénomènes types moyenne et proportion.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Lois usuelles de probabilités (Binomiale, Poisson et Normale)</p>	
<p>Plan du cours/ Contents: Rappels sur la loi Normale Statistiques inférentielles : Lois d'échantillonnage de la moyenne et de la proportion Tests de la moyenne et de la proportion Estimation des paramètres moyenne et proportion par intervalle de confiance Test du Khi2 d'ajustement et d'indépendance</p>	
Evaluation/Final examination (?) Écrit de 2H	
Mots Clés	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



Titre/title: Stratégie d'entreprise	Volume horaire/nb of Hours: 18h
Enseignant /lecturer: Philippe Négrier	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives :</p> <p>Avoir les compétences pour réaliser une analyse Stratégique Corporate et Business Anticiper, mettre en place des stratégies pour pérenniser les entreprises afin de réaliser de la performance.</p> <p>Have the skills to carry out a strategic analysis Corporate and Business Anticipate, implement strategies to sustain companies in order to achieve performance</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>1/Analyser l'environnement, l'industrie et la concurrence</p> <ul style="list-style-type: none">Les stratégies de coût et de volumeLes stratégies de différenciation et de recomposition de l'offreRupture et innovation stratégiques :La création de nouveaux business modelsLes ressources stratégiques de l'entreprise, source de l'avantage concurrentielIntégration verticale et externalisationLa dynamique concurrentielle <p>2/Organiser l'entreprise pour mettre en oeuvre la business strategy</p> <ul style="list-style-type: none">Croissance, création de valeur et gouvernanceStratégie et développement durableL'innovation, moteur de la croissance interneGlobalisation et stratégies internationalesDiversification, recentrage et management du portefeuille d'activitésLa croissance externe : les fusions, acquisitionsLes alliances stratégiquesCorporate strategy et structure :Organiser la diversitéMatrices, projets et réseaux : construire des organisations plus stratégiquesLa formulation de la stratégie et le changement stratégiqueLe changement organisationnel et le change managementLe changement de la culture et de l'identité de l'entreprise <p>1 / Analyzing the environment, industry and competition</p> <ul style="list-style-type: none">Cost and volume strategiesThe strategies of differentiation and recomposition of the offerStrategic breakthrough and innovation:The creation of new business models	



<p>The company's strategic resources, the source of competitive advantage Vertical integration and outsourcing Competitive dynamics</p> <p>2 / Organizing the company to implement the business strategy Growth, Value Creation and Governance Strategy and Sustainable Development Innovation, the engine of organic growth Globalization and international strategies Diversification, refocusing and management of the portfolio of activities External growth: mergers, acquisitions Strategic alliances Corporate strategy and structure: Organizing Diversity Matrices, projects and networks: building more strategic organizations Strategy formulation and strategic change Organizational change and change management Changing the culture and identity of the company</p>
<p>Evaluation/Final examination ETUDE DE CAS STRATEGIQUE/ STRATEGIC CASE STUDY</p>
<p>Mots Clés</p>
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p>



Titre/title: Intelligence Economique	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /lecturer: Emmanuel Houzé	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif du cours est d'intégrer la prise en compte de l'environnement informationnel dans la construction des décisions des entreprises. Pour cela, tant les informations entrantes (processus de veille) que plus globalement le management de l'information (concept d'Intelligence Economique) seront traités.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir mettre en place un dispositif de veille /IE Savoir mettre en place un dispositif de datamining</p> <p>Compétences techniques : Savoir utiliser des outils informatiques pour la veille</p>	
<p>Plan du cours/ Contents: Les différents types de veille Le cycle de l'Information Les outils et techniques de veille L'Intelligence Economique Le datamining</p>	
<p>Evaluation/Final examination (?) - examen final 70%, contrôle continu 30%</p>	
<p>Mots Clés : intelligence économique, veille technologique, veille stratégique, veille commerciale, veille concurrentielle</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography :</p>	



Titre/title Ingénierie financière	Volume horaire/nb of Hours : 36h CM
Enseignant /lecturer:	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: A l'issue de cet enseignement, les étudiants peuvent identifier et choisir les sources de financement long terme pour les projets. Ils peuvent aussi établir une fourchette d'évaluation d'une entreprise.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir évaluer une entreprise, identifier les sources de financement, choisir le mode de financement</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <p>I –Financement des investissements Sources de financement Choix du financement</p> <p>II – Evaluation des entreprises Méthode patrimoniale Méthode de rendement</p>	
Evaluation/Final examination Examen final 100%	
Mots Clés :Augmentation de capital, Emprunt, valeur patrimoniale, valeur de rendement.	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



Titre/title : Stage	Volume horaire/nb of Hours
Enseignant /lecturer: Najoua TAHRI	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Le stage a pour objectif de mettre les étudiants dans des situations professionnelles de longue période (minimum 4 mois), de façon à leur permettre de parfaire leur apprentissage et d'acquérir des compétences professionnelles en vue d'une insertion rapide dans la vie professionnelle.</p> <p>Compétences managériales /Managerial competencies: Les étudiants peuvent acquérir des compétences managériales directement dans l'entreprise, par le biais du stage, de l'alternance. À l'issue de leur expérience, les compétences acquises par les étudiants suite aux périodes de stage ou d'alternance se déclinent en savoirs gestionnaires : savoir-faire pratiques et savoir-être dans l'entreprise.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents: La structuration du rapport devra comporter les éléments suivants : Introduction présentant le thème du stage, Diagnostic de la situation de départ, Compte rendu de la mission : méthodologie suivie pour résoudre le problème et recommandations opérationnelles proposées à l'entreprise, Conclusion sur les résultats observés et analyse critique de tout ou partie de la mission.</p> <p>Le rapport de stage doit proposer une analyse de la situation que vous allez traiter. Vous ne devez choisir qu'une seule problématique.</p>	
<p>Evaluation/Final examination: Contrôle continu : 0% Contrôle final : 100%</p>	
Mots Clés :	
Bibliographie (facultative) Bibliography :	



Titre/title: FISCALITE	Volume horaire/Nb of hours: 18 h
Enseignant /lecturer: Nancy Segura	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: - Comprendre les principaux mécanismes de détermination de l'impôt sur le revenu de l'entrepreneur ; appréhender les principaux mécanismes de détermination de l'impôt sur les sociétés</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Etre capable de mettre en application de manière circonstanciée les principes fondamentaux de la fiscalité des entreprises en adaptant son analyse aux nombreuses formes d'entreprises existantes (Entreprise individuelle, SNC, EURL, SARL, SA, SAS ...)</p>	
<p>Plan du cours/ Contents: Présentation générale du système fiscal français et présentation de la terminologie fiscale, L'IRPP : Principes généraux et territorialité , Présentation des différents revenus catégoriels, Principe de détermination de l'imposition de l'entreprise individuelle, Principes de détermination de l'impôt sur les Sociétés.</p>	
<p>Evaluation/Final examination (?) Un contrôle individuel écrit de 2h portant sur la détermination du revenu fiscal des entreprises et sur leur analyse fiscale correspondante .</p>	
<p>Mots Clés Impôt sur le Revenu , Impôt sur les Sociétés, Détermination du résultat fiscal</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography : Droit Fiscal, DCG 4, 2017-2018 – Ed. DUNOD- P. Pinteaux, C.Godard, D. Terlong</p>	



Titre/title : Négociation - vente	Volume horaire : 18h
Enseignant /lecturer: Frédéric JEAN	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: L'objectif de ce cours est la présentation et la pratique du processus de vente ainsi que des techniques de négociations pour une montée en compétence personnalisée.</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: A l'issue de cette formation, vous serez capable de mener une discussion commerciale ou de vous engager dans une négociation commerciale simple.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <ul style="list-style-type: none">La vente : Où en êtes vous?Le processus de vente :La communication du commercial sur les réseaux sociauxLe parcours et l'expérience clientLes différentes étapes d'une venteLe processus de négociation :La preparation de la négociationLa négociationLes résultats de la négociation <p>Principe de fonctionnement du cours : Pour une meilleure efficacité, ce cours est à vocation interactif. Vous serez ammenés à effectuer des mises en situation.</p>	
<p>Evaluation/Final examination (?) Contrôle continu 100% (oral)</p>	
<p>Mots Clés : Vente, négociation, communication verbale et non verbale.</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography : Fournier Christophe 2016, Le Management et la force de vente.</p>	



Titre/title COMMUNICATION	Volume horaire : 18h
Enseignant /lecturer: G. SERE DE LANAUZE	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives: Maîtriser les principaux concepts et notions théoriques de la communication de l'entreprise Connaître les acteurs du marché de la communication Comprendre les outils et techniques medias et hors médias</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies: Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication cohérente avec les objectifs de l'entreprise Savoir faire les choix et arbitrages entre les différentes techniques disponibles dans le respect des objectifs stratégiques et budgétaires</p>	
<p>Plan du cours/ Contents: Séance 1 : Fondements et théories de la communication (rappels), le processus de communication, les principaux acteurs (annonceurs, agences, médias) Séance 2 : Stratégie de communication, le plan de communication Séance 3 : La publicité générale, création et média planning Séance 4 : Les techniques du hors médias : La promotion des ventes, le marketing direct, les relations publiques et l'événementiel. Séance 5 : La communication hors médias : Internet et la communication digitale Séance 6 : TD – Application, présentations</p>	
<p>Evaluation/Final examination (?) Travaux dirigés en contrôle continu (30%) Examen final sur table (70%)</p>	
<p>Mots Clés: Communication, média, persuasion, publicité, relations publiques, social media, digital, promotion des ventes</p>	
<p>Bibliographie (facultative) Bibliography : Malaval P. et Décaudin J.M., Pentacom, Communication : théorie et pratique, Pearson Education Ed.</p>	



Titre/title : Méthodologie	Volume horaire: 18h
Enseignant /lecturer: Anne LOUBES	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Le cours est adapté aux besoins rencontrés par les étudiants durant leurs missions entreprises (stages ou périodes d’alternance). La pédagogie repose sur une analyse en profondeur des domaines RH recensés avec à chaque fois, des approfondissements en SIRH. Des cas pratiques sur la base des ouvrages publiés dans le cadre des trophées du cercle des SIRH sont mobilisés (Book Trophées Cercle des SIRH).</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <p>Comprendre les problématiques opérationnelles en SIRH Savoir analyser leurs enjeux RH Savoir problématiser Réaliser des diagnostics RH et SIRH Apprendre à proposer des préconisations managériales Savoir adopter des stratégies de recherche bibliographiques dans les domaines professionnels et académiques.</p>	
Le cours s’organise sur la base de travaux de groupe favorables à la mutualisation, d’échanges de bonne pratiques, de benchmarking ainsi que de présentations orales. Les étudiants sont systématiquement accompagnés et coachés dans leurs démarches.	
Evaluation/Final examination (?) Presentation orale	
Mots Clés : SIRH, e-GRH, Transformations, fonction RH	
<p>Bibliographie (facultative) Lectures incontournables : Cercle des SIRH, coordonnée par Gérard Piétrement (2017), Le SIRH, enjeux, bonnes pratiques et innovation, 3ième édition, Vuibert Patrick Storaye (2016), Transformation, RH et digital : De la promesse à la feuille de route. Broché. Patrick Storaye Le SIRH (2013) - Enjeux, facteurs de succès et perspectives, Broché. Books Trophées Cercle des SIRH sont fournis</p> <p>De nombreuses références bibliographiques sont données pendant les interventions.</p>	



Titre/title : GRH INTERNATIONALE	Volume horaire : 18h
Enseignant /lecturer: Mme Autcharaporn Somsing	
Objectifs du cours/Learning objectives & Compétences managériales/Managerial competencies: Découvrir et s'appropriier les déclinaisons générales de la RH dans le cadre de la mondialisation de l'économie. Pré-requis: Connaissance des champs couverts par la GRH.	
Plan du cours/ Contents: - L'internationalisation des entreprises et les défis pour la fonction Ressources Humaines - La gestion des recrutements et des carrières à l'international (recrutements, formation, mobilité....) - RH et stratégie d'entreprise : l'impact du SIRH sur l'évolution des pratiques du DRH et de ses partenaires internes et externes : enjeux et pratiques - une réponse aux enjeux idéologiques impactant les modèles économiques : la communication et le management interculturels : les modèles existants et le programme GLOBE, les aires culturelles, évolutions des pratiques, perspectives...	
Evaluation/Final examination (?) Contrôle continu et livrables présents en séances	
Mots Clés : GRH, international, mondialisation, géoéconomie, stratégie, recrutement, mobilité professionnelle	
Bibliographie (facultative) Bibliography : Chapitres d'ouvrages - CAZAL D. (2011) « Porter un regard critique sur la gestion internationale des ressources humaines, un défi impossible ? » in Taskin L., de Nanteuil M. (coord.) Perspectives critiques en management : Pour une gestion citoyenne, Bruxelles : De Boek, p. 185-194. - CAZAL D. (2011) « GRH internationale : structures, limites et nouvelles perspectives de recherche » in D. Cazal, F. Chevalier, E. Davoine, P. Louart (coord.) GRH et mondialisation : nouveaux contextes, nouveaux enjeux, Paris : Vuibert, p. 243-269. Ouvrages - Michel BARABEL et O. Meier, La gestion internationale des ressources humaines, mars 2014, Dunod, CollectionTopos - Christoph BARMAYER et Marie-France WAXIN, Gestion des ressources humaines internationales, avril 2008, Liaison, Collection Entreprise et carrières. - D CAZAL-JM PERETTI-F QUIQUANDON (1990) "Vers un management international des ressources	



humaines ", Liaisons, Paris, 1990, 302 p.

- Geert Hofstede, "Vivre dans un monde multiculturel", Les éditions d'organisation. 1994.

- Disponible aussi : une fiche de lecture par Marie-Claude Bernard, Les fiches de lecture de la chaire D.S.O., CNAM

- Sylvie CHEVRIER, Le management interculturel, juin 2013, PUF Que Sais-je ?

Communications scientifiques

- « Management international et comparé - Bouillons de cultures, idées fixes », Journée du groupe thématique AGRH « GRH et mondialisation », Université de Fribourg, 2 juin 2006

- Frank Bournois, Christian Defelix, Didier Retour, Comment appréhender la gestion internationale des ressources humaines d'une entreprise ? proposition d'une grille d'analyse XIème congrès de l'AGRH

- Jean M. Trudel et Marie-Hélène Racine, La gestion des ressources humaines dans une organisation à vocation internationale : un défi pour la P.M.E.

- Articles de la Revue « Management international » – HEC Montréal

- d'Iribarne Philippe, Face à la complexité des cultures, le management interculturel exige une approche ethnologique (texte en français), printemps 2004, Volume 8 - Numéro 3 - Pages De 11 à 0

- Anne Bartel-Radic, La compétence interculturelle : état de l'art et perspectives, Été 2009, Volume 13 - Numéro 4 - Pages De 11 à 26

- Barmeyer Christoph_I., Styles d'apprentissage et management interculturel : Une étude comparée France - Allemagne - Québec (texte en français), Été 2006, Volume 10 - Numéro 4 - Pages De 1 à 14

- Pierre Philippe, Une internationale des cadres ou des cadres internationaux? (texte en français), Printemps 2004, Volume 8 - Numéro 3 - Pages De 55 à 0

Articles

- La gestion des ressources humaines et l'international, RH Info, 3 janvier 2016.



Titre UE/title UE : Droit social	Volume horaire : 18H
Enseignant /lecturer: Grégory BOUVIALA	
<p>Résumé de cours :</p> <p>Le droit du travail ne constitue pas le domaine réservé aux juristes, mais une compétence managériale à part entière. Tout manager doit pouvoir en intégrer les problématiques pour assurer la gestion « au quotidien » de ses équipes, pour sécuriser le déploiement des projets ou pour faire face aux situations imprévues.</p> <p>Une vision dynamique du droit du travail doit permettre d’appréhender cette matière complexe et évolutive comme un levier d’action, pour réguler les relations sociales dans l’entreprise, améliorer le climat social et finalement assurer une meilleure efficacité de la gestion individuelle et collective des ressources humaines.</p> <p>Objectifs pédagogiques:</p> <ul style="list-style-type: none">- Acquérir les connaissances de base en droit du travail, sa formation historique, ses fondements théoriques- Comprendre les enjeux, les difficultés de sa mise en œuvre au sein de l’entreprise, et les acteurs concernés- Etre capable de rechercher et de comprendre l’information, et d’assurer une veille juridique dans le domaine. Suivre l’actualité <p>Objectifs professionnels :</p> <ul style="list-style-type: none">- Comprendre l’impact du droit du travail dans la fonction de manager et/ou de responsable RH- Acquérir une maîtrise suffisante de la matière pour pouvoir gérer les ressources humaines constituant son équipe en assurant le respect de la législation sociale dans l’entreprise- Développer les méthodes permettant de sécuriser juridiquement les relations de travail, de prévenir et de faire face aux conflits, de négocier avec l’ensemble des interlocuteurs, de faciliter la résolution des problèmes rencontrés. <p>Moyens : 6 séances de 3 h.</p> <ul style="list-style-type: none">- commentaires de l’actualité- apports théoriques (power-point)- Exercices (jurisprudence / cas pratiques)	
<p>Plan du cours/ Contents:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Introduction<ul style="list-style-type: none">- le rôle du droit dans la régulation des rapports sociaux- L’étendue du droit social dans les relations du monde de l’entreprise- Les sources du droit du travail et la hiérarchie des normes- Les instances et compétences juridictionnelles2. La notion de contrat de travail<ul style="list-style-type: none">Le critère permettant la qualification du contrat de travail : le lien de subordinationLes caractéristiques générales du contrat de travailLes contrats voisins et la diversité des situations salariées3. La formation du contrat de travail<ul style="list-style-type: none">Le recrutement, les obligations liées à l’embauche et les conditions de validité du contrat	



Le choix du type de contrat de travail (CDI, CDD, interim, contrat de projet)
L'insertion / intégration dans l'entreprise (période d'essai)

4. L'exécution du contrat de travail

Modifications du contrat et/ou des conditions de travail

Le poste de travail et son niveau de qualification

Le lieu de travail et la mobilité

La durée et l'aménagement du temps de travail

Le salaire et les éléments de rémunération

Les aléas et imprévus : suspension, changement d'employeur, débauchage

5. La fin du contrat de travail

Les différentes fins possibles du contrat

La rupture d'un commun accord

La rupture unilatérale par le salarié

Le licenciement pour motif personnel

Le licenciement pour motif économique

L'emploi face aux restructurations et aux procédures collectives

Evaluation/Final examination (?)

- individuelle (100 %) : examen écrit (consultation, cas pratique ou commentaire de jurisprudence)

Mots Clés: droit du travail, contrat de travail, licenciement, fin du contrat de travail

Bibliographie

I) Bibliographie :

Liste indicative et non exhaustive

- J. PELISSIER, A. SUPIOT et JEAMMAUD, DT, Précis DALLOZ

- A. SUPIOT, Le droit du travail, éd PUF

- A. MAZEAUD, Droit du travail, Ed. Montchrestien

- F. FAVENNEC-HERY et P. Y. VERKINDT, Droit du travail, LGDJ

- F. GAUDU, Droit du travail, Dalloz

- C. RADE, Droit du travail, Montchrestien,

- J.E. RAY, DROIT DU TRAVAIL, DROIT VIVANT,

- J.M. VERDIER, A. COEURET, M.A. SOURIAU, Droit du travail, volume 1,

- Utiliser toujours le dernier code du travail à jour

Consulter les revues suivantes : JCP ed sociale Revue de droit social, Revue de jurisprudence sociale, revue pratique de droit social, Dalloz, Revue des contrats, Dalloz affaires, petites affiches, Gazette du palais, RTDciv et RTDcom

Syllabus

/ [sil(l)abys]

2019 – 2020

Master 2

Mention

Management Public

Parcours

Management des Universités et Technologies de l'Information



IAE MONTPELLIER
École Universitaire
de Management



Bâtiment 29
Place Eugène Bataillon
34 095 Montpellier
Tél. 04.67.14.38.65



SYLLABUS / Parcours MUTI

Informations générales

Contacts :

Responsable pédagogique :

Grégory BOUVIALA

gregory.bouviala@umontpellier.fr

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

Secrétariat pédagogique :

Sylvie CAMP

sylvie.camp@umontpellier.fr

Service scolarité :

Le service de scolarité de l'institut d'Administration des Entreprises (IAE) est ouvert tous les jours aux heures d'ouverture du bureau afin de répondre à vos questions concernant votre inscription administrative ou pédagogique, délivrer le scolpass ; certificat de scolarité. Il vous accompagne dans vos demandes de transfert de dossiers, de remboursement des droits d'inscription (en cas d'annulation ou d'exonération).

Vous trouverez sur le lien toutes les procédures relatives à vos démarches; accès ENT, Modalités de contrôles de connaissances, la charte des examens, procédure de redoublement, retrait de diplôme ou de duplicata.

Lien : [https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/scolarite /](https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/scolarite/)

Contact : scoliae@univ-montp2.fr

Service relations entreprises :

Lien privilégié entre les entreprises et les étudiants de l'IAE, le service des Relations Entreprises se tient à votre disposition pour répondre à vos besoins en termes de recrutement (alternance, stage, mission, emploi), d'échanges (organisation du stage-dating, conférences, concours de vente, gala...) et de partenariats.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/stages-iae>

Contact : iae-entreprises@umontpellier.fr

Service formation continue :

La Formation Continue s'adresse au public non étudiant : aux salariés du secteur public ou du secteur privé (CDD, CDI, Intérimaires...), aux professions libérales, aux chefs d'entreprise ainsi qu'aux personnes en recherche d'emploi souhaitant reprendre leurs études.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formation-continue>

Contact : iae-formationcontinue@umontpellier.fr



Service relations internationales :

Le service des relations internationales a pour mission de vous accompagner dans vos démarches liées à la mobilité internationale. Il vous conseille sur les destinations et type d'universités partenaires. Il assure le suivi de votre candidature et le choix des cours dans l'établissement d'accueil, et centralise également les informations sur les bourses de mobilité et les modalités de demande. Pour certains parcours la mobilité est obligatoire. Hors ces parcours obligatoires vous pouvez consulter la procédure de mobilité ou allez-vous renseigner directement auprès des collègues du service des relations internationales en vous connectant sur le lien.

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/institut/les-ri-a-l-iae>

Contact : ri.iae@um2.fr

L'espace numérique de travail (ENT) :

Un espace numérique de travail (ENT) désigne un ensemble intégré de services numériques choisis et mis à votre disposition pour les étudiants :

Les modalités d'accès à votre ENT sont disponibles via le lien suivant :

https://infoservices.umontpellier.fr/CUMDocENT/index_etu_activer_cpt.html

- **Moodle** : dépôts de mémoire / suivi de cours
- **Planning** : consultation de l'emploi du temps selon le parcours
- **Antiplagiat** : vérification plagiat avant dépôt de document
- **Ma scolarité** : relevés de notes.

Module réclamations :

Lien : <https://iae.umontpellier.fr/fr/etudiant/formulaire-reclamation>

L'alternance et la formation continue :

Les différents CFA présents à l'IAE :

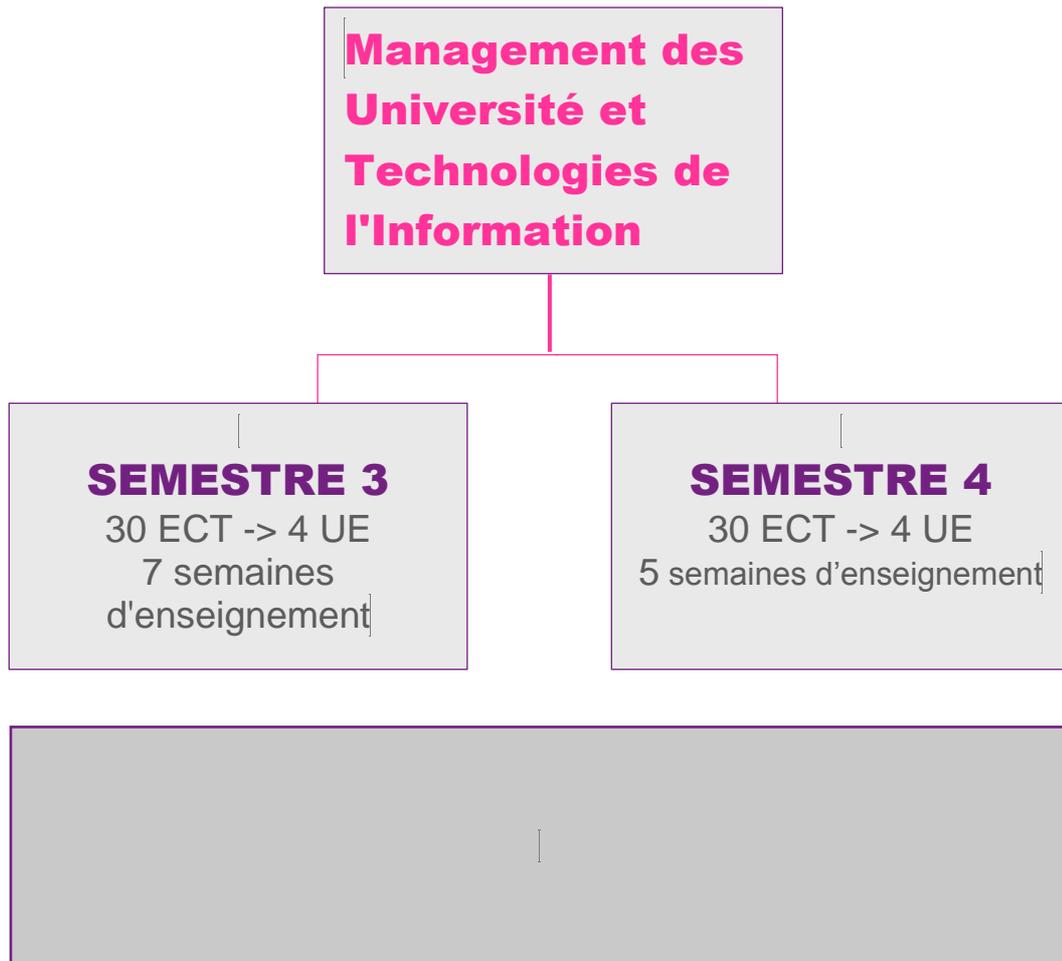
- CFA LR : <http://www.ensuplr.fr/>
- CFA Formaposte : <http://www.formaposte-mediterranee.fr/>
- CFA Difcam : <http://www.difcam.com/>

Pour toutes questions relatives au contrat d'apprentissage, merci de contacter le service Relations Entreprises : iae-entreprises@umontpellier.fr

- Pour toutes questions relatives au contrat de professionnalisation ou à la formation continue merci de contacter le service Formation continue : iae-formationcontinue@umontpellier.fr



ORGANISATION PEDAGOGIQUE DES SEMESTRES



CALENDRIER FORMATION :

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



FICHES SYLLABUS

Formation Continue - Apprentissage

Présentation et objectifs

Le Master Management des Universités & Technologies de l'Information permet d'acquérir des compétences de haut niveau afin d'appréhender les nouveaux modes de gouvernance des établissements d'enseignement et de recherche. Pointue et polyvalente, cette formation a principalement pour intérêt de professionnaliser l'utilisateur aux différents métiers de l'université, inspirée par des méthodes de gestion publique et innovante. Basé sur des méthodes de management reconnues et novatrices, ce diplôme permet à l'étudiant d'aujourd'hui de construire par son innovation l'université de demain.

Ce master d'une durée de deux ans est ouvert à la voie de l'apprentissage en deuxième année et à la formation continue. Accessible aux personnels titulaires, ce master permet de développer leurs parcours professionnels via la mise en place de préparation aux concours administratifs.

Conditions de sélection et profil des candidats

Titulaires d'un Bac+4, pour l'apprentissage et au moins d'un Bac+2 avec expérience professionnelle significative pour la formation continue.

Possibilité d'assister à des modules dans le cadre de la formation continue.

Sélection des candidats sur dossier et entretien.



Finalités du diplôme	
Objectifs (pédagogiques, scientifiques, professionnels)	<p>Acquérir des compétences de haut niveau, nécessaires aux nouveaux modes de pilotage des universités, aux moyens d'une formation en alternance pour les étudiants et d'une offre de formation continue du personnel des universités.</p> <p>Le contexte « post ESR » impose que les universités fassent appel à de nouvelles compétences difficiles à trouver, d'où la nécessité de former de jeunes cadres directement aux nouvelles missions des universités.</p> <p>Transcrites et modélisées autour des pratiques de l'entreprise, ce diplôme permet à l'usager de bénéficier d'une formation de pointe dans la gestion des technologies de l'information.</p> <p>Pointue et polyvalente, cette formation a principalement pour objectif de professionnaliser l'usager aux différents métiers de l'université par des techniques de gestion inspirées par le monde de l'entreprise et autres organismes privés.</p> <p>Basée sur des méthodes de management reconnues et novatrices, ce diplôme vise à permettre à l'étudiant d'aujourd'hui de construire par son innovation, l'université de demain.</p>
Compétences acquises (scientifiques, professionnelles, méthodologiques ...)	<p>Connaissance approfondie des institutions universitaires et leurs fonctionnements</p> <p>Connaissance des pratiques universitaires françaises et internationales</p>
	<p>Maîtrise des compétences de pilotage d'un établissement public</p> <p>Connaître les enjeux et les métiers universitaires</p> <p>Maîtriser l'ensemble des modèles de managements</p> <p>Connaître les divers processus de décision et leurs applications</p> <p>Savoir piloter et fédérer des équipes autour de projets</p> <p>Acquérir les connaissances de bases en matière juridique, budgétaire et comptable</p> <p>Maîtriser l'ensemble des outils de gestion et techniques de contrôle</p> <p>Savoir construire valoriser un projet de décision</p> <p>Savoir inventer, anticiper et innover</p>
Débouchés	a. Cadres des universités
	b. Directeur des services universitaires
	c. Chef de projets
	d. Manager de projets dans les TIC
	e. Chef de services dans les Etablissements publics

Recrutement	
Publics	
Formations	<p>Ce Master est ouvert à toute personne ayant acquis 240 ECTS ou un diplôme équivalent à un niveau bac +3 ou bac+4, principalement issue des filières scientifiques et technologiques ou ayant une première compétence significative (Universités, Grandes Ecoles).</p> <p>Personnel des universités en formation continue</p> <p>Besoins ponctuels(formation en termes de spécialisation).</p>



ORGANISATION DU PROGRAMME

Une semaine de cours par mois de septembre à juin inclus.

Un Rapport sur commande ou préparation d'une journée d'étude

Une Soutenances des mémoires en septembre.

Formation par apprentissage

2017 : exemples de missions exercées durant ce master :

Pilotage et contrôle de gestion à la direction des affaires financières.

Mise en œuvre des actions de formation et communication à la direction des études.

Recherche et conduite du changement à la direction de la recherche et des études doctorales.

Gestion prévisionnelle des emplois à la direction des ressources humaines.

Gestion administrative et juridique au service des affaires juridiques et institutionnelles.

Mise en place du Référentiel Offre de Formation au sein de l'université.

Mission d'ingénierie de la formation continue.

Formation continue

Possibilité de VAP et VAE sur dossier

Possibilité de rester sur son poste pendant la formation

PREPARATION CONCOURS ET PROJET PROFESSIONNEL

Intervenant : Lionel DORES

Préparation aux concours de la fonction publique (IRA, AENES, SAENES, IGE, ASI, TECH)



Semestre 3

UE 1 - Stratégie et Pilotage de l'enseignement supérieur et de la recherche

Titre / Title : UE1 Stratégie et pilotage de l'enseignement et de la recherche	Volume horaire/nb of Hours : 12h
Enseignant /lecturer : Philippe AUGER, Président de l'UM Bruno FABRE, professeur à l'IAE de Montpellier, VP CA de l'UM	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Introduction à l'organisation des Universités et du système d'Enseignement Supérieur et de Recherche Français Place des universités françaises vis à vis des grandes universités du monde Présentation et rôle des divers acteurs de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche (agences de moyens nationales et européennes, les instances d'évaluation, les grands organismes et les alliances,...)</p> <p>Comprendre les organisations internes des Universités dans le cadre des lois de l'enseignement supérieur</p> <p>Connaître les enjeux de la recherche et de l'innovation en France</p>	
Plan du cours/ Contents	
Evaluations / Assessment :	
Bibliographie :	



Titre / Title : UE1 Management stratégique et gouvernance des établissements publics	Volume horaire/nb of Hours : 30 h
Enseignant /lecturer : Philippe PAILLET, SG adjoint en charge de l'enseignement supérieur rectorat Thierry BEGUE, CROUS et ancien DGS UM3	
Objectifs du cours/Learning objectives: Connaître les enjeux et méthodes du pilotage des activités dans les organisations de l'enseignement supérieur et de la recherche. Retour d'expérience sur le pilotage administratif et mode de décision d'un EPSCT Initiation aux méthodes de pilotage et à leurs outils. Mise en œuvre de ces outils au travers des cas pratiques tirés de situations réelles a l'Université	
Plan du cours/ Contents :	
Evaluations / Assessment : 2 écrits de 2h	
Bibliographie :	



UE 2 – Audit gestion budgétaire et finance

Titre / Title : UE2 Contrôle de Gestion	Volume horaire/nb of Hours 18 h
Enseignant /lecturer: Christine MARSAL, MCF IAE Montpellier	
Objectifs du cours/Learning objectives: Problématique du calcul de coût Typologie des charges Centres d'analyse et calculs de coûts La démarche budgétaire : Budgétisation (investissement, financement, trésorerie) et contrôle budgétaire Le pilotage de la performance : Tableaux de bord, tableaux d'analyse des charges ...	
Plan du cours/ Contents	
Evaluations / Assessment : Contrôle continue	
Bibliographie :	



Titre / Title : UE2 Gestion budgétaire et comptable	Volume horaire/nb of Hours : 18h
Enseignant /lecturer: Thierry BEGUE, CROUS et ancien DGS UM3 Patrick DIEZ, chef du service budget , Université de Montpellier	
Objectifs du cours/Learning objectives : Constitution d'un budget universitaire Modalité d'exécution et d'évaluation Analyse de la réglementation comptable et financière	
Plan du cours/ Contents :	
Evaluations / Assessment : 1 écrit de 2h	
Bibliographie :	



Titre / Title : UE2 Gestion des ERP	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: Céline AVERSENG	
Objectifs du cours/Learning objectives: Maîtrise de l'interface SAP-SIFAC	
Plan du cours/ Contents : Introduction aux PGI Qu'est-ce qu'un Progiciel de Gestion Intégrée (Enterprise Resource Planning) ? Quelles sont les problématiques liées à son implantation. Le principe de la modularité dans un PGI : l'exemple de SAP Mise en situation à l'aide de scénarios (processus de vente, d'approvisionnement, fiches produits, clients, fournisseurs...) ; introduction au contrôle de gestion sous SAP.	
Evaluations / Assessment : écrit 1h	
Bibliographie :	



Titre / Title : UE2 Gestion et financement des unités de recherche	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: Mylène GUEYDAN	
Objectifs du cours/Learning objectives:	
Plan du cours/ Contents (12 séances de 3 h):	
Evaluations / Assessment : un oral	
Bibliographie :	



UE 3 – Gestion juridique des établissements d'enseignement supérieur et de la recherche

Titre / Title : UE3 Droit et statuts des personnels de l'ENSR	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: Stéphanie DELAUNAY IGR-présidente du réseau Jurisup, UM3	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Depuis plusieurs années émerge un « droit de l'enseignement supérieur », au sein duquel des dispositions juridiques spécifiques se font jour. L'unité d'enseignement introduction au droit, contentieux publics, et gestion et pratique du droit universitaire a pour objectif de donner aux futurs ou actuels personnels d'encadrement de l'enseignement supérieur les bases juridiques fondamentales. Après une introduction au droit, les étudiants apprendront à comprendre et analyser les textes juridiques qu'ils auront à utiliser dans leur pratique professionnelle. Ils sauront situer les universités dans le paysage juridique français, en tant qu'établissement public national à caractère administratif.</p> <p>Un panorama de l'ensemble des droits applicables à l'enseignement supérieur leur permettra d'une part d'avoir une vision globale du droit applicable et d'autre part de savoir où trouver les informations qui leur seront nécessaires en tant que manager de service ou personnel de niveau supérieur. Dans un deuxième temps seront abordées la gestion et la pratique du droit des universités, d'un point de vue thématique. Après une étude approfondie des missions des universités et leur mode de gouvernance seront analysés successivement, les principales règles applicables dans la vie institutionnelle, la vie étudiante et la vie des personnels.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents (12 séances de 3 h):</p> <p>Comment comprendre et décrypter les textes juridiques (Hiérarchie des normes) Comment comprendre et décrypter les textes juridiques (application à l'enseignement supérieur).Et rôle de l'encadrement dans le respect de la bonne pratique administrative (règle communication administrative, règles d'accès aux documents administratifs) Contentieux (L'organisation de la justice et juridictions compétentes pour l'enseignement supérieur) Contentieux (prévention) Pratique administrative : Délégations de signature et de pouvoir, conventions (signatures), procédures internes</p>	
Evaluations / Assessment : 1 écrit de 3h avec l'ECUE Technique contractuelle et gestion des contentieux	
Bibliographie :	



Titre / Title : UE3 Technique contractuelle et gestion des contentieux	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: : Stéphanie DELAUNAY IGR-présidente du réseau Jurisup, UM3	
Objectifs du cours/Learning objectives: Analyser des règles juridiques propres aux universités, Axe et évolution juridique Savoir adapter les règles de droits aux missions des universités Organisation juridique et pilotage de la gouvernance universitaire	
Plan du cours/ Contents (12 séances de 3 h):	
Evaluations / Assessment : 1 examen de 3h commun avec ECUE « Droit et statuts des personnels de l'ENSR »	
Bibliographie :	



Titre / Title : UE3 Valorisation de la propriété intellectuelle et des brevets.	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: Stéphanie DELAUNAY IGR-présidente du réseau Jurisup, UM3	
Objectifs du cours/Learning objectives:	
Plan du cours/ Contents (12 séances de 3 h):	
Evaluations / Assessment : 1 écrit d' 1h30	
Bibliographie :	



Titre / Title : UE3 Commande publique et gestion des risques	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: Hélié GAIMBELOT	
Objectifs du cours/Learning objectives: - Savoir Monter des marchés publics - Savoir piloter un service d'achat	
Plan du cours/ Contents (12 séances de 3 h): - Initiation aux techniques de montage de marchés publics - Pilotage de la commande publique - Pilotage des process d'achats	
Evaluations / Assessment : 1 écrit d'1 heure	
Bibliographie :	



UE 4 – Gestion des ressources humaines

Titre / Title : UE4 Ressources Humaines et innovation	Volume horaire/nb of Hours 6h
Enseignant /lecturer: Anne LOUBES, Professeur RH IAE Montpellier	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <ul style="list-style-type: none">- Bien comprendre les mutations et l’institutionnalisation de la fonction ressources humaines.- Comprendre les problématiques actuelles de la GRH et plus spécifiquement en lien avec les pratiques dans les grands services publics.- Savoir mobiliser différentes grilles d’analyse de la GRH- Savoir mettre en place des entretiens d’évaluation- Savoir impliquer et motiver.	
<p>Plan du cours/ Contents :</p> <ul style="list-style-type: none">- Définitions et positionnement de la GRH- Histoire et contexte actuel de la GRH- Pratiques de GRH dans les grands services publics- Approches par les différents modèles de GRH	
Evaluations / Assessment :	
<p>Bibliographie :</p> <ul style="list-style-type: none">- Allouche & Sire : Ressources Humaines : une gestion éclatée -Economica, 1998- Chapitre 1 Nizet & Pichault : l’éclatement des modèles en GRH, l’explication par la contingence, son intérêt et ses limites- J. Brabet : Repenser la GRH, Economica 1993- Mercier E., Les pratiques de GRH dans les grands services publics : des spécificités liées au contexte économique, politique et social de la France, Congrès de l’AGRH, 2000.- D. Weiss et al. Ressources Humaines, 2ième édition, Editions d’organisation, 2003	



Titre / Title : UE4 Ressources Humaines et innovation	Volume horaire/nb of Hours 9h
Enseignant /lecturer: Isabelle BORIES-AZEAU, MCF AES UM	
Objectifs du cours/Learning objectives:	
<p>Plan du cours/ Contents :</p> <p>Les contours du New Public Management Définition du NPM Historique du NPM Emergence du NPM Fondements du NPM Logique du NPM Le NPM est transdisciplinaire L'enjeu du NPM : la sortie du modèle bureaucratique Les principaux changements induits par le NPM Du NPM à la NGP</p> <p>Les pratiques de GRH induites par la NPM Trois axes de la modernisation basée sur la GRH - Responsabilisation - Individualisation - Professionnalisation Le recrutement La rémunération La gestion des carrières L'évaluation</p> <p>Les critiques apportées au NPM Une tendance au « managérialisme » Une obsession du contrôle Une recherche de la normalisation systématique La problématique de l'évaluation Un modèle de GRH instrumental</p>	
Evaluations / Assessment :	
Bibliographie :	



Titre / Title : UE4 Gestion des RH dans les établissements d'enseignement supérieur	Volume horaire/nb of Hours 21h
Enseignant /lecturer : Gilles GUEVELLOU, RA fac de science, ancien DRH CNRS	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives :</p> <p>Gestion des Emplois et Métiers Baliser l'étendue des types de personnels gérés au sein des établissements et savoir qui fait quoi. Evoquer les modifications des missions des personnels dans le sillage de l'autonomie. En déduire de nouveaux enjeux pour la GRH</p> <p>Gestion de la Masse Salariale Appréhender la question de la masse salariale au regard des emplois. Comprendre l'influence des divers facteurs d'évolution de la masse salariale. En déduire les préceptes du pilotage de la masse salariale</p> <p>Commentaires : Le cours est scindé en deux séquences consécutives, logiquement articulées : d'abord connaître le substrat - les emplois, puis voir la question du pilotage de la masse salariale.</p>	
<p>Plan du cours/ Contents</p> <p>Gestion des Emplois et Métiers Métiers, corps, statuts : une cartographie des personnels des établissements d'Enseignement Supérieur et de Recherche (ESR) Ce qui change avec la LRU Cœur de métier, fonctions soutien et support : quelles dynamiques d'évolution ? En guise de bilan intermédiaire : enjeux à venir pour la GRH dans l'ESR.</p>	
Evaluations / Assessment : un écrit de 3 heures	
Bibliographie :	



Semestre 4

UE 5 – Management et appel à projet

Titre / Title : UE5 Management d'équipe	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: Damien VERHAEGHE : Directeur Général des services Université Claude Bernard-Lyon 1	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>présentation de la méthode d'audit et d'accompagnement d'une université par l'IGAENR Apport et applications</p> <p>Etude de la politique de site dans le cadre du PIA et de la loi de 2013 Comparaison, enjeux, avantages, faiblesses</p> <p>Etude sur les processus de fusion avec le détail de toute la méthodologie</p> <p>Etude de cas et mise en application d'une animation sur l'encadrement d'une organisation en plein changement.</p>	
Plan du cours/ Contents :	
Evaluations / Assessment : 1 écrit de 2h	
Bibliographie :	



Titre / Title : UE5 Valorisation internationale et appel à projet	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: : Christophe REMOND, directeur des relations internationales UM3 Patricia MINOUFLET, IAE	
Objectifs du cours/Learning objectives:	
<p>Plan du cours/ Contents :</p> <ul style="list-style-type: none">- Présentation des enjeux de l'activité internationale: quelle stratégie internationale?<ul style="list-style-type: none">- le développement de l'Espace européen de l'ESR et le développement international comme mission des EPSCP;- opportunités et enjeux liés à l'international (visibilité, attractivité, opportunités de mobilité sortantes, classements...).- Investissement dans les activités internationales: comment évaluer le retour sur investissement (qualitatif et quantitatif)?- L'Espace européen de la Recherche et de l'Enseignement Supérieur<ul style="list-style-type: none">- Historique (Processus de Bologne, modalités de mise en oeuvre, limites du dispositif);- Les enjeux aujourd'hui: reconnaissance de crédits et de diplômes, mobilité des chercheurs, attractivité.- Atouts et limites du volet Mobilité individuelle (KA1) du programme Erasmus+ (mobilité étudiante, de formation et d'enseignement).- Le financement international d'activités de formation et de recherche<ul style="list-style-type: none">- Présentation des principaux programmes (H2020 et E+);- Les points-clés des appels à projet: forme de financement, type d'activité financée, modalité de justification, notion de 'marge' ou 'recette' dans un projet, frais de gestion...- Points de vigilance pour s'assurer que l'engagement pris sur une convention de subvention est conforme aux réglementations applicables à l'établissement (rattachement des personnels impliqués à la structure, cas des UMR...).- Les coopérations de mobilité de crédits ou de mobilité diplômante<ul style="list-style-type: none">- Enjeux de la mobilité de crédits;- Enjeux de la mobilité diplômante (diplôme simple ou double-diplôme)- Cas particulier: les cotutelles de thèse.- L'engagement juridique par la convention de coopération internationale: légalisme et pragmatisme.- Le public international et la vie de campus: enjeux de l'intégration des étudiants, mise en place de dispositifs facilitateurs (cours de FLE, tutorat...).	



- Campus et formations délocalisées

- A quels besoins répondent ces délocalisations, à la fois pour l'établissement qui délocalise et pour celui qui reçoit la délocalisation? => analyse du contexte international et identification d'opportunités.

- La nécessaire prise en compte des capacités d'enseignement de l'établissement qui délocalise: jusqu'où aller sans dépouiller les formations en présentiel? => Lien avec les notions de RH pour les EC: notions d'heures de service et d'heures comp., notion de ratio d'encadrement des étudiants: est-on en sous-encadrement? en sur-encadrement?

- L'enseignement à distance: un formidable outil de projection internationale.

- L'organisation administrative pour soutenir l'activité internationale

- Réflexion sur les différents modes d'organisation administrative (centralisation ou délégation de l'activité RI entre l'établissement et les composantes).

- Conséquences sur la capacité de mise en oeuvre d'une stratégie.

Evaluations / Assessment : un écrit de 2 heures

Bibliographie :



UE 6 – Performance et gestion de projet

Titre / Title : UE6 Gestion de projet	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: Thierry BEGUE, CROUS et ancien DGS UM3	
Objectifs du cours/Learning objectives: <ul style="list-style-type: none">- Etre sensible à la question du CO- Comprendre la pluralité des approches théoriques- Intégrer les attentes et représentations des différents acteurs- Etre capable d'innover et s'approprier de nouvelles solutions managériales	
Plan du cours/ Contents : <ul style="list-style-type: none">- Le changement organisationnel (CO)- Modèles et compréhensions du CO- Savoir manager le changement et l'innovation	
Evaluations / Assessment : contrôle continu	
Bibliographie : D. Autissier, I. Vandangeon-Derumez (2007), Les Managers de Première Ligne et le Changement, Revue Française de Gestion. F. Pichault et E. Friedberg (2009), Gestion de changement : Perspectives théoriques et pratiques , De Boeck. R. Soparnot, (2005) L'évaluation des modèles de gestion du changement organisationnel : de la capacité de gestion du changement à la gestion des capacités de changement, Gestion, volume 29, n° 4.	



Titre / Title : UE6 Performance et projet	Volume horaire/nb of Hours 18h
Enseignant /lecturer: Laurence MACALUSO, IAE FRANCE	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Permettre aux étudiants d’appréhender les notions de stratégie et de performance dans les institutions de l’enseignement supérieur et de la recherche. Comprendre le mécanisme de déploiement de la stratégie et les outils de pilotage Comprendre les enjeux et les processus de l’évaluation</p> <p>Compétences managériales/Managerial competencies:</p> <ul style="list-style-type: none">Capacité à appréhender les notions de performance et de stratégie dans l’environnement de l’enseignement supérieur et de la recherche ;Capacité à repérer les acteurs nationaux et européens en charge de la performance et de la stratégie et de leur déploiement ;Capacité à comprendre les mécanismes de définition et de mise en oeuvre d’une stratégie ;Comprendre le processus évaluatif et l’amélioration continue. <p>Compétences techniques:</p> <ul style="list-style-type: none">Connaitre les différents outils stratégiques et opérationnels mobilisables au service de la stratégie et de la performance ;Savoir construire des outils de pilotage ;Savoir appréhender l’auto-évaluation et l’évaluation externe des institutions de l’enseignement supérieur et de la recherché.	
<p>Plan du cours/ Contents</p> <p>A– Emergence du concept de performance et des outils Définition Histoire de la performance La LOLF Les outils d’analyse de la performance</p> <p>B – De la stratégie à l’évaluation de la politique publique de l’ESR</p> <p>I - La stratégie des institutions de recherche et d’enseignement supérieur</p> <ul style="list-style-type: none">DéfinitionEtude de l’environnementLe diagnosticLes outils stratégiques (objectifs, indicateurs, projet et contrat de site) <p>II - La mise en œuvre de la stratégie Le déploiement du projet</p>	



Les outils de pilotage

III – L'évaluation

Le processus évaluatif

L'auto-évaluation

L'évaluation externe

Evaluations / Assessment : contrôle continu

Bibliographie :



UE 7 – Le rapport sur commande

Titre / Title : UE7 Le rapport sur commande	Volume horaire/nb of Hours
Enseignant /lecturer:	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>Le "rapport sur commande d'une administration" est un exercice bien spécifique qui répond aux besoins de professionnalisation de la formation dispensée aux futurs cadres que sont les étudiants du master.</p> <p>Les usagers se trouvent confrontés à des problèmes réels rencontrés dans les universités, problèmes qu'il leur faut étudier, dans toutes leurs dimensions, analyser et pour lesquels, enfin, il leur est demandé de proposer des réponses opérationnelles. Les administrations commanditaires bénéficient ainsi d'un regard sur leurs pratiques, leurs modes d'organisation, leurs problèmes extérieurs et intérieurs.</p> <p>Lors des deux dernières années, les étudiants ont du conceptualiser et monter des journées d'études.</p> <p>2017 : Universités et Territoires 2018 : Université et Numérique</p>	
Plan du cours/ Contents :	
Evaluations / Assessment : Travaux de groupe. Soutenance collective	
Bibliographie :	



UE 8 – Mémoire professionnel

Titre / Title : UE8 Le mémoire professionnel	Volume horaire/nb of Hours
Enseignant /lecturer:	
<p>Objectifs du cours/Learning objectives:</p> <p>La Réalisation d'un mémoire professionnel sur une des thématiques de la formation ou de la recherche, en rapport avec une des missions effectuées dans le cadre de son univers ou projet professionnel.</p> <p>La soutenance orale Le mémoire professionnel doit se concevoir comme un projet qui nécessite d'être présenté oralement pour convaincre les parties prenantes (administration - enseignants) de sa pertinence. La soutenance doit, en particulier, permettre :</p> <ul style="list-style-type: none">la mise en avant des éléments les plus importants (synthèse et non « résumé »),la clarification des sujets complexes,la valorisation du travail effectué. <p>La soutenance orale est évaluée à partir des critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">présentation de l'étudiant, élocution...qualité des supports audiovisuels,qualité de synthèse de l'exposé : efficacité pour présenter clairement et en peu de mots un sujet long et complexe,respect du temps imparti (20 minutes d'exposé),clarté des réponses aux questions posées, ouverture et souplesse d'esprit. <p>Il est important de savoir se détacher du mémoire professionnel afin de rendre l'exposé plus intéressant (sans cependant faire un hors sujet).</p> <p>La durée totale de la soutenance (exposé, discussion avec le jury) est d'une heure</p> <p>Méthodologie de mémoire : Céline AVERSENG 12h</p>	
Plan du cours/ Contents :	
Evaluations / Assessment : Travaux de groupe. Soutenance collective	
Bibliographie	