

Ce descriptif de cours est donné **à titre indicatif** et est susceptible d’être modifié selon les besoins de formation des étudiants. Il prend appui sur le référentiel de compétences en licence (MESR 2012).

### **Objectifs de la formation en gestion**

*Offrir aux étudiants les connaissances nécessaires pour comprendre la situation et les décisions de l’entreprise dans son environnement politique, juridique, économique et culturel. Connaître le fonctionnement des organisations et les outils de leur gestion grâce à des enseignements, notamment :*

- *de gestion : comptabilité générale et analytique, contrôle de gestion, finance, marketing, gestion des ressources humaines, gestion de production, éthique et responsabilité sociale de l’entreprise, stratégie, système d’information ;*
- *d’économie : économie internationale, économie monétaire et financière, histoire des faits économiques, microéconomie ;*
- *de disciplines connexes : droit des affaires, droit social, droit fiscal, sciences humaines et sociales (sociologie, psychologie, histoire), théorie des organisations, statistiques, mathématiques, informatique appliquée à la gestion, langues étrangères et notamment l’anglais.*

## **Semestre 3**

### **UE 1 : Outils et méthodes**

#### **Anglais des affaires : 15 h TD**

---

Le cours d’anglais vise à développer les capacités des étudiants à s’exprimer en anglais. Il doit permettre aux étudiants : 1) de comprendre des documents écrits ou oraux traitant du monde des affaires et des questions économiques et sociales, 2) de s’exprimer sur ces thèmes, 3) d’approfondir leur connaissance de la culture et des institutions anglo-saxonnes et 4) de consolider et d’approfondir leurs connaissances lexicales et grammaticales. Les étudiants travaillent sur des documents écrits, audio ou vidéo qui traitent de thèmes variés.

#### **Statistiques : 18 h CM et 12 h TD**

---

*Le cours de statistiques appliquées à la gestion vise à développer les compétences des étudiants en termes d’analyse statistique et, en particulier, à les familiariser avec la notion d’inférence. À son issue, les étudiants doivent être capables de réaliser et d’interpréter une étude de marché simple, de faire des tests de détection de fraude, de tester la qualité d’une chaîne de production, de prendre des positions sur les marchés financiers en considérant les risques associés... Le programme comprend :*

- une introduction à l’analyse statistique inférentielle (estimations ponctuelle et par intervalle de confiance, et tests de différence et de valeur de moyennes, variances et proportions)
- une familiarisation à l’analyse de variance et aux tests associés à la régression linéaire simple
- l’utilisation des tests du chi-deux : adéquation, indépendance, homogénéité
- des probabilités : lois usuelles et utilisations en gestion (Bernoulli, binomiale, Poisson, géométrique, hypergéométrique, normale, exponentielle, Student, Chi-deux, Fisher)
- un approfondissement au dénombrement des résultats possibles d’une expérience : p-listes, permutations, arrangements, combinaisons...
- une application informatique par le truchement de fonctions Excel et la création de programmes sous le logiciel R

---

## **UE 2 : Culture générale**

### **Droit des affaires : 24 h CM**

*La cours de droit des affaires vise à donner les bases de l'enseignement juridique de l'entreprise.*

- Droit commercial
- Droit de la distribution et de la consommation
- Droit de la concurrence
- Droit des entreprises en difficultés
- Droit des sociétés

### **Théorie des organisations : 24 h CM**

*L'objectif du cours est de permettre aux étudiants de se familiariser avec le management dans les organisations. Il est aussi de faire le lien entre les pratiques et la théorie.*

- Introduction à la théorie des organisations (entre déterminisme et actionnisme)
- Le contexte actuel (modernité, économie de l'immatériel, réactivité)
- Les acteurs de l'organisation (coûts d'agence, théorie des contrats)
- La gouvernance de l'organisation (définitions, modes de gouvernance)
- L'organisation des organisations (Taylorisme, relations humaines, contingence structurelle, constructivisme).

## **UE 3 : Economie**

### **Macroéconomie : 18 h CM et 10 h TD**

*L'objectif est de poursuivre la formation de l'étudiant à la macroéconomie, ses principes, ses méthodes et ses enjeux.*

- Introduction (rappel de la macroéconomie Keynésienne)
- Eléments comptables et analyse des relations macroéconomiques en économie ouverte (balance des paiements, balance courante, déséquilibres mondiaux, ...)
- Extension de la logique IS LM en économie ouverte : le modèle de Mundell-Fleming
- Extension de la logique IS LM à prix flexibles : le modèle offre globale / demande globale
- Inflation et chômage (courbe de Phillips, vision des monétaristes, Nouvelle Economie Classique)
- La Nouvelle Economie Keynésienne (NEK)

### **Economie européenne : 24 h CM**

*L'objectif du cours est de permettre aux étudiants de comprendre les mécanismes de la construction européenne et ses principaux enjeux.*

En guise d'introduction le cours retrace les grandes étapes de la construction européenne. Puis il se décompose en trois parties, la construction européenne vue à travers :

- l'intégration commerciale (les grandes théories du commerce international, les conditions favorisant l'ouverture commerciale, ...)
- l'intégration financière (les évolutions du système monétaire international, le serpent monétaire, le Système Monétaire Européen, la création de l'euro, la crise, ...)
- l'intégration politique (les grandes notions politiques de l'intégration européenne, les grandes instances européennes et leurs dirigeants).

## **UE 4 : Gestion**

### **Comptabilité générale : 18 h CM et 12h TD**

---

*L’objectif est de poursuivre la formation de l’étudiant à la comptabilité générale, ses principes, ses méthodes et ses enjeux.*

- Les subventions
- Les opérations de trésorerie
- Les opérations d’inventaire (amortissements, dépréciations, provisions, ajustement)
- La normalisation européenne (IAS/IFRS)

### **Marketing : 18 h CM**

---

*La première partie du cours vise à appréhender les objectifs de la démarche marketing et le contenu de la discipline. La seconde partie cherche à identifier les caractéristiques d’un marché et à expliciter les concepts clés de la stratégie marketing : segmenter, cibler, positionner, construire une marque forte. La troisième partie appréhende l’ensemble des éléments de l’offre commerciale (le produit, le prix, la distribution, la communication).*

- Introduction et exemples de produits
- Les fondements du marketing (concepts, environnement)
- Capter les tendances du marché (comportement du consommateur, études de marché)
- Etablir une relation avec le consommateur (segmentation, ciblage)
- Construire une marque forte (positionnement, stratégie de marque)
- Construire une offre cohérente (politique de produit et de prix)
- Organiser l’accès à la valeur (politique de distribution)
- Communiquer la valeur (politique de communication)
- Assurer la croissance à long terme (enjeux, métiers du marketing)

## **UE 5 : Gestion**

### **Introduction à la GRH : 18 h CM**

---

*L’objectif du cours est de proposer une vision d’ensemble de la fonction et du management des ressources humaines. Il vise notamment à permettre à chaque étudiant d’acquérir une culture générale mobilisable dans la poursuite de ses études et dans sa vie professionnelle, fournir des repères théoriques et pratiques fondamentaux pour l’apprentissage de la GRH et informer sur les parcours universitaires possibles et les débouchés envisageables dans le domaine de la GRH .*

- Présentation de la Fonction Ressources Humaines Vue d’ensemble : missions et fonctions, défis et enjeux actuels, Outils de pilotage social
- L’organisation de la Fonction RH en entreprise et les métiers en GRH
- Exemple de pratique : Le recrutement
- La Responsabilité Sociale de l’Entreprise (RSE)
- Les Relations Sociales

### **Entreprenariat : 24 h CM**

---

*L’objectif du cours est de sensibiliser les étudiants aux spécificités des PME ou des TPE. Le cours se composera d’apports théoriques illustrés par des exemples, ainsi que de travaux à réaliser par équipe et à présenter à l’ensemble des participants.*

- L'univers de la PME en France et en Bourgogne
- La création d'entreprise, pourquoi ?
- Positionnement de l'offre de produits ou de service de la PME
- Le développement commercial de la PME
- Le choix de faire ou de faire faire
- Les ressources clés de la PME
- Le Business Plan

## Semestre 4

### UE 1 : Outils et méthodes

#### Anglais des affaires : 15 h TD

---

Le cours d'anglais vise à développer les capacités des étudiants à s'exprimer en anglais. Il doit permettre aux étudiants : 1) de comprendre des documents écrits ou oraux traitant du monde des affaires et des questions économiques et sociales, 2) de s'exprimer sur ces thèmes, 3) d'approfondir leur connaissance de la culture et des institutions anglo-saxonnes et 4) de consolider et d'approfondir leurs connaissances lexicales et grammaticales. Les étudiants travaillent sur des documents écrits, audio ou vidéo qui traitent de thèmes variés.

#### Informatique : 20 h TD

---

À l'issue de la licence, l'étudiant doit disposer du C2i (certificat des compétences informatique et internet). Pour cela, il doit notamment avoir une maîtrise du Pack Office (Word, Excel, PowerPoint...), certains de ces outils étant vu par ailleurs (Excel en Statistiques par exemple).

#### Projet professionnel de l'étudiant : 12 h TD

---

L'objectif de ce cours est d'amener chaque étudiant à préciser son projet professionnel. En L2, les étudiants travailleront sur l'adéquation entre leurs motivations, une formation et un métier.

### UE 2 : Culture générale

#### Droit des biens et des contrats : 24 h CM

---

*Le cours de droit des biens et des contrats vise à donner les bases du droit commercial.*

- Les biens et la notion de patrimoine
- La notion d'acte juridique et la formation d'un contrat
- Les effets d'un contrat et la responsabilité contractuelle
- La notion de fait juridique et les principes de la responsabilité délictuelle
- La preuve

#### Psychologie des organisations : 18 h CM

---

*L'objectif du cours est d'initier les étudiants à la psychologie sociale des organisations en s'appuyant sur les concepts de psychologie sociale présentés durant la première année*

- Modèles de la motivation, de la satisfaction et de l'implication au travail
- Justice organisationnelle (distributive, procédurale, interactionnelle)
- Styles de management et leur implication sur la performance

## **UE 3 : Economie & Gestion à l'international**

### **Analyse des marchés : 21 h CM**

---

*L'objectif du cours est l'étude des marchés et des comportements des entreprises sur ces marchés. Plus précisément, il s'agit de mettre l'accent sur l'interdépendance des entreprises et sur les relations qui existent entre la structure des marchés, la stratégie des firmes et leurs performances.*

- Le monopole (la firme qui a une bonne marque commerciale)
- Les autres situations de concurrence
- La tarification alternative du monopole
- L'intégration verticale des monopoles
- L'entrée sur un marché
- La lutte contre les monopoles de fait
- Les autres remises en cause du pouvoir de monopole

### **Management international des affaires : 21 h CM**

---

*L'objectif du cours est de permettre aux étudiants de comprendre le fonctionnement des firmes multinationales (origine, développement, stratégie, organisation, mode de croissance, ...) et de comprendre l'influence de la culture sur le management de l'entreprise (ses effets sur les perceptions, les interprétations et les actions de ses collaborateurs).*

- L'entreprise multinationale
- L'internationalisation des firmes
- La croissance des firmes multinationales
- La restructuration des firmes multinationales
- Culture d'entreprise et culture nationale
- Style de management et cultures nationales
- La diversité culturelle dans les entreprises et les conflits au sein des organisations

## **UE 4 : Gestion**

### **Comptabilité de gestion : 24 h CM**

---

*Le cours présente les principes de la comptabilité de gestion, avec des exercices appliqués.*

- Introduction à la comptabilité de gestion
- Méthode des coûts partiels (coûts variables, coûts directs, cout marginal)
- Méthode des coûts complets (dont principe ABC)

### **Diagnostic financier : 18 h CM et 12h TD**

---

*Le cours de diagnostic financier vise à initier les étudiants aux principaux concepts et outils de l'analyse financière.*

- Objet et principes de l'analyse financière (objectifs, sources, démarche, ...)
  - Analyse de la rentabilité (soldes intermédiaires de gestion, capacité d'autofinancement, ...)
  - Analyse du risque de perte (risque de perte, levier d'exploitation, levier global, levier financier)
  - Analyse du risque de faillite (bilan patrimonial, analyse fonctionnelle, analyse dynamique)
-

---

## **UE 5 : Gestion/ Parcours Management ou Parcours CCA**

### **Stratégie : 21 h CM**

*L’objet de ce cours est la compréhension de la stratégie des organisations. Le programme parcourra les notions de diagnostic stratégique avec des éléments comme le macro-environnement, l’industrie, l’organisation dans divers contextes. Une approche de la stratégie appliquée aux domaines concrets des organisations permettra de mettre en lumière des outils théoriques (BCG, PORTER, SWOT, DAS) dans des secteurs d’activité en pleine évolution.*

- Introduction
- L’analyse du macro-environnement (modèle PESTEL, méthode des scénarios)
- L’analyse de l’industrie (segmentation stratégique, DAS)
- Les facteurs clés de succès et la matrice des systèmes concurrentiels
- Les groupes stratégiques et les portefeuilles d’activité (matrices ADL, BCG et McKinsey)
- Les calculs de performance (RIO, DF, ...), l’analyse RBV, le modèle VRIN, ...

### **Communication et négociation : 18 h CM et 12h TD (parcours management)**

*L’objectif du cours est double. Il s’agit d’une part de poursuivre la formation sur les principes de la communication écrite et orale en entreprise commencée en L1. Et il s’agit d’autre part de commencer à initier les étudiants à la négociation commerciale (achats, ventes, négociation commerciale).*

Plus spécifiquement, les TD de négociation commerciale auront pour objectif de former les étudiants aux techniques de négociation commerciale (écouter, argumenter, répondre aux objections, etc.), sachant que savoir négocier est une compétence très utile pour toute sa vie professionnelle (ex : un chargé d’affaire en banque négocie avec ses clients, de même qu’un chef de secteur, etc.). De plus, cette formation constituera une bonne préparation aux entretiens en vue de l’obtention d’un stage.

### **Comptabilité générale avancée 1 : 18h CM et 12h TD (parcours CCA)**

*Approfondir les principes de la comptabilité générale.*

- Opérations en monnaies étrangères
- Effets de commerce
- Etat de rapprochement bancaire
- L’amortissement dérogatoire
- Révision comptable (avec lien fiscal)