

Ce syllabus de cours est donné **à titre indicatif** et est susceptible d'être modifié selon les exigences de formation des étudiants. Il prend appui sur la fiche RNCP 35924.

Objectifs de la formation en gestion

Permettre aux étudiants de comprendre les situations et les décisions des entreprises dans leur environnement économique, politique, juridique, et culturel. Connaître le fonctionnement des organisations et les outils de leur gestion à partir d'enseignements :

- 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, théorie des organisations ;
- de disciplines connexes : économie, droit, sciences humaines et sociales (sociologie, psychologie, histoire), statistiques, mathématiques, informatique, langues étrangères et notamment l'anglais.

Semestre 1

UE 1 : Informer et communiquer en contexte professionnel

Anglais des affaires : 15 h TD

Le cours d'anglais vise à développer les capacités d'expression en anglais des affaires. Les étudiants travaillent sur des documents écrits, audio ou vidéo qui traitent de thèmes variés.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre des documents écrits ou oraux traitant du monde des affaires et des questions économiques et sociales • S'exprimer sur ces thèmes • Approfondir sa connaissance de la culture et des institutions anglo-saxonnes • Consolider et approfondir ses connaissances lexicales et grammaticales 	<ul style="list-style-type: none"> • Contenu des documents étudiés (économie, gestion, société, monde anglo-saxon, etc.) • Fiches de vocabulaire et de grammaire

Les étudiants en parcours international suivent une LVII obligatoire eu Centre de Langues et de Cultures (soit anglais renforcé, soit langue du pays d'échange au 2^{ème} semestre).

Informatique : 6h CM et 12 h TD

Le cours d'informatique vise à développer les compétences numériques des étudiants de façon à ce qu'à l'issue de la L2, ils puissent disposer du PIX (certificat de compétences numériques).

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les outils numériques pour rechercher, vérifier, acquérir, gérer, traiter, produire et diffuser de l'information. • Respecter la loi, ainsi que les règles de sécurité et de bonne conduite, lors de l'utilisation et de la diffusion des informations. 	<ul style="list-style-type: none"> • Information et données • Communication et collaboration • Création de contenu • Protection et sécurité • Environnement numérique

UE 2 : Appréhender les enjeux des organisations

Droit des affaires : 24 h CM (parcours management)

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

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Identifier ce qui est légal ou pas de faire dans le cadre des activités de l'entreprise afin de mesurer les risques pris 	<ul style="list-style-type: none"> Droit commercial Droit de la distribution et de la consommation Droit de la concurrence Droit des entreprises en difficultés Droit des sociétés

Decision making in management : 24 h CM (parcours international)

The objectives of the course are: 1) to present the decision-making process, focusing on the management accounting/controlling function and its missions, and this in an international perspective, and, 2) to introduce basics in management.

Expected skills	Associated knowledge
<ul style="list-style-type: none"> Identify and analyse various management control problems in order to solve them 	<ul style="list-style-type: none"> Introduction: basics in Management Intercultural management & leadership Management and organization What is Management accounting / Management control? Cost accounting for beginners An insight of management control and decision making in foreign countries: USA, Japan, China, Germany, Sweden ...

Enjeux du développement durable : 24 h CM (parcours management)

L'objectif du cours est l'étude du concept économique de développement durable et de son application en management.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Expliquer comment et pourquoi l'entreprise doit prendre en compte le contexte environnemental dans ses choix stratégiques 	<ul style="list-style-type: none"> Le rôle des ressources naturelles dans la création de richesse Le développement durable : une notion multidimensionnelle L'intégration de l'homme dans son environnement, entre protection et développement La théorie des biens communs Les applications managériales L'intégration du développement durable dans le choix des entreprises

International Management : 24h CM (parcours international)

The objective of the course is to give students the tools needed to adapt and perform successfully in other business and countries.

Expected skills	Associated knowledge
<ul style="list-style-type: none"> Identify and analyze a cultural problem in business in order to solve it Adapt their attitudes and behavior to the cultural context Make an oral presentation, play role, understand a financial case in English 	<ul style="list-style-type: none"> Cultural lenses (differences, stereotypes...) Values of a culture, national or company Define effective intercultural communication Written communication in English Verbal communication in English (interviews, presentations...) Finance (budget negotiation outside of France) Current events

UE 3 : Assurer le pilotage comptable et financier de l'organisation

Jeu Investir en bourse : 6 h CM et 12h TD (parcours management)

L'objectif du cours est de mettre les étudiants en situation d'investisseurs financiers grâce à une salle des marchés reconstituée.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Mobiliser les principaux concepts de la finance des marchés à travers une mise en situation dans une salle des marchés reconstituée. 	<ul style="list-style-type: none"> Introduction aux marchés financiers Types de marchés Instruments financiers Notions de base en investissement Analyse fondamentale Analyse technique Gestion des risques Psychologie du marché

Principles of finance : 24 h CM (parcours international)

The course presents the main concepts and tools of corporate finance and financial markets.

Expected skills	Associated knowledge
<ul style="list-style-type: none"> Explain the specific nature of financial decisions, and in particular the link between profitability and risk Calculate simple financial indicators (actuarial valuation, ROI, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> The financial circuit The time value of money: actuarial valuation Arbitration and financial decisions Interest rates Evaluation of obligations The link between profitability and risk Evaluation of actions Financial analysis

Comptabilité générale 2 : 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.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Enregistrer les écritures les plus courantes et les opérations d'inventaire afin d'élaborer un bilan et un compte de résultats complets, selon les obligations légales. • Contrôler, analyser et interpréter un bilan et un compte de résultat complets établis selon les normes françaises. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les subventions • Les opérations de trésorerie • Les opérations d'inventaire (amortissements, dépréciations, provisions, ajustement) • La normalisation européenne (IAS/IFRS)

UE 4 : Assurer le développement commercial et humain de l'organisation

Etudes de marché : 18 h CM et 12h TD

Le cours d'études de marché vise à connaître, comprendre et savoir utiliser les principales méthodes d'études de marché, ainsi qu'à initier les étudiants à la recherche.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Rédiger une demande d'études • Rédiger un guide d'entretien • Rédiger un questionnaire • Mener une recherche bibliographique • Rédiger une synthèse d'étude 	<ul style="list-style-type: none"> • Le déroulement d'une étude de marché • Les études qualitatives • Les études quantitatives • La veille concurrentielle • Initiation à la recherche

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'analyses statistiques en les familiarisant aux tests d'inférence.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Reconnaître une loi discrète usuelle à partir d'une expérience aléatoire • Faire des calculs de probabilité sur les valeurs d'une variable aléatoire discrète ou continue • Estimer des paramètres à partir d'un échantillon et donner leur intervalle de confiance • Évaluer les risques en fonction de la taille de l'échantillon • Mettre en œuvre un test statistique 	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation des lois usuelles : Bernoulli, binomiale, Poisson, géométrique, normale, exponentielle, Student, Chi-deux • Introduction à l'estimation : estimation ponctuelle et par intervalle de confiance pour une proportion, une moyenne et un écart-type • Introduction à la théorie des tests : <ul style="list-style-type: none"> - tests paramétriques d'ajustement et de comparaison de proportions ou de moyennes - tests du chi-deux d'adéquation et d'indépendance

Marketing : 18 h CM

L'objectif du cours est d'initier les étudiants à la démarche marketing et au contenu de la discipline.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les caractéristiques d'un marché • Décrire les concepts clés de la stratégie marketing (segmenter, cibler, positionner, construire une marque forte) • Articuler entre eux l'ensemble des éléments de l'offre commerciale (les 4P) 	<ul style="list-style-type: none"> • 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)

GRH : 18 h CM

L'objectif du cours est de proposer une vision d'ensemble de la fonction et du management des ressources humaines.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Situer la fonction RH au sein de l'entreprise • Identifier les repères théoriques et pratiques fondamentaux pour l'apprentissage de la GRH • Décrire les parcours universitaires possibles et les débouchés envisageables dans le domaine de la GRH 	<ul style="list-style-type: none"> • 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

UE 5 : Se professionnaliser et s'engager

Entrepreneuriat : 24 h CM (parcours management)

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.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir un projet d'entreprise • Construire les grandes lignes d'un business plan • Faire un pitch de 7 minutes pour présenter son projet à un investisseur potentiel • Travailler en groupe 	<ul style="list-style-type: none"> • 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

European Entrepreneurship : 24 h CM (parcours international)

The aim of the course is to develop students analysis in the EU economic and social policy as well as entrepreneurship. The course will teach the students the knowledge and skills required to understanding the European entrepreneurship in interdisciplinary way.

Expected skills	Associated knowledge
<ul style="list-style-type: none"> • Understand how European entrepreneurship was established in an economy and public policy • Understand how do the European significant markets operate • Understand the relationship between European economy and society/culture • Build a mini-research project related with case study in the European entrepreneurship • Present a project within a workshop 	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to European entrepreneurship • Historical roots of the European economy • The EU policy towards SME's (2000-2030) and the European economy • Family business in Europe • Social entrepreneurship in Europe • European creative industry • Digital entrepreneurship in Europe • Self-employment in different European countries • Entrepreneurship- Regional diversity in Europe • European attitudes towards entrepreneurship and entrepreneurial style of life • European transnational entrepreneurship – Migration • The future of the European entrepreneurship-Conclusions

Projet professionnel de l'étudiant : 12 h TD

L'objectif de ce module est d'amener chaque étudiant à préciser son projet professionnel. En L2, les étudiants devront rencontrer et interroger au moins un professionnel de la fonction qui les intéresse. Ils devront ensuite présenter cette fonction à l'oral en 10 à 15 mn (avec l'aide de supports visuels).

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Savoir mener un entretien professionnel • Analyser et synthétiser un contenu, en faisant preuve d'esprit critique • Présenter à l'oral 	<ul style="list-style-type: none"> • Les métiers liés à la gestion et les aptitudes requises pour chacun d'eux.

Semestre 2 (parcours management)

UE 1 : Informer et communiquer en contexte professionnel

Anglais des affaires : 15 h TD

Poursuite du cours.

Communication et négociation : 18 h CM et 12h TD

L'objectif du cours est double. Il s'agit d'une part de poursuivre la formation sur les principes de la communication orale en entreprise commencée en L1. Et il s'agit d'autre part de commencer à initier les étudiants à la négociation commerciale (écoute active, argumentation, ...).

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Préparer et mener une négociation commerciale simple (Ecouter, s'adapter, argumenter, répondre aux objections, ...) • Rédiger une lettre commerciale • Faire un exposé devant une large audience 	<ul style="list-style-type: none"> • La négociation commerciale <ul style="list-style-type: none"> - Aspects généraux, - Préparation, - Déroulement de la négociation, - Suivi administratif de la négociation • La communication orale <ul style="list-style-type: none"> - Les différents types d'interventions, - La préparation de l'intervention, - Les piliers d'une prestation orale réussie, - L'art de la parole, - L'impact de la voix et du corps - Le charisme de l'orateur

UE 2 : Appréhender les enjeux des organisations

Stratégie : 18 h CM

L'objet de ce cours est la compréhension de la stratégie des organisations. Le programme parcourt les notions de diagnostic stratégique avec des éléments comme le macro-environnement, l'industrie, l'organisation dans divers contextes.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Analyser la situation stratégique d'une entreprise pour effectuer un diagnostic et proposer des plans d'action pertinents • Mobiliser à bon escient les principaux outils théoriques de l'analyse stratégique (BCG, PORTER, DAS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction • L'analyse de l'environnement externe • L'analyse de l'environnement interne • Diagnostic stratégique

Management international des affaires : 18 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, ...) ainsi que l'influence de la culture sur le management de l'entreprise (ses effets sur les perceptions, les interprétations et les actions de ses collaborateurs).

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Reconnaître et expliquer comment et pourquoi une entreprise s'internationalise, tant au niveau stratégique que structurel, Identifier les facteurs culturels à l'origine de son style de management, Repérer les éléments de culture nationale de la maison-mère à l'œuvre dans le management d'une firme multinationale Adapter son style de communication dans le cadre d'échanges professionnels avec des personnes de culture différente 	<ul style="list-style-type: none"> 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 3 : Assurer le pilotage comptable et financier de l'organisation

Principes de la finance : 18 h CM et 12h TD

Le cours présente les principaux concepts et outils de la finance d'entreprise.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Expliquer la nature spécifique des décisions financières, et en particulier le lien entre rentabilité et risque Calculer des indicateurs financiers simples (valorisation actuarielle, ROI, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Le circuit financier La valeur temps de l'argent : valorisation actuarielle Arbitrage et décisions financières Les taux d'intérêt Evaluation des obligations Le lien entre rentabilité et risque Evaluation des actions L'analyse financière

Contrôle de gestion 1 : 18 h CM et 12h TD

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

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Identifier les indicateurs et la méthode les plus pertinents pour évaluer la performance d'une entreprise Calculer ces indicateurs (coût variable, seuil de rentabilité, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> Introduction à la comptabilité de gestion Méthode des coûts partiels (coûts variables, coûts directs, cout marginal) Méthode des coûts complets (dont principe ABC)

UE 4 : Assurer le développement commercial et humain de l'organisation

Jeu de synthèse MKG/GRH : 3 h CM et 15h TD

Le cours met les étudiants dans une situation où ils doivent résoudre une problématique d'entreprise à la fois marketing et GRH.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Effectuer une analyse SWOT et faire des recommandations d'action Rédiger une annonce publicitaire Identifier un profil de poste Rédiger une annonce de recrutement 	<ul style="list-style-type: none"> Voir cours de marketing et cours de GRH.

Psychologie sociale des organisations : 18h CM

L'objectif du cours est de poursuivre la formation à la psychologie sociale commencée en L1, en se focalisant sur la psychologie sociale des organisations. Les étudiants comprendront comment les processus et les contextes affectent les individus.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Reconnaître et expliquer les implications des processus sociaux étudiés pour la compréhension du comportement humain Comprendre les principes fondamentaux de la motivation au travail Identifier les facteurs qui contribuent à la satisfaction, l'implication organisationnelle Reconnaître les composantes clés de l'intelligence émotionnelle et ses effets Comprendre le processus de stress (au travail), identifier les leviers de la gestion du stress 	<ul style="list-style-type: none"> Perception (d'autrui) et influence (sociale) Attitude et comportement (modèles prédictifs, satisfaction et implication au travail) Santé (comportement de santé) et santé au travail (intelligence émotionnelle, motivation, organisation positive, stress)

UE 5 : Se professionnaliser et s'engager

Stage (8 semaines) ou Entrep' ou Engagement étudiant ou Préprofessionnalisation aux métiers de l'enseignement

L'étudiant doit effectuer au choix soit un stage de 8 semaines minimum dans une organisation, soit participer aux Entrep', effectuer un Engagement étudiant ou suivre le module de préprofessionnalisation aux métiers de l'enseignement de l'INSPE. Il est à noter que les Entrep' et l'Engagement étudiant commencent en fait au 1^{er} semestre et durent toute l'année, même si l'évaluation compte pour le 2^{ème} semestre.

L'étudiant en parcours international suivra un semestre d'étude à l'étranger dans une université partenaire.