



# CATALOGUE DE COURS

2023-2024 Catalogue Bachelor 3 S6  
FR ECH



We believe  
in you<sup>TH</sup>

# SOMMAIRE

<i>BACHELOR PRESENTATION</i> .....	3
<i>French culture and society S2</i> .....	5
<i>Initiation à la recherche</i> .....	6
<i>Intercultural Management and Communication S2</i> .....	7
<i>EA Final report</i> .....	8
<i>Management challenge (IS)</i> .....	9
<i>Human resource practices (ECH)</i> .....	9
<i>International issues (ECH)</i> .....	10
<i>Mémoire de fin d'études</i> .....	11
<i>BD : Décisions d'achat</i> .....	12
<i>BD : Field Trip &amp; Expérience</i> .....	12
<i>BD : Management de la Relation Client</i> .....	13
<i>BD : Pilotage du Développement Commercial</i> .....	13
<i>Luxe/Premium : communication et image(s) de marques</i> .....	14
<i>Luxe/Premium : distribution, retail et merchandising</i> .....	15
<i>Luxe/Premium : expérience client, vente et services</i> .....	16
<i>Luxe/Premium : gestion opérationnelle de la marque ET introduction à l'histoire du Luxe</i> .....	16
<i>Business English S6</i> .....	17
<i>BACH 3 Chinois S6</i> .....	17
<i>BACH 3 Deutsch S6</i> .....	18
<i>BACH 3 Espanol S6</i> .....	18
<i>BACH 3 Français S6</i> .....	19
<i>BACH 3 Italiano S6</i> .....	20

# BACHELOR PRESENTATION

## BURGUNDY SCHOOL OF BUSINESS



Notre Bachelor en Management est un programme de 3 ans conçu pour vous apporter les compétences essentielles en management, marketing et business tout en développant vos compétences comportementales : agilité, ouverture d'esprit, créativité, esprit d'entreprise et pensée collective.

Choisir BSB, c'est choisir une immersion internationale, des connexions fortes avec le monde de l'entreprise, une pédagogie orientée Do et Learn. Notre modèle d'enseignement et notre équipe dédiée nous permettent d'apporter un soutien individuel à chaque étudiant.

Avec le programme **Bachelor in Management BSB** vous développez les compétences incontournables aux métiers du management et les **soft skills essentielles en entreprise** : agilité, ouverture d'esprit, créativité, esprit d'entreprendre, sens du collectif...

Immersion internationale, connexion forte au monde de l'entreprise, pédagogie fondée sur l'Active Learning... en choisissant le Bachelor BSB vous avez la garantie d'**accélérer votre employabilité** et de maximiser vos chances de réussite aux concours d'entrée en Master Grande École.

### UN DIPLÔME RECONNU EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL



Le Bachelor in Management BSB est visé Bac +3 par le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, et confère le Grade de Licence. Il donne accès à la poursuite d'études en Master Grande École (Bac +5).

BSB intègre aujourd'hui le cercle très fermé des Grandes Écoles de management détentrices des **trois accréditations internationales** de référence que sont AACSB, EQUIS et AMBA.

Semestre 6		Heures	Crédits ECTS
Langue vivante 1 S6 : Business English S6		15	2
Langue vivante 2 S6 : Français S6, Deutsch S6, Italiano S6, Espanol S6, Chinois S6		15	2
Management challenge S4 (IS)		12	2
Intercultural Management and Communication S2		21	4
French culture & society S2		21	4
International issues (ECH)		18	3
Human Resources practises (ECH)		18	3
Initiation à la recherche		30	18 ( 4 + 14)
Mémoire de recherche			
EA Final report			8
<b>Spécialisation</b>			
Business Dev (Dijon) - en Français	BD : Management de la Relation Client	39	4
	BD : Field Trip & Experience	33	3
	BD : Décisions d'achat	15	2
	BD : Pilotage du Développement Commercial	33	3
Luxe et Premiumisation (Dijon) - en Français	LP : Communication et image(s) de marques	36	4
	LP : Distribution, retail et merchandising	21	2
	LP : Expérience client, vente et services	21	2
	LP : gestion opérationnelle de la marque ET achats spécialisés	42	4
TOTAL S6		270	40

## SEMESTRE 6

- **Cours de tronc commun proposés :**  
Langues vivantes 1 et 2 / Management challenge (IS) / Intercultural management et Communication S2 / French Culture & society S2 / International issues (ECH) / Human Resources practises (ECH)  
Initiation à la recherche / Mémoire de recherche → modules liés qui ne peuvent pas être choisis indépendamment l'un de l'autre /  
EA Final report
- **Spécialisations :**  
2 spécialisations en français : Business Développement (4 modules) / Luxe et Premiumisation (4 modules).  
Attention : Pas de possibilité de mixer les cours de différentes spécialisations.

# French culture and society S2

**Volume horaire en face à face : 21**   **Charge de travail totale : 60**   **ECTS: 4**   **Semestre:**  
Spring

**Responsable du module :** TALPAIN Iryna

**Description:** A panorama of today's French culture and society: The family, work and employment, entertainment, religion, education, the institutions... A guided tour (Dijon or Lyon)

Each class: - a mix of lectures, discussions, role plays A 3-hour guided tour (Dijon or Lyon)

**Objectifs d'apprentissage:** At the end of this module, students will be able to understand the way the French society works, the values and beliefs held by the French, some of the people's idiosyncrasies and cultural differences between their native country and France.

**Méthodologie :** An interactive class: - lectures and discussions - guided tours - reflective writing ( a diary) - role plays As interactive as possible

**Démarche pédagogique:** Critical analysis. Discussion groups. Oral presentations. Debates. Simulations. Internet. Games. Free discussion around a theme

**Evaluations pédagogiques:**

Individual continuous assessment 50%

Individual continuous assessment 50%

# Initiation à la recherche

**Volume horaire en face à face : 30**   **Charge de travail totale : 30**   **ECTS: 4**   **Semestre :**  
Spring

**Responsable du module :** REBOUD Sophie

**Objectifs d'apprentissage:** Les objectifs d'apprentissage de ce module sont : (1) apprendre à formuler une problématique liée à une situation professionnelle et en lien avec la spécialisation choisie par les étudiant(e)s ; (2) mener des recherches bibliographiques et savoir différencier la nature des documents ; (3) exploiter la substance des documents et en retirer des éléments pertinents permettant de préciser la problématique et/ou d'y répondre ; (4) analyser le contenu d'un article scientifique et en faire une synthèse critique ; (5) structurer les idées pour former un plan détaillé articulé autour d'une revue de littérature et d'une partie appliquée ; (6) citer les divers documents en respectant les normes de présentation et la charte éditoriale BSB ; (7) présenter à l'oral différents livrables associés à la réalisation du mémoire faisant l'objet ou non d'une évaluation certificative. En suivant ce module, les étudiant(e)s développeront les compétences suivantes (cf Référentiel de compétences du Bachelor in Management) : - Savoir collecter de l'information, l'organiser, en évaluer la pertinence et la restituer - Faire preuve d'esprit de synthèse, savoir exercer son esprit critique et savoir argumenter - Savoir s'exprimer à l'écrit - Savoir s'exprimer à l'oral

**Démarche pédagogique:** La méthode choisie est une pédagogie active (active learning) impliquant les étudiants pendant les heures de cours et nécessitant un travail en amont et en aval des séances (lecture et visionnage de capsules vidéo, recherche documentaire). Le mémoire de Bachelor est un travail réalisé par équipe de trois ou quatre étudiant(e)s. Ces équipes d'étudiant(e)s sont suivies par un tuteur de mémoire qui est l'enseignant du groupe de module.

**Evaluations pédagogiques:**

Group continuous assessment - Collective oral presentation 40%

Individual continuous assessment - Individual executive summary 60%

# Intercultural Management and Communication S2

**Volume horaire en face à face : 21**   **Charge de travail totale : 60**   **ECTS: 4**   **Semestre :**  
Spring

**Responsable du module :** TALPAIN Iryna

**Description:** Foreign culture and communication: foreign students will be mixed in the class to share their experiences and are asked to understand other cultures. They can therefore approach intercultural management during the sessions through exercises and situations from other cultures. Main topics: Intercultural management, communication in a foreign culture and team building. Inclusive language. Cultural differences.

Each class: lectures, discussions, critical incidents, role plays, case studies, group communication via Teams, mini-tests & assignments via Forms A group project followed by a group presentation (e.g. a FlipGrid video) Topics: Culture shock, values and heroes, discrimination, cultural differences and communication in Management, Inclusive language, critical incidents in management, Diversity and how to manage it, etc

**Objectifs d'apprentissage :** To facilitate social integration of foreign students at BSB through a better understanding of the cultural differences between France and their home countries To increase awareness of differences among business people (values, customs, traditions, etc.) from other cultures to pave the way for successful intercultural management and communication To respect other cultures within an international context To make students more communicative in a foreign culture and team building To learn how to lead global organizations with a diversity of profiles To show the importance of inclusive language

**Démarche pédagogique:** Blended learning: a mix of traditional face-to-face classes (lectures, discussions, critical incidents, role plays, case studies) with online activities (all class materials, assignments and group communication are via Microsoft Teams + FlipGrid videos).

## **Evaluations pédagogiques:**

Individual continuous assessment 30%

Group continuous assessment 30%

Individual continuous assessment 40%

# EA Final report

**ECTS:** 8 **Semestre :** Spring

**Description:**

Le final report est une recherche thématique et une analyse sur un sujet en relation avec les disciplines académiques qui ont été étudiées dans le programme de Bachelor à Burgundy School of Business. Il est considéré comme la conclusion du cursus Bachelor en marketing, management et commerce international. Il doit être réalisé avec des références académiques pertinentes et des exemples d'expériences d'entreprises.

**Objectifs d'apprentissage :**

Les objectifs d'apprentissage sont les suivants :

- Etre capable de faire une synthèse professionnelle en relation avec les disciplines académiques étudiées sur le programme bachelor
- Collecter et analyser de l'information à partir de sources académiques
- Trouver et analyser des exemples en entreprise
- Analyser et comprendre les entreprises à la lumière des connaissances acquises sur le cursus bachelor
- Savoir faire une synthèse en mettant en perspective les acquis théoriques dans un contexte réel d'entreprise



## Management challenge (IS)

**Volume horaire en face à face :**12 **Charge de travail totale :** 12 **ECTS:** 2 **Semestre:** Spring

**Responsable du module :** AJDUKOVIC Ivan

**Prérequis :** Notions in finance, marketing, tax system et strategy.

**Description:** Online business simulation

In a team, define and adapt a firm's strategy in order to improve sells and profitability in a competitive environment

**Objectifs d'apprentissage :** Understand how a company works Understand relations between different dimensions of the same company Identify how competitors can affect your firm's performances Improve ability to take decisions Enhance teamwork and leadership Improve general skills 2, 3 and 4

**Démarche pédagogique :** 4 sessions of 3h

Teaching tools: Manual

Pedagogical methods: Simulations. Internet. Competition

**Evaluations pédagogiques :**

Group continuous assessment - Simulation game 35%

Group final exam - Collective dossier 15%

Individual final exam - Individual executive summary 50%

**Compétences :**

BACH GK 05 - To know the main digital and decision making tools

BACH GK 05.03 - To know and to know how to use decision making tools

## Human resource practices (ECH)

**Time volume (in hour):** 9 **Total student workload:** 18 **ECTS:** 3 **Semester:** Spring

**Module's Manager:** MONIER Hélène

**Pre-requisites:** Aucun

**Description:** Title : Human Resource Practices Course focused on management and HRM practices. Every manager is a local HR manager. As a future manager, you must practice local HRM practices. Active learning

**Learning objectives:** At the end of this course, the participants will have staged different management and HRM practices and will be able to debrief and analyze them. The practical application is completed by the writing of HRM incidents or situations.

**Methodology:** active learning and practices

Teaching tools: E-learning. Cases. Course support

Pedagogical methods: Oral presentations. Debates. Simulations

**Assessments:**

Group continuous assessment - Collective oral presentation 40%

Individual continuous assessment - Written exam 60%

**Skills:**

BACH GK 02 - To know the main concepts of entrepreneurship and strategic analysis

BACH GK 02.03 - Analyse human resources management practices

# International issues (ECH)

**Time volume (in hour):** 18 **Total student workload:** 18 **ECTS:** 3 **Semester:** Spring

**Module's Manager:** DITTER Jean-Guillaume

**Pre-requisites:** NA

**Description:** This course provides an overview of the major themes and issues within the field of geopolitics, allowing students to develop a broad understanding of the subject matter and its practical implications in the contemporary business world. Course objectives  
Develop an understanding of the concept of geopolitics, including its historical context, theoretical frameworks, and practical applications. Analyze and evaluate the complex interactions between geography, politics, and international relations in shaping geopolitical dynamics at the global, regional, and national levels.

Session 1 – Introduction: Definition of geopolitics, historical context, and theoretical frameworks  
Session 2 – Post-Brexit EU: Consequences of the United Kingdom's decision to leave the EU, including its impact on European integration and global alliances.  
Session 3 – The Ukraine crisis: Factors contributing to the conflict between Ukraine and Russia, including territorial disputes, energy interests, and geopolitical rivalries  
Session 4 – Global China: China's political and economic presence worldwide, current implications  
Session 5 – The USA: Domestic evolution and global presence, relationships with China  
Session 6 – The Indo-Pacific region: Strategic importance, power rivalries, and emerging alliances in the Indo-Pacific region

**Learning objectives:** Course learning goals  
Explain the key concepts of geopolitics, including its theoretical foundations and the contributions of major geopolitical thinkers.  
Critically examine various contemporary geopolitical challenges  
Develop research skills to gather and analyze relevant data, employ appropriate methodologies, and critically evaluate various sources in the field of geopolitics.  
Communicate effectively through written assignments, oral presentations, and class discussions.

## **Methodology:**

Teaching tools: E-learning. Cases. Course support

Pedagogical methods: Case studies. Researches. Oral presentations. Debates. Internet

## **Assessments:**

Group continuous assessment - Collective case study 40%

Individual final exam - Written exam 60%

# Mémoire de fin d'études

**ECTS:** 14 **Semestre :** Printemps

**Responsable du module :** REBOUD Sophie

**Description:** Le mémoire est un document écrit composé des éléments suivants : - Une introduction présentant le sujet, la problématique et le plan ; - Une première partie correspondant à une revue de littérature recensant de manière structurée les idées principales issues de documents variés notamment au minimum de trois ou quatre articles académiques ; - Une seconde partie appliquée mobilisant des ressources documentaires factuelles (éléments chiffrés, restitution d'expériences, description de situation professionnelle ou sectorielle) venant illustrer et mettre en perspective les idées avancées dans la première partie ; - Une conclusion rappelant la problématique et les principaux éléments de réponse apportés et proposant un regard critique sur la réalisation du travail (limites du travail, acquisition de connaissances et de compétences liées à ce travail) ; - Une bibliographie respectant les normes définies dans la Charte éditoriale (voir annexe 1) ; - Des annexes mentionnant des documents illustratifs. - La grille d'évaluation du mémoire

**Objectifs d'apprentissage :** La formation au diplôme de Bachelor in Management de Burgundy School of Business comprend une initiation à la recherche qui passe par la réalisation d'un mémoire de fin d'études. Ce travail répond à un double objectif d'apprentissage : - initier les étudiant(e)s à la recherche par la démarche demandée : formulation d'une problématique, identification et analyse de ressources documentaires dont des articles scientifiques, mise en relation d'informations de nature scientifique et de nature factuelle ; - développer une connaissance approfondie sur un champ professionnel donné correspondant au choix de spécialisation des étudiant(e)s. Plus précisément, les étudiant(e)s développeront les compétences suivantes (cf Référentiel de compétences du Bachelor in Management) : - Savoir collecter de l'information, l'organiser, en évaluer la pertinence et la restituer - Faire preuve d'esprit de synthèse, savoir exercer son esprit critique et savoir argumenter - Savoir s'exprimer à l'écrit - Savoir s'exprimer à l'oral

**Evaluations pédagogiques :**

Contrôle collectif continu - Présentation orale collective 40%

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 60%

## BD : Décisions d'achat

**Volume horaire en face à face : 15**    **Charge de travail totale : 30**    **ECTS: 2**    **Semestre Spring**

**Responsable du module :** CIAIS Virginie

**Prérequis :** Ensemble des compétences du cursus Bachelor

**Description:** Comprendre les attentes et techniques de l'acheteur ; donner aux étudiants accès à la connaissance des acteurs de la négociation : l'acheteur, responsable du processus d'achat et le vendeur, ambassadeur commercial de l'entreprise. L'ensemble des phases et des outils de la relation achat sont abordés dans ce cours, y compris la résolution des situations conflictuelles et la découverte de solutions gagnant-gagnant.

**Objectifs d'apprentissage :** Savoir négocier dans la fonction achat

**Evaluations pédagogiques :**

Group continuous assessment - Collective dossier 30%

Individual continuous assessment - Individual case study 70%

## BD : Field Trip & Expérience

**Volume horaire en face à face : 33**    **Charge de travail totale : 66**    **ECTS: 3**    **Semestre : Spring**

**Responsable du module :** CIAIS Virginie

**Prérequis :** Ensemble des compétences du cursus Bachelor

**Description:** Connaitre les différents métiers de l'intérieur.

Ce module amènera les étudiants à découvrir les différents métiers accessibles après leur diplôme autour d'interventions de professionnels, visites d'entreprise, d'interview de professionnels, etc...

**Objectifs d'apprentissage :** Savoir identifier les métiers existants

Outils : DVD - Video support. Course support. Company visit. E-learning

Méthodes pédagogiques: Oral presentations. Interviews. Methods & tools for self-analysis

**Compétences :**

Individual final exam - Individual oral presentation 100%

## BD : Management de la Relation Client

**Volume horaire en face à face : 39**    **Charge de travail totale : 78**    **ECTS: 4**    **Semestre :**  
Spring

**Responsable du module :** CIAIS Virginie

**Prérequis :** Ensemble des compétences du cursus Bachelor

**Description:** Accompagner le client dans le cadre d'un projet global.

Ce module permettra aux étudiants de comprendre la relation client dans sa globalité. Savoir identifier le contexte du besoin du client afin d'adapter l'offre commerciale. Avoir une vision globale du projet du client pour concrétiser un partenariat sur le long terme.

**Objectifs d'apprentissage :** Savoir négocier de manière complexe/globale

**Méthodologie:**

Outils : Cases. Course support

Méthodes pédagogiques : Case studies. Simulations

**Evaluations pédagogiques :**

Individual continuous assessment - Individual oral presentation 100%

## BD : Pilotage du Développement Commercial

**Volume horaire en face à face : 33**    **Charge de travail totale : 66**    **ECTS: 3**    **Semestre :**  
Spring

**Responsable du module :** CIAIS Virginie

**Prérequis :** ensemble des compétences du cursus Bachelor

**Description:** Améliorer les performances par la maîtrise du business plan commercial. Connaître l'ensemble des techniques permettant la conception et la réalisation d'un Plan d'Action Commerciale : le diagnostic, la segmentation, le ciblage des prospects, l'analyse quantitative des clients existants, l'analyse qualitative des clients existants, l'organisation de l'action des commerciaux. Les étudiants pourront en outre apprendre la gestion de la ressource "temps", avec l'optimisation des visites commerciales, la gestion du cycle de vente et de la progression des affaires, ainsi que la création et l'utilisation d'un tableau de bord opérationnel.

**Objectifs d'apprentissage :** - Savoir définir l'action commerciale - Connaître les paramètres de création et mise en œuvre d'un plan d'action commerciale

**Methodologie :**

Outils : Cases. Course support

Méthodes pédagogiques: Case studies. Oral presentations

**Evaluations pédagogiques :**

Group continuous assessment - Collective case study 30%

Individual continuous assessment - Written exam 70%

# Luxe/Premium : communication et image(s) de marques

**Volume horaire en face à face : 36** **Charge de travail totale : 108** **ECTS: 4** **Semestre :**  
Spring

**Responsable du module :** TAVILLA Valériane

**Objectifs d'apprentissage :** Ce cours permet de comprendre et d'établir le lien entre la stratégie marketing et la stratégie de communication, dans un objectif de création d'image de marque dans le luxe/premium. Il permet aux étudiants de comprendre la place de la communication dans le luxe/premium.

## **Méthodologie :**

Outils : E-learning. Manual. Cases. Course support

Méthodes pédagogiques : Case studies. Researches. Oral presentations. Teach

## **Evaluations pédagogiques :**

Group continuous assessment - Collective dossier 30%

Individual continuous assessment - Individual case study 70%

## **Compétences :**

BACH PS ML - To know and to know how to use of the techniques and tools required to exercise a profession in luxury and premium marketing

BACH PS ML 05 - To know the issues and tools for linking marketing and communication strategies and deploying a luxury or premium positioned brand.

# Luxe/Premium : distribution, retail et merchandising

**Volume horaire en face à face : 21**   **Charge de travail totale : 63**   **ECTS: 2**   **Semestre :**  
Spring

**Responsable du module :** TAVILLA Valériane

**Prérequis :** cours de marketing et de relation client - négociation commerciale

**Description:**

**Objectifs d'apprentissage :** comprendre et maîtriser les enjeux et les outils liés à la distribution et à l'aménagement du point de vente, dans le cadre d'une direction marketing et commerciale appliquée à un positionnement différenciant.

**Methodologie :**

Outils: E-learning. Manual. Cases. Course support

Méthodes pédagogiques : Case studies. Researches

**Evaluations pédagogiques :**

Group continuous assessment - Collective case study 30%

Individual continuous assessment - Individual case study 70%

**Compétences :**

BACH PS ML - To know and to know how to use of the techniques and tools required to exercise a profession in luxury and premium marketing

BACH PS ML 02 - To know the challenges and tools related to distribution and the development of a point of sale and to know how to apply them to a differentiating strategic positioning

## Luxe/Premium : expérience client, vente et services

**Volume horaire en face à face : 21**   **Charge de travail totale : 63**   **ECTS: 2**   **Semestre :**  
Spring

**Responsable du module :** TAVILLA Valérieane

**Prérequis :** cours de marketing et de relation client - négociation commerciale

**Description:** connaître les codes et les attentes du luxe en termes d'expérience et d'accompagnement du client. Comprendre et établir le lien entre la stratégie marketing, le plan d'action commerciale et la place du client appliqué à un positionnement différenciant.

**Objectifs d'apprentissage :** ce cours offre une vision du marketing des services de la relation client et de la vente appliqués aux stratégies luxe et premium

**Methodologie :**

Outils : E-learning. Cases. Course support. Work

**Evaluations pédagogiques :**

Group continuous assessment - Collective case study 30%

Individual continuous assessment - Individual case study 70%

**Compétences :**

BACH PS ML - To know and to know how to use of the techniques and tools required to exercise a profession in luxury and premium marketing

BACH PS ML 01 - To know the issues and tools related to customer experience and to know how to apply them to a specific environment/market

## Luxe/Premium : gestion opérationnelle de la marque ET introduction à l'histoire du Luxe

**Volume horaire en face à face : 42**   **Charge de travail totale : 126**   **ECTS: 4**   **Semestre :**  
Spring

**Responsable du module :** TAVILLA Valérieane

**Prérequis :** cours de marketing

**Description:** Deux blocs de 21h chacun, bloc 1 gestion opérationnelle de marque (offre, etc.) ET bloc 2 introduction à l'histoire du luxe

**Methodologie:**

Outils : E-learning. Manual. Cas. Course support

**Evaluations pédagogiques :**

Individual continuous assessment - Individual case study 50%

Individual continuous assessment - Individual case study 50%



## Business English S6

**Volume horaire en face à face :** 15 **Charge de travail totale :** 60 **ECTS:** 2 **Semestre :** Printemps

**Responsable du module :** TALPAIN Iryna

**Description:** The S6 course is designed to help students develop communication and different Business language skills + exam preparation for MGE (optional module, no credits)

Each class: - a mix of selected Ted Talks with a follow-up discussion or real case studies (group work) - a mix of listening, reading activities - grammar based on needs Homework: - is optional on Global Exam and/or assigned by teachers

**Objectifs d'apprentissage :** Objectives of this course: To improve speaking skills To improve active listening skills To lead a discussion focusing on essential information in an interactive way To follow oral information given and actively participate in the subsequent exchange of knowledge To build up business vocabulary, To be prepared for the MGE entry exams

**Démarche pédagogique :** Blended learning: face-to-face classes with Microsoft Teams assignments via Forms + online self-study (an online language platform, Global Exam) + tailor-made coaching via Microsoft Teams based on students' needs & online tracking Individual and group work. Discussions/debates. Real case studies.

**Evaluations pédagogiques :**

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

**Compétences :**

BACH GK 08 - Savoir s'exprimer dans des langues étrangères

BACH GK 08.01 - Savoir s'exprimer dans un contexte professionnel en anglais

## BACH 3 Chinois S6

**Volume horaire en face à face :** 13.5 **Charge de travail totale :** 60 **ECTS:** 2 **Semestre :** Printemps

**Responsable du module :** GRUNZIG Ina

**Description:** L'approche de la matière se fera de multiples façons: textes inconnus, exercices d'audition, supports visuels, bandes sonores, BD, vidéo, etc. Chaque leçon aura un thème, parfois très large, sur la culture chinoise, des traditions, l'Histoire, la langue, des légendes, etc. ' et des points de grammaire très précis et pointus (aspects duratifs des verbes, sens dérivés des compléments complexes de direction, adverbes corrélatifs, particules passives, phrases relatives, etc. ')

**Objectifs d'apprentissage :** Ce cours vise à amener l'apprenant à parler et à comprendre avec une plus grande facilité la langue chinoise. Il lui permet également de pouvoir lire des textes sur des sujets variés à l'aide d'un dictionnaire, ainsi que de rédiger des textes courants. De plus, les points grammaticaux les plus importants ainsi que les notions des particularités grammaticales et lexicales du chinois sont vus, afin de permettre à l'apprenant de poursuivre seul son apprentissage par la suite.

**Démarche pédagogique :** Le module comporte 8 séances de 2 heures. Workshop sur thèmes proposés ; débats ; exposés ; discussions

**Evaluations pédagogiques :**

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

**Compétences :**

BACH GK 08 - Savoir s'exprimer dans des langues étrangères

BACH GK 08.02 - Savoir s'exprimer dans un contexte professionnel dans une deuxième langue étrangère

## BACH 3 Deutsch S6

**Volume horaire en face à face :** 13.5 **Charge de travail totale :** 60 **ECTS:** 2 **Semestre :** Printemps

**Responsable du module :** POUX-MOINE Sandra

**Prérequis :** Grundkenntnisse der deutschen Sprache, der Grammatik und Kenntnisse des Vokabulars der Semester 1 bis 5

**Description:**

Intensives Training der für den "concours" erforderlichen Kompetenzen anhand von Dialogen des vergangenen Jahres: Hörverstehen, schriftliche Notizen, Vorbereitung der Synthese und des Kommentars, mündliche Präsentation, Diskussion; Gruppenarbeit sowie individuelles Coaching

**Objectifs d'apprentissage :** Der Lernfortschritt hängt vom Niveau der Gruppe ab.

**Démarche pédagogique :** 10 Kurse zu 2 Stunden

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. DVD - Support Vidéo. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Analyses critiques. Présentations orales. Débats. Internet

**Evaluations pédagogiques :**

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 100%

**Compétences :**

BACH GK 08 - Savoir s'exprimer dans des langues étrangères

BACH GK 08.02 - Savoir s'exprimer dans un contexte professionnel dans une deuxième langue étrangère

## BACH 3 Espanol S6

**Volume horaire en face à face :** 13.5 **Charge de travail totale :** 58.5 **ECTS:** 2 **Semestre :** Automne

**Responsable du module :** POUX-MOINE Sandra

**Prérequis :** Haber validado los modulos de B1 à B5

**Description:** BACH 3 Español 6

1)Ejercicios de comprensión oral. 2)Debates de los temas. Preguntas, expresión de ideas, expresión de desacuerdo y acuerdo, comentarios, etc. 3)Realización de apuntes. Para cada temas, se debe realizar una ficha de datos y resumen. 4)Ejercicios de vocabulario. Ejercicios para practicar y conocer vocabulario relacionando con los temas tratados. Vocabulario Español y Latinoamericano. 5)Ejercicios de gramática. Ejercicios para practicar los tiempos gramaticales y su uso.

**Objectifs d'apprentissage :** El alumno trabajará con contenidos sobre la actualidad en el mundo hispanohablante para mejorar sus diversas competencias lingüísticas. Practicará su comprensión oral por medio de audios y videos. Desarrollará su expresión escrita y su comprensión escrita al realizar resúmenes y apuntes de los temas escuchados.

**Evaluations pédagogiques :**

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

**Compétences :**

BACH GK 08 - Savoir s'exprimer dans des langues étrangères

BACH GK 08.02 - Savoir s'exprimer dans un contexte professionnel dans une deuxième langue étrangère

# BACH 3 Français S6

**Volume horaire en face à face : 15 Charge de travail totale : 60 ECTS: 2 Semestre :**  
Printemps

**Responsable du module :** TALPAIN Iryna

**Prérequis :** Test de niveau avant Janvier avec Global Exam qui permettra de définir le niveau. BACH 3 FLE - optionnel.

**Description:** Entraîner aux 4 compétences, dispenser un enseignement linguistique et culturel et approfondir les acquis de Semestre 1.

Level 1 (= niveau débutant+) : Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel. Maîtriser de structures syntaxiques et de formes grammaticales courantes et développer un répertoire de vocabulaire correspondant à des besoins concrets ; d'agir et d'interagir sur des sujets personnel et public dans un environnement quotidien. (+ Global Exam DELF A1-A2) Level 2 (= intermédiaire) : Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel. Renforcer et d'enrichir les compétences linguistiques et socio culturelles. Enseigner du français langue étrangère à visée professionnelle. A apprendre à l'étudiant de parler de ses études, de son travail, de ses projets ; d'agir et d'interagir sur des sujets personnel et public dans un environnement professionnel. (+ Global Exam DELF B1-B2) Level 3 (= natifs/bilingues et C1-C2) : Un perfectionnement de la langue française, customisé. La pédagogie est autour de parcours customisés, projets individuels (choix libre), possibilité étudier LV3 avec plateforme en autonomie.

**Objectifs d'apprentissage :** Level 1 (= niveau débutant+) : Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel. Maîtriser de structures syntaxiques et de formes grammaticales courantes et développer un répertoire de vocabulaire correspondant à des besoins concrets ; d'agir et d'interagir sur des sujets personnel et public dans un environnement quotidien. Level 2 (= intermédiaire) : Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel. Renforcer et d'enrichir les compétences linguistiques et socio culturelles. Enseigner du français langue étrangère à visée professionnelle. A apprendre à l'étudiant de parler de ses études, de son travail, de ses projets ; d'agir et d'interagir sur des sujets personnel et public dans un environnement professionnel. Level 3 (= natifs/bilingues et C1-C2) : Un perfectionnement de la langue française.

**Démarche pédagogique :** Apprentissage "blended": face-à-face + auto-apprentissage avec la plateforme en ligne Global Exam + sessions de coaching personnalisées pour répondre aux difficultés et besoins individuels

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. DVD - Support Vidéo. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Groupes de discussion. Débats. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème. Simulations

**Evaluations pédagogiques :**

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

**Compétences :**

BACH GK 08 - Savoir s'exprimer dans des langues étrangères

BACH GK 08.02 - Savoir s'exprimer dans un contexte professionnel dans une deuxième langue étrangère

# BACH 3 Italiano S6

**Volume horaire en face à face :** 13.5 **Charge de travail totale :** 58.5 **ECTS:** 2 **Semestre :** Printemps

**Responsable du module :** POUX-MOINE Sandra

**Pré requis :** Buona conoscenza della lingua e della cultura italiana. Buone basi grammaticali (vocabolario generale e specialistico).

**Description:** BACH Italiano 6 - Società, Cultura e Economia

Il corso prevede una preparazione che dia allo studente la possibilità di "conoscere" in maniera approfondita diversi aspetti attuali della "cultura, società ed economia italiana". Il tutto si svolgerà facendo parallelamente un lavoro di ripasso grammaticale e lessicale (sulla base dei problemi che emergono durante le esercitazioni).

**Objectifs d'apprentissage :** LG3 GK/GS-07.1 Understand and communicate in foreign languages Corso indirizzato agli studenti iscritti al secondo semestre del terzo anno Bachelor. Le lezioni ruotano attorno ai fatti che caratterizzano l'attualità italiana. Il corso mette l'accento sulle attività pratiche.

**Démarche pédagogique :**

Outils pédagogiques : CD - Support Audio. E-learning. DVD - Support Vidéo. Revue. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Simulations. Internet

**Evaluations pédagogiques :**

Contrôle individuel continu - Non renseigné 100%

**Compétences :**

BACH GK 08 - Savoir s'exprimer dans des langues étrangères

BACH GK 08.02 - Savoir s'exprimer dans un contexte professionnel dans une deuxième langue étrangère