



CATALOGUE DE COURS

2024-2025 Catalogue cours
Bachelor 3 ECH S5 FR

SOMMAIRE

BACHELOR PRESENTATION	3
MODULES DE TRONC COMMUN	5
ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BUSINESS (IS) (IS)	5
COMPORTEMENTS ORGANISATIONNELS.....	6
FRENCH CULTURE AND SOCIETY S1.....	8
INTERCULTURAL MANAGEMENT AND COMMUNICATION S1	9
INTERNATIONAL ISSUES (ECH)	10
INTERNATIONAL MARKETING CASE STUDIES	11
LEADERSHIP ET MANAGEMENT DE PROJET	12
ACTUALITES INTERNATIONALES ECONOMIQUES ET FINANCIERES.....	13
TRANSITION ECOLOGIQUE	14
MANAGEMENT CHALLENGE (IS) S1	15
PATHFINDER DAYS.....	16
STRATEGIE, PME et entrepreneuriat.....	17
MODULES DE LANGUES	18
BACH 3 Business English S5.....	18
BACH 3 Chinois S5.....	19
BACH 3 Deutsch S5.....	20
BACH 3 Espanol S5.....	21
BACH 3 Français S5.....	22
BACH 3 Italiano S5.....	23

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 and 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



**BSB TRIPLE
ACCREDITÉE**



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 5	Langues	Heures	Crédits ECTS
Transition écologique		27	4
Stratégie, PME et Entrepreneuriat		27	4
Actualités internationales économiques et financières		27	4
Comportements organisationnels		15	3
Pathfinder Days		14	3
International Marketing Case studies		27	4
Leadership et management de projet		27	4
Intercultural Management and Communication S1		21	4
French culture & society S1		21	4
International issues (ECH)		18	3
Management challenge (IS)		12	2
Artificial Intelligence in Business (IS)		12	2
Langue vivante 1 S5 : Business English S5		13,5	2
Langue vivante 2 S5 : Français S5, Deutsch S5, Italiano S5, Espanol S5, Chinois S5.		13,5	2
TOTAL S5		275	45

Deux campus proposés :

- Dijon : 22 rue sambin, 21000 DIJON
- Lyon : 37 rue St Romain, 69008 Lyon

Artificial Intelligence in Business (IS)

ECTS : 2

Volume horaire face à face : 12

Responsable module : PETANI Fabio James



Pré-requis: Aucun

Description: This is an introductory course to the field of Artificial Intelligence (AI) and its application in business. It adopts both a technological and managerial perspective to unravel the concept of AI and explain how contemporary organizations adopt AI-based systems and technologies to transform the way they do business. While the technological perspective explores the technical foundations and the basics for developing AI-driven systems and technologies, the managerial perspective looks at how the adoption and implementation of AI and its associated cutting edge technologies impacts the management operations of various types of firms and organizations. This course aims at equipping students with the necessary skills for assessing the strategic value for AI adoption and implementation to solve prevailing business problems and improve the functioning of firms. The overall goal of this course is to conceptualize an AI-driven business strategy for a firm that aims at investing in AI-associated structures and yield the benefits of this powerful technology.

Objectifs d'apprentissage : Combining both the technological and managerial perspectives, at the end of the course, students will be able to: - Understand the fundamental notions of AI and its associated technologies. - Assess the different ways AI-driven systems and technologies impact and transform firms and organizations and the way they do business. - Understand the implementation process of various types of AI systems and technologies within firms and organizations. - Identify the strategic value behind AI adoption and implementation within an organization. - Conceptualize a business strategy for AI adoption and implementation within a public or private organization.

Démarche pédagogique : This module relies on a variety of pedagogical tools and methods. The teaching is interactive and is based on active learning methods. Students are encouraged to take an active participation in class through taking the initiative and look forward for the acquired knowledge. Various active tools including case studies and active assignments are employed to help students in the active learning process. The lecturer uses presentations, illustrations, and complementary tools in delivering the lectures to facilitate the acquisition of knowledge by students.

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Examen sur table 50%

Contrôle collectif final - Présentation orale collective 50%

Compétences :

BACH GK 05.05 - Anticiper l'impact de l'iA sur le monde des affaires

BACH GK 05 - Connaître les principaux outils numériques et d'aide à la décision

Comportements organisationnels

ECTS : 3

Volume horaire face à face : 15

Responsable module : HERNAN GONZALEZ Roberto



Pré-requis: Notions de base en économie et mathématiques.

Description: Cours sur le comportement ou activité des membres d'une organisation, de mesure de son impact sur l'efficacité et la performance de l'organisation, et en général sur la prise de décision. Ce cours vise à faire: -connaître, comprendre et expliquer de manière non-biaisée et rigoureuse le comportement des individus (attitudes, perceptions, valeurs, prise de décision, motivation, émotions) dans les organisations -connaître, comprendre et expliquer de manière non-biaisée et rigoureuse le comportement des groupes (travail en équipe, communication, leadership, conflits, négociation, éthique) -connaître, comprendre et expliquer de manière non-biaisée et rigoureuse l'impact du système organisationnel sur les comportements (structure, différences culturelles et dynamiques transversales) -savoir construire, mener et analyser de manière non-biaisée et rigoureuse un projet d'étude sur ces comportements en laboratoire ou sur le terrain -savoir évaluer de manière critique un travail sur ces comportements en utilisant les dernières techniques de recherche en sciences sociales Module basé sur la méthode expérimentale. A partir de situations simples et concrètes, découvrir ensemble la théorie et puis montrer qu'elle est plus générale que la situation en question. Le cours s'appuiera sur des expériences concrètes avec les étudiants, sur des illustrations de cas (économie expérimentale, psychologie expérimentale, économie comportementale). Avant chaque cours l'étudiant devra préparer son action dans une telle situation.

Apporter à l'étudiant une approche des théories de la décision, de la motivation, de la perception et du processus de confiance. Après le cours l'étudiant devrait être capable de prendre en compte les éléments psychologiques et comportementales qui interviennent dans toute situation d'interaction et savoir construire son action en les intégrant. Ce cours vise à faire: -connaître, comprendre et expliquer de manière non-biaisée et rigoureuse le comportement des individus (attitudes, perceptions, valeurs, prise de décision, motivation, émotions) dans les organisations -connaître, comprendre et expliquer de manière non-biaisée et rigoureuse le comportement des groupes (travail en équipe, communication, leadership, conflits, négociation, éthique) -connaître, comprendre et expliquer de manière non-biaisée et rigoureuse l'impact du système organisationnel sur les comportements (structure, différences culturelles et dynamiques transversales) -savoir construire, mener et analyser de manière non-biaisée et rigoureuse un projet d'étude sur ces comportements en laboratoire ou sur le terrain -savoir évaluer de manière critique un travail sur ces comportements en utilisant les dernières techniques de recherche en sciences sociales Compétences visées : GK4.1 Connaître, comprendre et expliquer le comportement des individus et des groupes dans les organisations GK5.1 Comprendre les enjeux des outils d'aide à la décision en management et savoir les utiliser dans la conduite d'un projet GS1 - Savoir analyser et résoudre un problème et savoir structurer sa pensée GS6 - Travailler avec les autres, avoir des qualités relationnelles GS10 - Avoir un potentiel managérial

Objectifs d'apprentissage : Apporter à l'étudiant une approche des théories de la décision, de la motivation, de la perception et du processus de confiance. Après le cours l'étudiant devrait être capable de prendre en compte les éléments psychologiques et comportementales qui interviennent dans toute situation d'interaction et savoir construire son action en les intégrant. Ce cours vise à faire: -connaître, comprendre et expliquer de manière non-biaisée et rigoureuse le comportement des individus (attitudes, perceptions, valeurs, prise de décision, motivation, émotions) dans les organisations -connaître, comprendre et expliquer de manière non-biaisée et rigoureuse le comportement des groupes (travail en équipe, communication, leadership, conflits, négociation, éthique) -connaître, comprendre et expliquer de manière non-biaisée et rigoureuse l'impact du système organisationnel sur les comportements (structure, différences culturelles et dynamiques transversales) -savoir construire, mener et analyser de manière non-biaisée et rigoureuse un projet d'étude sur ces comportements en laboratoire ou sur le terrain -savoir évaluer de manière critique un travail sur ces comportements en utilisant les dernières techniques de recherche en sciences sociales Compétences visées : GK4.1 Connaître, comprendre et expliquer le comportement des individus et des groupes dans les organisations GK5.1 Comprendre les enjeux des outils d'aide à la décision en

management et savoir les utiliser dans la conduite d'un projet GS1 - Savoir analyser et résoudre un problème et savoir structurer sa pensée GS6 - Travailler avec les autres, avoir des qualités relationnelles GS10 - Avoir un potentiel managérial

Démarche pédagogique : économie et psychologie expérimentales

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

Méthodes pédagogiques : Séminaires. Ateliers d'identification de problèmes et d'opportunités. Analyses critiques. Études de cas. Recherches. Incidents critiques. Groupes de discussion. Projets. Présentations orales. Débats. Interviews. L'aquarium. Simulations. Vidéo-conférence. Internet. Jeux. Enquêtes

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Jeu 50%

Contrôle collectif final - Non renseigné 50%

Compétences :

BACH GK 01.04 - Comprendre comment le comportement des individus influence leur prise de décision

BACH GK 01 - Connaître les principaux éléments socio-économiques et juridiques de l'environnement organisationnel

BACH GS 01 - Être capable d'analyser des informations et de communiquer

French culture and society S1

ECTS : 4

Volume horaire face à face : 21

Responsable module : TALPAIN Iryna



Pré-requis: None

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.

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

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

Méthodes pédagogiques : Analyses critiques. Groupes de discussion. Présentations orales. Débats. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 50%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 50%

Intercultural Management and Communication S1

ECTS : 4

Volume horaire face à face : 21

Responsable module : TALPAIN Iryna



Pré-requis: None

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).

Outils pédagogiques : DVD - Support Vidéo. Cas. Support de cours. Autres

Méthodes pédagogiques : Recherches. Incidents critiques. Groupes de discussion. Présentations orales. Activités théâtrales. Études de cas. Projets. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Contrôle collectif continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 40%

International issues (ECH)

ECTS : 3

Volume horaire face à face : 18

Responsable module : DITTER Jean-Guillaume



Pré-requis: 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

Objectifs d'apprentissage : 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.

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : E-learning. Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Recherches. Présentations orales. Débats. Internet

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Étude de cas collective 40%

Contrôle individuel final - Examen sur table 60%

International Marketing Case Studies

ECTS : 4

Volume horaire face à face : 27

Responsable module : DUNCAN Allen Scott



Pré-requis: Aucun

Description: The course takes a deeper look at the role of marketing in organization problem solving practices. Through the analysis of real-life cases one will study how the functions of marketing impact the challenges that arise between an organization and its various stakeholders. The course will deal with different cases that study one or more marketing concepts like a situational analysis; targeting, segmenting, & positioning; and the marketing mix.

Objectifs d'apprentissage : Examine the role of marketing in organization problem solving practices. Analyze real-life case studies. Compare and contrast different organizational marketing situations.

Démarche pédagogique :

Outils pédagogiques : E-learning. Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Études de cas. Groupes de discussion. Présentations orales

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 50%

Contrôle individuel final - Examen sur table 40%

Contrôle individuel continu - Quiz 10%

Compétences :

BACH GK 04 - Connaître les principaux outils commerciaux et marketing

BACH GK 04 04 - Receuillir et exploiter des données pour réaliser une étude de marché

BACH GK 04.02 - Mettre en place des tableaux de bord commerciaux

BACH GK 04.03 - Connaître les principaux concepts et outils pour construire une stratégie marketing

Leadership et management de projet

ECTS : 4

Volume horaire face à face : 27

Responsable module : BALLEREAU Valerie



Pré-requis: Aucun

Description: Ce module a pour objectif de vous faire découvrir les concepts et outils fondamentaux de la gestion de projet. Vous découvrirez également des éléments de base de leadership.

Objectifs d'apprentissage : Définir la notion de projet et de gestion de projet et expliquer à quoi sert une méthodologie de gestion de projet Décrire les phases de la gestion de projet Analyser et gérer les risques associés au projet Décrire les types de leadership Mettre en œuvre l'intelligence collective Argumenter son style de leadership

Démarche pédagogique : Apprentissage par l'expérience

Outils pédagogiques : E-learning. Manuel. Support de cours. Ouvrage

Méthodes pédagogiques : Projets. Présentations orales

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Présentation orale collective 50%

Contrôle individuel midterm - Non renseigné 25%

Contrôle individuel final - Quiz 25%

Compétences :

BACH GS 02 - Savoir adopter un comportement professionnel

BACH GS 02.01 - Mener un projet, en autonomie comme en responsabilité

Actualités internationales économiques et financières

ECTS : 4

Volume horaire face à face : 27

Responsable module : ASHTA Arvin



Pré-requis: Aucun

Description: Ce cours vise

- à fournir des bases d'économie financière et

- à les appliquer dans le cadre d'une lecture critique -> de l'actualité et -> des grands thèmes traités par la presse économique et financière. Le cours alterne apports théoriques et discussions sur les thèmes d'actualité. La lecture de la presse par les étudiants est nécessaire tout au long du cours.

Thèmes du cours : 1. Bases d'économie financière et d'économie monétaire 2. Architecture du système financier Les sujets abordés sont ajustés sur l'actualité et peuvent couvrir les sujets suivants : - le système financier : -> les principaux marchés financiers et principaux produits traités -> le système bancaire (ex : rôle des banques dans le système financier ; création monétaire ; banque centrale et prêteur en dernier ressort) - Bases d'économie monétaire et financière : -> introduction aux problématiques monétaires internationales (ex: taux de change, PPT, PTI, BP) -> introduction aux problématiques financières internationales (ex: crises de 1ère, 2ème et 3ème génération ; régulation bancaire et financière internationale)

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel final - Dossier individuel 60%

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 40%

Compétences :

BACH GK 01 - Connaître les principaux éléments socio-économiques et juridiques de l'environnement organisationnel

BACH GK 01.01 - Analyser l'actualité économique et sociétale

BACH GS 01 - Être capable d'analyser des informations et de communiquer

Transition écologique

ECTS : 4

Volume horaire face à face : 27

Responsable module : NOISETTE Bruno



Pré-requis: Aucun

Description: Le module Transition écologique vise à fournir aux étudiants de solides connaissances théoriques dans les principales disciplines impliquées dans la gestion de la transition écologique, afin de construire les compétences attendues dans l'exercice de leur futur métier (intelligence collective, autonomie, responsabilité, travail en équipe, relationnelles, gestion de l'incertitude, etc.). Le contenu de ce module englobe à la fois des connaissances théoriques sur les enjeux de la transition écologique (sciences physiques, sciences humaines, économie, écologie) et des savoir-faire pratiques (développement de son projet personnel, développement d'outils d'aide à l'analyse d'opportunités...). Cet apprentissage doit permettre d'intervenir de la manière la plus pertinente dans l'action, à partir de cette compréhension du contexte et de l'ensemble des enjeux (techniques et socio-écologiques).

S1 - Plonger dans l'Anthropocène et entrevoir le futur - serious game : le futur est déjà là : L'étudiant est capable d'identifier les enjeux du changement de comportement suite à une prise de conscience du concept de l'Anthropocène S2 - Histoire des énergies et du monde thermo-industriel : début, pic et déclin annoncés : L'étudiant est capable d'identifier des concepts clés de l'histoire de l'énergie S3 - La Grande Accélération, ou quand Homo Sapiens est devenu responsable des crises environnementales. Bienvenue dans l'Anthropocène. : L'étudiant est capable d'analyser et d'estimer l'impact du facteur humain au sein de l'Anthropocène S4 - Réchauffement climatique : L'étudiant est capable de représenter le concept de réchauffement climatique S5 - Résoudre l'équation de Kaya : L'étudiant est capable de discriminer les différentes solutions possibles de l'équation de Kaya S6 - Technologies... Ils résolvent l'équation de Kaya : L'étudiant est capable de reconnaître les acteurs technologiques et écologiques qui proposent des solutions à l'équation de Kaya S7 - Histoires, mythes et éco-psychologies : L'étudiant est capable de réécrire une histoire de changement de comportement S8 - Intelligences : L'étudiant est capable de reconnaître et de choisir ses propres intelligences au service du changement S9 - Amorcer la transition : L'étudiant est capable de synthétiser les connaissances acquises et de produire des hypothèses dans un récit individuel

Objectifs d'apprentissage : - Eco-concevoir votre quotidien et votre avenir - projet personnel - Être capable d'interpréter les crises environnementales - Être capable de développer son histoire personnelle de résilience face à la transition - Être capable de reconnaître la pertinence des intelligences collectives et émotionnelles et de les appliquer

Démarche pédagogique : apprentissage transformatif et apprentissage expérientiel (travail de groupe, présentations, projets d'écriture réflexive, simulations, discussions d'études de cas)

Outils pédagogiques : Cas. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Ateliers d'identification de problèmes et d'opportunités. Groupes de discussion. Simulations. Internet. Jeux. Méthodes & Outils d'analyse de soi. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Synthèse individuelle 50%

Contrôle individuel continu - Quiz 50%

Compétences : BACH GK 02 - Connaître les principaux éléments de l'entrepreneuriat et de l'analyse stratégique

BACH GK 02.04 - Anticiper l'impact de la transition écologique sur le monde des affaires

BACH GK 06 - Connaître les enjeux de la responsabilité sociale de l'entreprise

Management challenge (IS)

ECTS : 2

Volume horaire face à face : 12

Responsable module : AJDUKOVIC Ivan



Pré-requis: 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

Outils pédagogiques : Manuel

Méthodes pédagogiques : Simulations. Internet. Compétitions

Evaluations pédagogiques :

Contrôle collectif continu - Jeu 35%

Contrôle collectif final - Dossier collectif 15%

Contrôle individuel final - Synthèse individuelle 50%

Compétences :

BACH GK 05 - Connaître les principaux outils numériques et d'aide à la décision

BACH GK 05.03 - Utiliser les outils d'aide à la décision

BACH GS 02 - Savoir adopter un comportement professionnel

Pathfinder Days

ECTS : 3

Volume horaire face à face : 14

Responsable module : BALLEREAU Valerie



Pré-requis: Aucun

Description: Cet atelier Pathfinder a pour objectif de permettre aux étudiants de travailler sur la connaissance de soi et l'insertion professionnelle afin de réfléchir à leur alignement : c'est à dire s'assurer de faire des choix de carrière en lien avec leur profil, et identifier les soft skills à développer pour booster leur employabilité.

Objectifs d'apprentissage : - approfondir sa connaissance de soi pour être capable de pitcher son profil devant des futurs employeurs.

Démarche pédagogique : atelier expérientiel

Outils pédagogiques :

Méthodes pédagogiques :

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 100%

Compétences :

BACH GS 02 - Savoir adopter un comportement professionnel

BACH GS 02.11 - Identifier les parcours permettant d'accéder à un champs professionnel précis à l'issue de la formation

Stratégie, PME et entrepreneuriat

ECTS : 4

Volume horaire face à face : 27

Responsable module : REBOUD Sophie



Pré-requis: Aucun

Description: Cours d'initiation aux questions de stratégie des PME et d'entrepreneuriat. Ce cours est pensé comme une série de découvertes au sujet des PME, de la démarche entrepreneuriale et de l'analyse stratégique.

Les PME Qu'est-ce qu'une PME? De la start-up à l'artisan en passant par l'ETI Comment fonctionne la proximité en PME? Biais ou heuristique, Agilité ou myopie? Choix stratégiques Sur quelles bases construire un modèle d'affaires? L'Avantage Concurrentiel: compétences et ressources International: les différentes façon de l'aborder quand on est une PME Démarche entrepreneuriale: Profil et valeurs du dirigeant Réaction aux crises: innovations organisationnelle et flexibilité

Objectifs d'apprentissage : Comprendre et analyser les PME et leurs stratégies Comprendre et analyser les fondamentaux de la démarche entrepreneuriale Appliquer une méthode simple d'analyse stratégique

Démarche pédagogique : Active learning: apprentissage par problème Pour chaque thème, une situation problème, que les étudiants doivent analyser, puis sur laquelle ils vont rechercher des informations, mettre en commun leurs recherches, les exploiter pour traiter le problème posé, réaliser une restitution de leur réponse

Outils pédagogiques : E-learning. Cas

Méthodes pédagogiques : Ateliers d'identification de problèmes et d'opportunités. Études de cas. Recherches. Présentations orales. Internet

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Synthèse individuelle 50%

Contrôle collectif continu - Dossier collectif 30%

Contrôle individuel final - Quiz 20%

Compétences :

BACH GK 02 - Connaître les principaux éléments de l'entrepreneuriat et de l'analyse stratégique

BACH GK 02.01 - Connaître et savoir mobiliser les principaux concepts et outils de l'analyse stratégique

Business English S5

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

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: N/A

Description: MAINTAINING & APPLYING: The S5 course is designed to help students develop communication and different Business language skills + entry exam preparation (for MGE) Multicultural Working environment, student well-being, meetings, discussions (interactive speaking + interactive presentations)

Each class, a mix of activities: - Building business vocabulary - Reading business-related materials - learning, drilling and applying grammar (based on needs) - practicing speaking in conversations with peers - improving oral comprehension skills (listening exercises) Homework: - assignments from teachers - Global exam self-study (compulsory, will be tracked)

Objectifs d'apprentissage : Objectives of this course: To improve speaking skills to create interaction To improve active listening skills To lead a presentation 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 MicrosoftTeams assignments via Forms, Kahoot vocabulary quizzes, recorded speaking via Flipgrid, etc + 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. Interactive presentations (main focus - speaking)

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

Méthodes pédagogiques : Groupes de discussion. Présentations orales. Libre discussion autour d'un thème. Simulations. Internet. Jeux. Études de cas

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Contrôle individuel continu - Examen sur table 40%

Compétences :

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

BACH GK 08.04 - Rédiger un document en anglais

Chinois S5

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

Responsable du module : GRUNZIG Ina

Pré-requis: BACH chinois 3&4 équivalent

Description: Interculturelle --- la langue chinoise des affaires

Il s'agit d'un enseignement de la langue chinoise, spécialisé dans les domaines économique et commercial. Objectifs pédagogiques (selon les niveaux) : conversations simples dans le milieu des affaires chinois, exposé d'un projet ou d'un bilan, entretiens, négociation.

Objectifs d'apprentissage : Put into practice international knowhow and skills

Démarche pédagogique : débats ; exposés ; discussions

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

Méthodes pédagogiques : Présentations orales. Débats

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

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

Deutsch S5

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

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: Grund- und fortgeschrittene Kenntnisse der deutschen Sprache, der deutschen Grammatik und Vokabularkenntnisse des 2. Studienjahres

Description: Behandlung aktueller Themen aus den Bereichen Wirtschaft, Gesellschaft, Politik und Kultur anhand von authentischen Unterlagen

Internationale Unternehmen; Europa aktuell; Deutschland-Frankreich; Immigration; Politik; Ökologie und Ökonomie; Wirtschaft und Globalisierung; Österreich und die Schweiz; Presse

Objectifs d'apprentissage : LG3 GK/GS- 7.3 Put into practice international business culture: - Fähigkeiten und Kenntnisse, um in einem internationalen Unternehmensumfeld zu agieren: allgemeine Kenntnisse über Europa und die EU; Analyse aktueller Themen aus den Bereichen Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Politik; Vertiefung der geografischen und geschichtlichen Kenntnisse zu Deutschland; Verständnis von authentischen Materialien. - Durchführen von Präsentationen, Erstellen von schriftlichen Unterlagen (Präsentationen, Zusammenfassungen, Berichte) - Umfang, Art und Anzahl der Kursthemen hängen von der jeweiligen Gruppe und deren Sprachniveau ab. Der Lernfortschritt hängt vom Niveau der Gruppe ab.

Démarche pédagogique : Dieses Modul umfasst 8 Kurse von je 2 Std. Jeder Kurs umfasst : Einführung des Vokabulars mit Hilfe von Hörtexten, Videos, Texten und weiterführende Diskussionen, Rollenspiele, Präsentationen. Bei Bedarf : Wiederholung der grammatischen Strukturen

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

Méthodes pédagogiques : Séminaires. Groupes de discussion. Présentations orales. Jeux. Libre discussion autour d'un thème

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Présentation orale individuelle 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Espanol S5

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

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: -

Description: Se trata de un "curso de español por tema", que se articula alrededor del tema Negocios Internacionales en España y América Latina. El curso se dirige a la eventual integración del estudiante en una empresa internacional a través de una introducción a los elementos de estudio de la problemática internacional, y de una revisión de los actores y protagonistas en el escenario internacional actual. La revisión continua de gramática y vocabulario es parte del curso, pero esta revisión se hace a partir de los temas propuestos en el programa.

1. Las Negociaciones. 2. Las diferencias culturales en los negocios internacionales. 3. Las consideraciones interculturales. 4. La cumbre internacional. 5. Políticas de importación. 6. El mercado Actual. 7. La feria. 8. Los Salones.

Objectifs d'apprentissage : Put into practice international business culture. Ofrecer al alumno las herramientas conceptuales del contexto internacional para un análisis y diagnóstico riguroso y metódico de la problemática internacional. Y por último debatir sobre algunos problemas internacionales como : los intercambios económicos, el problema ecológico, el terrorismo, etc.

Démarche pédagogique : Método de español por "tema" que comprende una serie de herramientas diversas y de mecanismos audio-orales, audio-vidéos y a partir de textos escritos (periodicos, revistas, etc.), audios y audiovisuales referidos al tema de la mundialización y sus consecuencias económicas, comerciales, culturales, medioambientales, etc.

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

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Français S5

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

Responsable du module : TALPAIN Iryna

Pré-requis: Test de niveau avant Sept avec Global Exam qui permettra de définir le niveau

Description: Entraîner aux 4 compétences et dispenser un enseignement linguistique et culturel.

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. E-learning. DVD - Support Vidéo. Support de cours

Méthodes pédagogiques : Présentations orales. Débats. Internet. Jeux. Libre discussion autour d'un thème. Simulations

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%

Italiano S5

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

Responsable du module : POUX-MOINE Sandra

Pré-requis: Buona conoscenza della lingua italiana; la grammatica italiana e il vocabolario acquisito del secondo anno accademico

Description: Corso indirizzato agli studenti iscritti al terzo anno Bachelor. Il corso, che si sviluppa intorno al tema degli affari internazionali, prevede sia una parte teorica che delle attività pratiche.

Il corso offre una preparazione avanzata nel campo dei rapporti internazionali che coinvolgono l'Italia e le imprese italiane. Le competenze acquisite consentiranno allo studente di analizzare, interpretare, valutare e gestire i vari aspetti (ad esempio i processi di globalizzazione) nei quali si focalizza la dimensione internazionale dei fenomeni politici, giuridici, economici e sociali.

Objectifs d'apprentissage : LG3 GK/GS-07.1 Understand and communicate in foreign languages
Fornire gli strumenti fondamentali della lingua e del vocabolario che permettono una buona comunicazione. Alla fine del corso gli studenti dovranno aver consolidato la conoscenza della lingua ed essere in grado di utilizzare il lessico specifico riferito al mondo del lavoro e dell'impresa. Gli studenti quindi avranno la possibilità di perfezionare le loro conoscenze linguistiche che permetteranno loro di comunicare con clienti e colleghi ma anche di apprendere il funzionamento del sistema economico e commerciale italiano.

Démarche pédagogique : Spiegazione delle basi della grammatica da parte dell'insegnante, esercizi sul vocabolario, utilizzo supporti audio e video per la comprensione orale, per l'espressione orale e scritta e di testi di carattere commerciale, economico riferiti al mondo dell'impresa.

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

Méthodes pédagogiques : Analyses critiques. Recherches. Présentations orales. Débats. Simulations

Evaluations pédagogiques :

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 35%

Contrôle individuel continu - Non renseigné 30%