



PROGRAMME BACHELOR IN MANAGEMENT
**" Diplôme d'études supérieures de gestion et commerce
international
de l'ESC Dijon-Bourgogne "**

Diplôme visé Bac+3 Niveau 6 – Code diplôme 26531208

Grade de Licence

Alternance en 3ème année du cycle de formation

Public visé

Le programme Bachelor en alternance (apprentissage) est accessible à partir de la 3ème et dernière année du cursus.

Ce programme peut être suivi par les publics suivants :

- Les étudiants ayant intégré le programme en 1^{ère} année, via le concours Passerelle Bachelor ou le concours international
- Les étudiants ayant intégré le programme en 2^{ème} année, via le concours interne Bachelor BSB
- Les étudiants issus du concours Passerelle B3. Ces étudiants devront avoir validé 2 années post bac, soit 120 crédits ECTS pour intégrer la formation.



Date et lieux de formation

Durée de la formation : 11 mois.
Démarrage de la formation en septembre.

Lieux : BSB

Campus de Dijon : 29 rue Sambin – 21000 Dijon

Campus de Lyon : 99 rue Professeur Beauvisage - 69008 Lyon

Équipe pédagogique

Directrice de Programme BACHELOR : Delphine BERTIN

Directrice des Etudes Programme BACHELOR : Aurélie GOUVERNEUR

Coordinatrice Service Apprentissage BACHELOR : Rachel MARQUES TAVARES

L'équipe pédagogique des professeurs de BSB.

Table des modules – Objectifs et contenu de la formation

La formation est composée de modules de tronc commun et de modules de spécialisations.

Les étudiants pourront ainsi acquérir les connaissances et compétences dans un secteur qu'ils auront choisi.

Trois spécialisations sont proposées aux étudiants :



Chaque spécialisation est composée de 4 modules.

L'ouverture des spécialisations est soumise aux effectifs.



Modules		Heures module	Crédits ECTS
Management du développement durable		27	4
Stratégie, PME et Entrepreneuriat		27	4
Actualités internationales économiques et financières		27	4
Comportements organisationnels		15	3
Pathfinder Days		7	1
Emotional Intelligence & Leadership		14	2
International Marketing Case studies		27	4
Leadership et management de projet		27	4
Business English S5		13,5	2
LV2 S5		13,5	2
Business English S6		15	0
LV2 S6		15	0
Initiation à la recherche		30	4
Mémoire de recherche		70	14
Plateforme elearning		10	0
Travaux de groupe		18	0
Examens		14	0
Spécialisations		Heures module	Crédits ECTS
Finance - FR & ANG	Financial Theory & Mathematics	30	3
	International Finance	30	3
	Banques et Entreprises	30	3
	Reporting financier	30	3
Marketing / Communication - FR	MC : Marketing Digital	30	3
	MC : Techniques de Communication Digitale	30	3
	MC : IA et Transformation digitale	30	3
	MC : Stratégies d'influence du Comportement	30	3
Business Dev - FR	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
TOTAL		490	60



PROGRAMME DETAILLE – BACHELOR 3

TRONC COMMUN

Actualités internationales économiques & financières

Description :

L'objectif de ce cours est de favoriser la pensée critique des futurs dirigeants et acteurs économiques, de décrypter les enjeux internationaux et mondiaux importants, compétence nécessaire dans les stratégies des entreprises d'aujourd'hui (décision de s'installer ou de s'installer dans un pays ou une région, connaissance de l'environnement économique, politique et social des multinationales et des filiales). L'accent particulier mis sur la recherche et l'analyse de données ainsi que le développement des compétences de présentation visent à préparer les étudiants à des activités de gestion des risques pays et d'intelligence d'affaires, des spécialisations de plus en plus cruciales dans un environnement de plus en plus interdépendant.

Le lecture de la presse par les étudiants est nécessaire tout au long du cours.

Sur la base des actualités, les sujets suivants peuvent être traités:

1. Économie monétaire et financière
2. L'architecture du système financier, en particulier dans le sillage des nouvelles technologies.
3. Système bancaire (rôle des banques, création monétaire, banque centrale, prêteur en dernier ressort)
4. Principaux marchés financiers et principaux produits financiers (marchés des actions, des obligations, des devises et des matières premières)
5. La finance verte et les problèmes de financement du développement durable
6. Finance alternative et fintech

Pathfinder Days

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.

Approfondir sa connaissance de soi pour être capable de pitcher son profil devant des futurs employeurs.

Emotional Intelligence & Leadership

Description :

- Connaître la définition et les composantes de l'intelligence émotionnelle (auto-connaissance, gestion des émotions, empathie, compétences sociales)



- Développer des techniques de gestion de ses émotions dans des situations professionnelles stressantes ou conflictuelles
- Comprendre le lien entre l'intelligence émotionnelle et le leadership (motivation et fédération des équipes)

Stratégie, PME et Entrepreneuriat

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?

Choix stratégiques :

- Sur quelles bases construire un modèle d'affaires? 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

International Marketing Case Studies

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.

The class will consist of eight case studies, and homework assignments reviewing marketing concepts. Working in groups, students will construct a brief analyzing the cases and discussing the assigned questions.

Management du développement durable

Description :

Ce module 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 compétences, 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).

Leadership et management de projet ■ ■

Description :

"Diriger avec sens pour devenir agile afin de changer le monde ".

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.

Résultats d'apprentissage escomptés :

- 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

Comportements Organisationnels ■ ■

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 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.



Business English / LV2

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

Initiation à la recherche ■ ■

Ce module d'Initiation à la recherche a pour objectif d'accompagner les étudiant(e)s dans toutes les étapes de réalisation de leur mémoire de fin d'études du programme Bachelor in Management.

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). Ce cours permettra aux étudiants d'apprendre à formuler une problématique en lien avec leur spécialisation.

Les objectifs d'apprentissage de ce module permettront aux étudiant(e)s :

1. D'apprendre à formuler une problématique liée à une situation professionnelle et en lien avec la spécialisation choisie par les étudiant(e)s ;
2. De mener des recherches bibliographiques et de savoir différencier la nature des documents ;
3. D'exploiter la substance des documents et d'en retirer des éléments pertinents permettant de préciser la problématique et/ou d'y répondre ;
4. D'analyser le contenu d'un article scientifique et d'en faire une synthèse critique ;
5. De structurer les idées pour former un plan détaillé articulé autour d'une revue de littérature et d'une partie appliquée ;
6. De citer les divers documents en respectant les normes de présentation et la charte éditoriale BSB ;
7. de présenter à l'oral différents livrables associés à la réalisation du mémoire faisant l'objet ou non d'une évaluation certificative.



Mémoire de recherche

Le mémoire de fin d'étude en Bachelor est un travail collectif de synthèse (3 étudiants) qui vise à formuler une problématique précise et à y répondre en mobilisant des ressources bibliographiques variées parmi lesquelles des articles scientifiques.

La réalisation du mémoire commence pendant le cours d'initiation à la recherche et se prolonge jusqu'à sa finalisation lors de la dernière semaine du semestre 6.

SPECIALISATIONS

Marketing / Communication

Marketing digital :

- Introduction au Marketing numérique
- Stratégies de contenu digital
- Publicité en ligne
- SEO et SEM
- Marketing automation et mesure de la performance

Technique de communication digitale :

- Principes de la communication digitale
- Storytelling et création de contenus
- Influence des communautés en ligne et engagement
- Relations publiques 2.0

IA et Transformation digitale :

- Introduction à l'IA et ses applications en Marketing
- Analyse prédictive
- Ethique

Stratégie d'Influence du Comportement :

- Impact des biais cognitifs sur le comportement du consommateur numérique
- Stratégies de persuasion via les plateformes numériques
- Cas d'étude de campagnes digitales
- Etude des mécanismes de décision et de l'impact des émotions



Finance

Financial Theory & Mathematics :

- Develop mathematical financial skills required to assess the portfolio performance
- Modern portfolio theory, the optimal portfolio selection, risk-free assets, market risk and beta and excess return
- Presenting the most relevant financial theories that allow to understand and examine the behavior of agents
- Understanding on the limits and the relevance of the different theoretical approaches.

International Finance :

- Understand international financial management and gain insight into how multinational companies make financial decisions.
- Understanding of international finance and the ability to apply this knowledge to financial management in multinational companies.

Banques et entreprises :

- Découvrir l'analyse du crédit et le financement des entreprises
- Examiner le risque de crédit et la capacité de remboursement des entreprises
- Comprendre le financement des projets de transition écologique
- Appréhender le rôle de banques numériques dans le financement des PME

Reporting financier :

- Appliquer les outils de la comptabilité, du contrôle de gestion et de la finance d'entreprise
- Développer l'approche de business partner du financier dans le pilotage de l'entreprise
- Elaborer, présenter, analyser, et utiliser des données financières variées permettant de soutenir la création de valeur et la recherche de performance
- Appréhender le rôle de banques numériques dans le financement des PME



Business Development

Décision achat :

- Connaître les enjeux, contraintes et attentes des acheteurs
- Sortir de la « négociation prix »
- Calculs commerciaux

Pilotage du Développement Commercial :

- Stratégie commerciale
- Plan Action Commercial

Management de la Relation Client :

- Développer la coopération en interne : système parties prenantes, communication adaptée, fondamentaux de la coopération
- Accompagner le client dans le cadre d'un projet global : Négociation en R2, négociation en équipe, gestion du conflit, négociation fournisseur

Field Trip & Expérience :

- Interviews de professionnels
- Réflexions sur votre projet professionnel

