

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 26031013 – RNCP 36553

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 spécifique d'accès en Bachelor 3 (Alternance ou Classique). 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 : Burgundy School of Business

Campus de Dijon : 29 rue Sambin – 21000 Dijon

Campus de Lyon : 37 rue Saint Romain – 69008 Lyon

Équipe pédagogique

Directrice de Programme BACHELOR : Delphine BERTIN

L'équipe pédagogique des professeurs de BSB.

Table des modules – Objectifs et contenu de la formation

La formation est généraliste au 1er semestre, puis spécialisée en Business Développement au 2ème semestre. Les modules généralistes visent à acquérir les compétences liées au métier de middle manager en entreprise.

Le semestre de spécialisation permet d'appréhender les métiers du Business Développement. Les étudiants pourront ainsi acquérir les connaissances et

compétences en termes de management de la relation client, décisions d'achat et pilotage du développement commercial.

Le cursus doit obligatoirement être suivi en français.

BACH – A3 Français Alternance 2023 / 2024

Modules		Heures	Crédits ECTS
Transition écologique		27	4
Stratégie, PME et Entrepreneuriat		27	4
Actualité économique et financière		27	4
Comportements organisationnels		15	3
Career week (bootcamp)		15	3
Marketing Case studies		27	4
Leadership et management de projet		27	4
LV1 S5		13,5	2
LV2 S5		13,5	2
LV1 S6		15	0
LV2 S6		15	0
Initiation à la recherche		30	4
Mémoire de recherche		70	14
Plateforme e-learning et travaux de groupe		34	0
Examens		14	0
Spécialisation		Heures	Crédits ECTS
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

Semestre Automne (S5)

Actualité économique & financière

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), les 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)).

Objectifs d'apprentissage : Analyser l'actualité économique et sociétale au niveau mondial de manière approfondie

Compétences visées :

Connaître et savoir analyser l'environnement économique

Analyser l'actualité économique et sociétale au niveau mondial de manière approfondie

Career Week Bootcamp

Description : Ce module, construit à partir de témoignages de professionnels et d'alumni, permet de découvrir des secteurs d'activités, métiers et compétences requises pour les exercer. Le professeur prendra appui sur les témoignages pour décrire les parcours de formation. À partir de ces exposés, chaque étudiant sera amené à faire des recherches sur les attentes des entreprises, l'évolution de ces attentes, ainsi que les fonctions et métiers émergents. À l'issue de ce module, les étudiants auront défini leur projet professionnel, en tenant compte des compétences à développer et requises par les entreprises en fonction des métiers et secteurs d'activité, avec comme objectif l'insertion directe à l'issue du Bachelor sur le marché de l'emploi ou la poursuite d'études en Master.

Stratégie, PME et Entrepreneuriat

Description : Le cours offre la possibilité de découvrir le monde des PME en reliant trois axes clés qui composent la vie professionnelle de leurs dirigeants : l'élaboration et le pilotage de stratégie, le management d'une PME et l'agir entrepreneurial qui permet son développement. Ce cours vise donc à se doter de premiers outils d'analyse et d'action permettant de se confronter à la réalité du pilotage d'une entreprise. Il est ouvert à toutes celles et ceux qui s'intéressent aux activités professionnelles basées sur la prise de responsabilité stratégique, managériale et entrepreneuriale dans des structures de moyenne et petite taille (PME).

Marketing Case Studies 2

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.

Compétences :

Connaître et savoir appliquer les outils du marketing et de la stratégie
Connaître et comprendre les fondamentaux de la stratégie et du marketing

Transition écologique

Description : Le module Transition Ecologique vise à doter les étudiants d'une solide connaissance théorique dans les principales disciplines mobilisées dans la gestion de la transition écologique, afin de construire les compétences attendues dans l'exercice de leur future profession (intelligence collective, autonomie, responsabilité, travail en équipe, aptitudes relationnelles, gestion de l'incertitude...).

Le contenu de ce module englobe à la fois des savoirs théoriques dans les enjeux de la transition écologique (science physique, humanités, économie, écologie) et les savoir-faire pratiques (développer son projet personnel, développement d'outils d'aides à l'analyse des opportunités...).

Ces apprentissages doivent permettre d'intervenir de la manière la plus pertinente dans l'action, sur la base 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 ".

Résultats d'apprentissage escomptés :

- Comprendre et analyser les styles de leadership
- Comprendre et analyser les bases de la gestion des équipes Efficacité
- Apprendre et appliquer la méthode de gestion de projet Agile

Thèmes principaux : Pensée créative, Design Thinking, Leadership éthique et relationnel, Gestion de projet Agilité, Équipes efficaces

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.

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 comportementaux 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 :

Connaître, comprendre et expliquer le comportement des individus et des groupes dans les organisations

Comprendre les enjeux des outils d'aide à la décision en management et savoir les utiliser dans la conduite d'un projet

Savoir analyser et résoudre un problème et savoir structurer sa pensée - Travailler avec les autres, avoir des qualités relationnelles

Avoir un potentiel managérial.

Business English S5 / LV2 S5

Recherche et discussion : développer les compétences de communication orale nécessaires aux réunions et discussions professionnelles, gérer une session de "brainstorming". Révision de la grammaire et du vocabulaire de l'anglais des affaires.

Objectifs d'apprentissage : Objectifs de ce cours : 1. les étudiants réviseront l'anglais des affaires. 2. Les étudiants réviseront leurs compétences en rédaction de courriels. 3. Les étudiants effectueront des recherches, prépareront et animeront un débat leur donnant la possibilité d'améliorer leur aisance à l'oral. 4. Les élèves s'exerceront à écouter.

Semestre Printemps (S6)

Initiation à la recherche

Le cours d'Initiation à la recherche vise à accompagner les étudiants dans la réalisation de leur mémoire de fin d'étude.

1. Ce cours permettra aux étudiants d'apprendre à formuler une problématique en lien avec leur spécialisation.
2. Ils apprendront à mener des recherches bibliographiques (Learning Center), à lire et à mobiliser des ressources bibliographiques diverses afin de répondre à leur problématique.
3. Ils travailleront sur diverses ressources pour savoir comment les différencier, comment les utiliser, comment les citer en respectant les normes de présentation et la charte éditoriale BSB.
4. Les étudiants travailleront sur les méthodes permettant de synthétiser des contenus de ressources et de construire une revue de littérature
5. Enfin, la méthodologie de la réalisation d'un travail de fin d'études (mémoire de L3) sera renforcée: étapes, planification, plan de rédaction + le langage d'un texte scientifique.

BD : Management de la Relation Client

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.

Objectif d'apprentissage : Savoir négocier de manière complexe/globale

Contenu : Négociation en R2 ; Négociation en équipe ; Gestion de conflit ; Négociation fournisseur

BD : Décisions d'achat

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.

Objectif d'apprentissage : Savoir négocier dans la fonction achat

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

BD : Pilotage du Développement Commercial

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

Contenu : Stratégie commerciale ; Plan Action Commercial ; Organisation temps travail ; Gest° indicateurs croissance

BD : Field Trip & Expérience

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 différents métiers existants

Contenu : Découverte de l'entreprise par ses différents métiers ; Visites en entreprise ; Interviews de professionnels

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.