



PROGRAMME 1^{ère} ANNÉE

2011-2012

LEGENDE

LES SYMBOLES DE LA CODIFICATION	EXPLICATION
ECTS	European Credits Transfer System
UE	Unités d'Enseignement
UNITES D'ENSEIGNEMENT	
MKG	Marketing et politiques commerciales
ENV	Environnement de l'entreprise
FC	Finance-Contrôle
HO	Hommes et Organisations
LAN	Langues
SIO	Systèmes d'information & optimisation des processus
PPP	Module professionnalisation, suivi du projet personnel
PRO	Module Projets et Etudes
PASS	Passeport développement personnel et international
MKG111	U.E. Marketing et politiques commerciales, ESCIP1, Semestre1, Module n°1

ESCIP - ANNEE 2011-2012
PROGRAMME DE LA 1^{ère} ANNEE
Semestre 2

Codes	Unités d'Enseignement	Coefficients	Crédits ECTS	Heures
	<u>MARKETING ET POLITIQUES COMMERCIALES</u>		5	
MKG121	Comportement du consommateur	2		18 h
MKG122	Démarches commerciales	3		24 h
	<u>ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE</u>		7	
ENV121	Gestion internationale de l'entreprise	3		24 h
ENV122	Economie internationale	2		18 h
ENV123	Droit commercial	1		15 h
ENV124	Droit européen	1		9 h
	<u>FINANCE - CONTRÔLE</u>		7	
FC121	Comptabilité analytique	3		24 h
FC122	Mathématiques financières	2		18 h
FC123	Découverte et observation de l'entreprise	2		6 h
	<u>HOMMES & ORGANISATIONS</u>		2	
HO121	Sociologie des organisations	2		21 h
	<u>LANGUES</u>		5	
LAN121	Anglais	3		30 h
LAN122-123	Allemand ou Espagnol	2		24 h
	<u>SYSTEMES D'INFORMATION & OPTIMISATION DES PROCESSUS</u>		2	
SIO121	Bureautique (Word - Excel - Power-Point)	2		18 h
	TOTAL		28	
	<u>MODULE PROFESSIONNALISATION, SUIVI DU PROJET PERSONNEL</u>		1	
PPP121	Projet Professionnel : Conférences Métiers / Internationales Tutorat Stage Commercial	1		
	TOTAL		1	
	<u>PASSEPORT DEVELOPPEMENT PERSONNEL ET INTERNATIONAL</u>		1	
PASS1-6	Sport / Découverte LV3 (Espagnol / Italien / Chinois) / Passeport ESCIP / Associations étudiantes*	1		18 h
	TOTAL		1	
	TOTAL SEMESTRE 2		30	267 h

* Les étudiants doivent sélectionner au moins une activité et au maximum trois.

SEMESTRE 2

MARKETING ET POLITIQUES **COMMERCIALES**

- Comportement du consommateur
- Démarches commerciales

COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

MKG121	Comportement du consommateur		Année 1	Semestre 2
Cours	TD	Tutorat	Durée	18 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Ce cours se propose de dresser un panorama du comportement du consommateur en donnant aux élèves :

- une connaissance du « consommateur » en tant que tel dans ses différentes composantes psychosociologiques ;
- une connaissance des mécanismes qui régissent ses achats et sa consommation ;
- une connaissance de l'objet de ses achats et de sa consommation : les produits et les services dans leurs différentes composantes objectives et subjectives.

COMPETENCES VISEES

A l'issue du cours l'étudiant devra être capable d'identifier :

- les différentes typologies des besoins ;
- les différentes typologies de consommateurs ;
- les relations et interactions qui lient les uns aux autres.

Il s'agit surtout de sensibiliser l'étudiant aux phénomènes régissant les comportements d'achat et de consommation de façon à pouvoir les prendre en considération dans les situations « marketing » qu'il sera appelé à étudier ultérieurement.

CONTENU DU COURS

La place de l'analyse du comportement du consommateur dans la démarche et l'action MARKETING.

1 – Influences des éléments du marketing-mix sur le comportement du consommateur :

- produits et comportements
- communication et comportements
- distribution et comportements
- prix et comportements

2 – Influences des facteurs psychologiques :

- besoins, motivations, pulsions
- perceptions, images
- attitudes, valeurs et croyances
- styles de vie

3 – Influences de la situation :

- environnement économique
- états antérieurs du consommateur
- environnement physique
- perspectives temporelles
- l'entourage

4 – Influences socio-culturelles :

- facteurs socio-démographiques
- la famille
- la culture

5 – Processus de décision d'achat du consommateur :

- reconnaissance du besoin
- recherche d'informations
- évaluation des alternatives
- décision d'achat
- différenciation des processus de décision

Les grandes tendances de l'évolution du comportement du consommateur.

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogations écrites	%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	40%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%

100%

BIBLIOGRAPHIE

Les styles de vie, VALETTE-FLORENCE (P.), Nathan, 1994.

La société des consommateurs, ROCHEFORT (R.), O. Jacob, 1995.

Marketing-Management, KOTLER & DUBOIS, Pearson Education, 2003 (11^e édition).

Le comportement du consommateur face aux variables d'action Marketing. ABDELMAJID AMINE. Ed; Management

DÉMARCHES COMMERCIALES

MKG122	Démarches commerciales		Année : 1	Semestre : 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	24 h
Intervenante			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	3

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Savoir comment identifier les besoins et caractéristiques d'un client ;
- Savoir comment choisir le produit et l'argumentation les mieux adaptés au client ;
- Savoir comment supprimer les freins liés aux objections des clients ;
- Savoir comment présenter un prix et conclure un entretien de vente.

COMPETENCES VISEES

- Savoir comment procéder pour préparer, mener et suivre un entretien de vente quelque soit le type de produit et quelque soit le type de client.
- Connaître les techniques qui favorisent la vente.
- Disposer de connaissances générales à propos des structures et fonctions relatives à la vente.
- Disposer de connaissances générales à propos de la grande distribution en France.

CONTENU DU COURS

- 1 – Les produits à vendre, les clients potentiels et, les incidences des produits et clients sur l'entretien,
- 2 – Les comportements des protagonistes de la vente : facteurs explicatifs, processus d'achat, typologies, SONCAS,
- 3 – Les techniques de communication dans le contexte de la vente : le schéma de communication, questions et relances, PNL, Analyse Transactionnelle,
- 4 – Le déroulé d'un entretien de vente : étapes, objectifs, contenus, techniques et outils par étape,
- 5 – La préparation d'un entretien de vente : étapes, objectifs, contenus et outils,
- 6 – Le suivi d'un entretien de vente : contenus et outils,
- 7 – La Grande Distribution : structures et fonctions en Centrales d'achat et en magasins, poids des enseignes, lois,
- 8 – Les Sociétés Industrielles : structures d'équipes de vente et fonctions des membres de ces équipes,
- 9 – L'évolution du commerce et des relations Industrie-Commerce (inclus les philosophies du trade-marketing et du category management,...)
- 10 – Les différents types de négociations en centrale d'Achats,
- 11 – Les différents types de négociations en magasins.

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogation(s) écrite(s)	15%
Interrogation orale	...%
Participation active et positive aux cours et aux TD : exercices, jeux de rôles, ...	10%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Dossier et présentation orale en groupe	15%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%
	100%

BIBLIOGRAPHIE

Les Techniques de Vente ... qui font vendre, CORCOS (M.), Edition Dunod, 2008.

Vendre aux clients difficiles : Les clés de la persuasion, CARON (N.), Edition Dunod, 2007

Les accélérateurs de vente : Techniques et secrets pour vendre plus, AGUILA (M) et LAFAIX (P), Edition Dunod, 2004

Vente, NEGRO (Y.), Editions Vuibert, 2002

Périodiques destinés aux professionnels de la vente : Action Commerciale, L.S.A., Point de Vente, ...

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

- Gestion internationale de l'entreprise
- Economie internationale
- Droit commercial
- Droit européen

GESTION INTERNATIONALE DE L'ENTREPRISE

ENV121	Gestion Internationale de l'Entreprise		Année : 1	Semestre : 2
Cours	TD	Tutorat	Durée	24h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	3

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Une entreprise, quelle que soit sa taille et son secteur d'activités, pour maintenir ou acquérir une place dans les courants du monde, doit de plus en plus s'intéresser aux phénomènes de commerce extérieur. Mais exporter ne s'improvise pas.

C'est pourquoi, de nos jours, une carrière commerciale ne peut plus se concevoir sans qu'un approfondissement des problèmes internationaux ne vienne la compléter. Le commerce international, en tant que technique sous ses aspects administratifs ou en tant que science commerciale sous son aspect dynamique, n'est plus seulement le prolongement d'un certain sens des affaires mais doit être appréhendé avec rigueur.

L'objectif du cours est donc de présenter aux étudiants les notions de base du commerce international, d'étudier les étapes successives d'une démarche à l'exportation, de maîtriser la démarche marketing et les outils spécifiques qui en découlent.

COMPETENCES VISEES

- Acquérir les concepts-clés du commerce international.
- Comprendre et maîtriser l'enchaînement de la démarche marketing à l'international.

CONTENU DU COURS

1 – L'entreprise et l'environnement international :

- le développement international de l'entreprise
 - les raisons de l'internationalisation
 - la politique export (diagnostic export, le choix des marchés cibles)
- la prospection des marchés étrangers :
 - les formes de prospection
 - les aides à la prospection (Coface)
- le rite des affaires à l'international :
 - les différences culturelles
 - le langage non-verbal

2 – La stratégie export :

- le produit, la marque
- la fixation du prix à l'export (les incoterms)
- le choix d'un circuit de distribution
- la politique de communication

3 – Les opérations bancaires à l'export :

- les paiements internationaux
- les relations interbancaires

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogation écrite	...%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	20%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	20%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%
	100%

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrage de référence :

- *EXPORTER*, Pratique du Commerce International, ouvrage collectif, DUPHIL, Foucher, 18^{ème} édition, 2003.

Revue de référence :

- *Le MOCI (Le Moniteur du Commerce International)*.

ÉCONOMIE INTERNATIONALE

ENV122	Economie internationale		Année : 1	Semestre : 2
Cours : 18 h	TD :	Tutorat :	Durée	18 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

L'objectif principal de la première partie du cours est de présenter les explications théoriques apportées à la configuration actuelle des échanges internationaux et à son évolution. Sont présentés en particulier :

- Les gains et les principaux déterminants du commerce international.
- Les effets allocatifs et redistributifs des politiques commerciales (droit de douane, quota, RVE, subventions) sur des marchés concurrentiels ou non.
- Les conflits d'intérêts autour des politiques commerciales.

La seconde partie est une introduction aux relations monétaires et financières internationales. L'objectif est de donner les bases d'une première compréhension

- Des déterminants à court terme et à long terme des changes.
- Des moyens et des limites des politiques de change en économie ouverte.

COMPETENCES VISEES

- Acquérir une culture économique de l'échange international.
- Etre capable de comprendre les implications pour les firmes des décisions gouvernementales prises en matière de commerce international.
- Appréhender les défis à venir du commerce international.

CONTENU DU COURS

Introduction : Evolution des échanges internationaux et mondialisation de l'économie.

• 1^{ère} partie : Commerce international et politiques commerciales

Chapitre I : Le commerce international fondé sur l'exploitation des avantages comparatifs.

Chapitre II : Économies d'échelles, demande de variété et commerce international.

Chapitre III : Les politiques commerciales.

• 2^{ème} partie : Relations monétaires internationales

Chapitre IV : Les déterminants du taux de change.

Chapitre V : Macroéconomie à court terme en économie ouverte (sous réserve de temps disponible).

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogation écrite	40 %
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	...%
Étude de cas en groupe	...%
Étude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%

100%

PRE-REQUIS

Ce cours s'adresse aux étudiants qui ont suivi le cours de macroéconomie au 1^{er} semestre et qui maîtrisent les concepts de base de la science économique : marché, offre et demande, surplus, élasticité.

BIBLIOGRAPHIE

GUILLAUCHON Bernard, (2006) *Economie internationale*. 3^{ème} édition. Dunod.
KRUGMAN Paul R., OBSTFELD Maurice, (2006) *Economie internationale*. Paris, De Boeck Université, 891
CARBAUGH Robert J., (2004) *International Economics*. Ninth Edition. Thomson South Western.
LINDERT Peter H., PUGEL Thomas A., (1997) *Economie internationale*. Economica. 10^{ème} édition.

DROIT COMMERCIAL

ENV123	Droit commercial	Année : 1	Semestre : 2
Cours	TD	Tutorat	Durée : 15 h
Intervenant			Langue : Français
Département Pédagogique			Coefficient : 1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Comprendre à travers l'étude de notions théoriques et de cas concrets significatifs les mécanismes juridiques régissant le commerce et les activités commerciales.

CONTENU DU COURS

1 - L'entreprise commerciale :

- La définition du commerçant :
 - définition de base
 - les extensions du domaine de la commercialité
- Le statut du commerçant :
 - conditions requises
 - conséquences de la qualité de commerçant
- Les biens de l'entreprise commerciale :
 - les éléments du fond de commerce
 - les contrats portant sur le fond de commerce

2 – La Concurrence :

- Les principes
- Les atteintes (abus de position dominantes...)

3 – Les sûretés, garanties du crédit :

- Les sûretés contre l'insolvabilité du débiteur
- Les techniques de garantie contre d'autres risques
- Les opérations de crédit garanties par le fond de commerce

4 – L'agent commercial :

- Le statut français
- Le statut international
- Cas Entreprise Polonaise d'août 2007

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogation écrite	40%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%

100%

BIBLIOGRAPHIE

Cours de droit commercial : actes de commerce, commerçants, fonds de commerce, effets de commerce, de JUGLART (M.), IPPOLITO (B.), Editions Montchrétien, 2006.

T.D. de droit des affaires : effets de commerce, chèque, carte de crédit, GAVALDA (C.), ETIENNE (M.), Litec, 2004.MAJ

Code civil 2003 – DALLOZ, sur Internet.

DROIT EUROPÉEN

ENV124	Droit européen		Année : 1	Semestre : 2
Cours : 9 h	TD :	Tutorat :	Durée	9 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Appréhender le marché intérieur,
- Comprendre l'organisation de l'Union.

CONTENU DU COURS

L'Union Européenne :

- La paix
- La sécurité

Les grandes phases historiques

PARTIE 1 : Organisation

Comment fonctionne l'Union ?

- Le Conseil de l'Union Européenne
- Le Conseil européen
- Le Parlement européen
- La Commission européenne
- La Cour de justice
- La Cour des comptes
- La Banque européenne d'investissement
- La Banque centrale européenne

PARTIE 2 : Politique

- La réforme de la politique agricole commune
- Le développement durable
- L'innovation technologique
- L'Union économique et monétaire et l'euro

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogation écrite	40%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%

100%

PRE-REQUIS

Histoire contemporaine française et internationale.

BIBLIOGRAPHIE

Site Europa et sites spécialisés sur chaque organisation de l'Union.

FINANCE - CONTRÔLE

- Comptabilité analytique
- Mathématiques financières
- Découverte et observation de l'entreprise

COMPTABILITÉ ANALYTIQUE

FC121	Comptabilité Analytique		Année : 1	Semestre : 2
Cours	TD	Tutorat	Durée	24 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	3

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Le cours de comptabilité analytique a pour objectifs :

- d'appréhender les principales méthodes d'analyse des coûts ;
- d'être capable d'obtenir, de comprendre et d'analyser les résultats analytiques issus de ces différentes techniques.

COMPETENCES VISEES

- Connaître le vocabulaire de la comptabilité analytique.
- Apprécier et relativiser la répartition des charges et la méthode de valorisation des sorties de stock.
- Comprendre et établir un coût.
- Savoir déterminer un coût de revient complet, déterminer le résultat analytique (par produit ou par commande).
- Distinguer les éléments de la comptabilité analytique de ceux de la comptabilité générale.
- Relativiser le résultat analytique en fonction du choix de répartition.
- Calculer le coût variable, la marge sur coût variable et le seuil de rentabilité.
- Utiliser la variabilité des charges pour prévoir chiffres d'affaires et résultats d'exploitation.

CONTENU DU COURS

INTRODUCTION : LE POURQUOI DE LA COMPTABILITE ANALYTIQUE :

- définition
- objectifs

1 – Les différentes méthodes d'approche des coûts :

- la méthode des coûts complets
- la méthode des coûts partiels

2 – La méthode des coûts complets :

- les charges à prendre en compte : les charges incorporables, les charges directes et indirectes, le tableau de répartition, la méthodologie du calcul des coûts
- le calcul des coûts : du coût d'achat au résultat analytique, du coût d'achat au compte de stock, coût de production, coût de distribution, coût de revient et résultat analytique

3 – Le direct costing :

- les charges variables, fixes, semi-variables
- la marge sur coût variable, (marge, compte de résultat différentiel, taux de marge sur coût variable)
- seuil de rentabilité
- limites du seuil de rentabilité

4 – Le modèle à base d'activité :

- les insuffisances de la méthode des coûts complets
- les subventionnements
- la méthode des coûts par activité

CONCLUSION :

- coûts cibles (ou coûts objectifs)

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogations écrites	40 %
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	... %
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%
	100%

BIBLIOGRAPHIE

Introduction à la comptabilité (DCG 9) – Foucher - Henri Davasse et Michel Parruite
Détermination et analyse des coûts (BTS CGO) processus 7 – Casteilla – N. Boissonnet et N. Orcel
Comptabilité de gestion – Hachette – Coll les fondamentaux A. Amintas et R. Guillouzo
Comptabilité de gestion – Hachette – Coll HU gestion – J.J. Friedrich
Comptabilité de gestion – Dunod – processus 7 – B. Doriath et C. Goujet
Comptabilité de gestion – Dunod – Coll Express – Brigitte Doriath
Comptabilité de gestion – Foucher – Collection plein pot – H. Davasse et G. Langlois

MATHÉMATIQUES FINANCIÈRES

FC122	Mathématiques financières		Année : 1	Semestre : 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	18 h
Intervenante			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Faire comprendre les notions d'actualisation et de capitalisation pour pouvoir :

- faire des calculs d'intérêts,
- calculer des résultats de placements sur des comptes rémunérés,
- calculer des annuités de remboursement d'un emprunt,
- comparer des modalités de placement ou de remboursement de dette,
- établir un tableau d'amortissement d'emprunt.

COMPETENCES VISEES

L'étudiant doit être en mesure de :

- Calculer les intérêts de prêts et de placements à court et à long terme
- Déterminer le coût d'un emprunt pour tout type d'amortissement
- Choisir entre différents emprunts et différents placements

CONTENU DU COURS

- 1 – Intérêts simples et intérêts composés.
- 2 – Capitalisation, actualisation et annuité.
- 3 – Les emprunts indivis.
- 4 – Les emprunts obligatoires.
- 5 – Rentabilité d'un investissement.

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogation écrite	40%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	...%
Étude de cas en groupe	...%
Étude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%

100%

PRE-REQUIS

Notions de base en mathématiques

BIBLIOGRAPHIE

Mathématiques financières, DEFRAINS-CRAPSKY, Bréal, Juin 2000.

DÉCOUVERTE ET OBSERVATION DE L'ENTREPRISE

FC123	Découverte et observation de l'entreprise	Année : 1	Semestre : 2
Cours	TD	Tutorat	Durée : 6 h
Intervenante		Langue	Français
Département Pédagogique		Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Etablir les premiers contacts avec le monde de l'entreprise afin d'en comprendre le fonctionnement général et de créer un réseau professionnel.
- Travailler en équipe.

COMPETENCES VISEES

- Coordonner son action au sein d'une entreprise.
- Gérer son temps.
- Rendre compte de son expérience.

CONTENU DU COURS

- 1 – Présentation des objectifs, formation des groupes.
- 2 – Recherche de l'entreprise à étudier.
- 3 – Elaboration des questionnaires.
- 4 – Contacts avec les entreprises.
- 5 – Suivi du dossier : 30 minutes par groupe.
- 6 – Débriefing du plan du dossier : 30 minutes par groupe.
- 7 – Remise du rapport final.
- 8 – Soutenance orale finale : 30 minutes par groupe.

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogation écrite	...%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	15%
Etude de cas en groupe	10%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	15%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%

100%

HOMMES & ORGANISATIONS

➤ Sociologie des organisations

SOCIOLOGIE DES ORGANISATIONS

HO121	Sociologie des organisations	Année : 1	Semestre : 2
Cours	TD	Tutorat	Durée : 21 h
Intervenant		Langue	Français
Département Pédagogique		Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Le cours d'initiation à la sociologie des organisations a pour objectifs :

- De présenter aux étudiants les apports de la sociologie des organisations notamment à travers les théories françaises et américaines ;
- Initier les étudiants-e-s aux principales analyses sociologiques des organisations afin de mieux les comprendre et les analyser ;
- Initier les étudiant-e-s aux analyses de situations de travail.

COMPETENCES VISEES

- Initier les étudiants-e-s aux analyses de situations de travail ;
- Initier les étudiants à l'analyse formelle et informelle des organisations ;
- Les sensibiliser aux analyses organisationnelles afin qu'ils s'éloignent des analyses de gestion du travail trop psychologisantes.

CONTENU DU COURS

- Qu'est-ce qu'une organisation : approches éthique, philosophique et organisationnelle (1h30) ;
- Les typologies des organisations (1h30) ;
- Les théories des organisations (les rationalistes, l'école des relations humaines et l'analyse crozérienne) (3h)
- L'analyse stratégique de Crozier et Friedberg (3h)
 - Les concepts
 - Les études de cas
- Le renouvellement des approches avec les théories américaines de Mintzberg (3h)

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Q.C.M.	20%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	..%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas écrite	20%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%

100%

BIBLIOGRAPHIE

Bernoux Philippe, sociologie des organisations, Harmattan, 1999.
 Michel Crozier, *Le phénomène bureaucratique*, 1964.
 Michel Crozier, Erhard Friedberg, *L'acteur et le système. Les contraintes de l'action collective*, Seuil, 1992.
 Mintzberg Henri, *Le pouvoir dans les organisations*, Editions d'Organisation, 1986. Frederick Taylor, *La direction scientifique des entreprises*, 1991

LANGUES

- Anglais
- Allemand
- Espagnol

ANGLAIS

LAN121	Anglais	Année : 1	Semestre : 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée : 30 h
Intervenante			Langue : Anglais
Département Pédagogique			Coefficients : 3

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Acquisition du vocabulaire commercial de base en anglais et consolidation des connaissances linguistiques des étudiants.
- Suite de la mise au niveau grammatical et lexical des compétences linguistiques hétérogènes des étudiants.

COMPETENCES VISEES

La capacité de s'exprimer dans un anglais courant dans les situations simples et fréquentes qui se présentent en entreprise, selon les contextes abordés pendant le cours :

- Maîtriser les bases linguistiques pour la recherche de l'emploi (cv, entretien)
- Connaître l'organisation basique d'une entreprise,
- Savoir analyser des publicités et faire des présentations

CONTENU DU COURS

CV's + job hunting

Brainstorming in class : do's and don't's of interviews, applications...

My ideal boss

Role play, interviewing an applicant and hiring staff

Company Organisation

Dictation of numbers / exchanging information about stock exchange and shares / population

Describing business trends

Advertising/Product Presentation

Describe your favourite ads and brands

Analyzing adverts and logos

Presenting products

EVALUATION

Contrôle Continu	60%
Interrogation écrite	25%
Interrogation orale	25%
Participation aux discussions	10%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	40%

100%

BIBLIOGRAPHIE

- « *Build your Business Vocabulary* », J.FLOWER, LTP Business.
PROGRAMME 1ère ANNÉE, ANNÉE 2007-2008 Page 29
“*Market Leader*”, Business English, Longman.
“*Meeting Objectives*”, Oxford University Press, videotape.
“*L’anglais commercial en QCM*”, Florence Briozzo, CRDP.
« *Newsweek* »
« *The Economist* »
« *English Grammar in Use* », Cambridge University Press.

ALLEMAND

LAN122	Allemand	Année : 1	Semestre : 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée : 24 h
Intervenant			Langue : Allemand
Département Pédagogique			Coefficients : 2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- L'amélioration de l'expression et la compréhension écrite.
- L'élargissement du vocabulaire et appropriation du vocabulaire commercial.
- Un accent spécial sera mis sur la communication orale dans la vie professionnelle au moyen de jeux de rôle, mises en situation, débats et revues de presse en allemand.

COMPETENCES VISEES

- Des connaissances structurelles de base en communication professionnelle.
- Une aisance et une précision améliorées dans l'expression.
- La capacité de communiquer en groupe et publiquement.
- Une connaissance élargie sur la culture allemande.
- Savoir présenter en allemand sa candidature pour un stage.

CONTENU DU COURS

La culture allemande :

- Le système économique
- Les actualités en Allemagne
- La façon d'y vivre

Premier contact avec le monde du travail :

- L'entreprise et ses partenaires : fournisseurs, banques,...
- Comment lire une annonce de travail ?
- Comment chercher un stage sur Internet ?
- Ecrire un mail, une lettre
- CV Europass
- Première approche de la lettre de motivation
- Conversations professionnelles : travail au laboratoire de langues

TELL ME MORE (E-learning) : Modalités à préciser

EVALUATION

Contrôle Continu	60%
Interrogation écrite + Tell Me More	25%
Interrogation orale	25%
Participation aux discussions	10%
Étude de cas en groupe	...%
Étude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	40%

100%

BIBLIOGRAPHIE

Unternehmen Deutsch, Chancereel, London 2005.
 Dialog Beruf 1, Hueber, Ismaning 2001
 Des articles de la presse germanophone et des documents de travail seront distribués pendant le cours.

ESPAGNOL

LAN123	Espagnol	Année : 1	Semestre : 2
Cours	TD	Tutorat	Durée : 24 h
Intervenante			Langue : Espagnol
Département Pédagogique			Coefficients : 2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- La consolidation de la connaissance linguistique de base (compréhension, expression, grammaire et lexique).
- Une première préparation linguistique au monde du travail hispanophone (correspondance, traduction, synthèse, utilisation de sites Internet).
- L'entraînement au repérage, à la sélection et à la hiérarchisation de l'information.

COMPETENCES VISEES

- Renforcement et perfectionnement des acquis en langue espagnole tant en compréhension comme en expression orale et écrite dans un cadre professionnel et quotidien.
- Connaissance de la terminologie « commerce intérieur / extérieur ».
- Complément des connaissances interculturelles pas seulement du monde hispanique mais aussi du monde latino-américain.

CONTENU DU COURS

- Le premier stage, le premier emploi
- L'emploi en Espagne et en Amérique Latine
- Notions générales du commerce :
 - L'entreprise
 - Le commerçant
 - L'import-export
- Conversations professionnelles : travail au laboratoire de langues

EVALUATION

Contrôle Continu	60%
Interrogation écrite	25%
Interrogation orale	25%
Participation aux discussions	10%
Étude de cas en groupe	...%
Étude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	40%

100%

BIBLIOGRAPHIE

Cours itératifs bases sur la communication.
 Documents authentiques vidéo et audio.
 Documents authentiques écrits (revues Vocabulaire en espagnol).
 Utilisation des sites internet spécialisés dans l'apprentissage de l'espagnol.

SYSTÈMES D'INFORMATION & OPTIMISATION DES PROCESSUS

➤ Bureautique (Word – Excel – Powerpoint)

BUREAUTIQUE

SIO121	Bureautique		Année : 1	Semestre : 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	18 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Avoir une maîtrise des outils classiques de la bureautique : Word, Excel et PowerPoint afin de pouvoir rendre et présenter un document digne d'un document d'entreprise.

COMPETENCES VISEES

- Perfectionnement sur les logiciels de la bureautique.

CONTENU DU COURS

1 – Word : 7h30 – 5 séances de 1h30

- Création de la table des matières
 - Modification des styles de la table des matières
- Les tableaux dans Word
 - Tableaux Word :
 1. Manipulation
 2. Insertion et suppression de lignes/colonnes et cellules
 3. Répéter les titres d'un tableau sur une page
 - Tableaux Excel
 1. Création
 2. Copier-coller spécial
- Les sauts de section
 - Création d'une première page de garde
 - Pages paires et impaires
 - Numérotation
 - En-tête et pied de page différents

2 – Excel : 7h30 – 5 séances de 1h30

- Importation de document Texte
- Les fonctions :
 - SI, NB. SI, SOMME SI, RECHERCHEV...
 - Les fonctions de Date
 - Les fonctions de Texte
- La mise en forme conditionnelle
- Les formulaires : liste déroulante et contrôle de saisie
- Impression des grands tableaux

3 – PowerPoint : 6h – 4 séances de 1h30

- Mise en forme d'un diaporama
- Animations :
 - Transitions
 - Animations personnalisées
 - Boutons d'action

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogations Word, Excel et PowerPoint	60%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Dossiers par groupe de 4 étudiants	40%
- Document Word à rendre (relié)	50%
- Document PowerPoint au format CD	50%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%

100%

PRE-REQUIS

Connaissances de base des logiciels Windows, Word, Excel et PowerPoint et de la messagerie (cf. Bureautique 1)

BIBLIOGRAPHIE

Word 2003 ou 2007 pour les nuls, Dan GOOKIN, éditions poche

Excel 2003 ou 2007 pour les nuls, Geoffrey HARVEY, éditions poche

Sites à consulter : www.cathyastuce.com

www.excel-pratique.com

www.demowordexcel.info

MODULE PROFESSIONNALISATION, **SUIVI DU PROJET PERSONNEL**

- **Projet professionnel :**
Conférences Métiers / Internationales

- **Tutorat Stage Commercial**

PROJET PROFESSIONNEL : CONFÉRENCES MÉTIERS / INTERNATIONALES

PPP121	Projet Professionnel : Conférences Métiers / Internationales		Année : 1	Semestre : 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	
Intervenants			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

INTERVENANTS : **Des cadres dirigeants issus de sociétés nationales et internationales /
Des Visiting professors**

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Donner aux étudiants une vision concrète des fonctions principales dans une entreprise : du créateur d'entreprise au responsable des ressources humaines, en passant par les postes clés d'un organigramme.

Exposer les réalités de ces fonctions : compétences requises, responsabilité, évolution...

Ceci permettra aux étudiants d'affiner leur projet professionnel.

TUTORAT STAGE COMMERCIAL

Tutorat Stage Commercial			Année : 1	Semestre : 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	5 semaines
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Placer l'étudiant sur le terrain de la vente et de la prospection commerciale dans sa réalité la plus opérationnelle. Ce stage implique des contacts directs et personnels avec les clients afin de développer les attitudes et les réflexes indispensables aux fonctions commerciales.

Il doit apprendre également à préparer son travail, gérer son temps et à rendre compte des résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés.

Secteurs d'activités : service, industrie ou grande consommation.

Ce stage doit permettre à l'étudiant de s'intégrer et de se valoriser dans l'univers professionnel : présentation, ponctualité, politesse, motivation, disponibilité...

DUREE DU STAGE

5 semaines minimum. Il est à effectuer à la fin de la 1^{ère} année du **lundi 11 juin 2012 au vendredi 13 juillet 2012**.

CRITERES D'EVALUATION

Le stage donnera lieu à une soutenance devant des cadres d'entreprises et des diplômés de l'ESCIP en **octobre - novembre 2012**.

Ce stage fait l'objet d'une convention et **les étapes successives sont** :

Stage trouvé ⇔ Remplir et envoyer la fiche navette ⇔ Validation par l'ESCIP ⇔ Emission de la convention de stage ⇔ Signature de la convention par l'étudiant ⇔ Envoi pour signature à l'entreprise ⇔ Retour de la convention signée à l'ESCIP ⇔ Début du stage et retour d'un exemplaire de la convention signée des trois parties à l'étudiant et à l'entreprise.

NB : si pas de convention, émission du contrat par l'entreprise et envoi d'une copie signée à l'ESCIP.

En cas de non retour de la convention signée par l'entreprise et l'étudiant avant le début du stage, celui-ci ne sera pas validé.

SEMESTRES 1 ET 2

UNITES
D'ENSEIGNEMENT
OPTIONNELLES

PASSEPORT DEVELOPPEMENT PERSONNEL ET INTERNATIONAL

- Sport
- Passeport ESCIP
- Découverte LV3 (Espagnol / Italien / Chinois)

SPORT

PASS1-6	Sport		Année : 1	Semestres : 1+ 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	18 h
Intervenante			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Généraux :

- Le développement des ressources afin de rechercher par la réussite l'efficacité dans l'action individuelle et collective, la confiance en soi, la réalisation personnelle,
- L'acquisition des compétences et connaissances nécessaires à l'entretien de la vie physique et au développement de sa santé tout au long de la vie,
- L'accès au patrimoine culturel constitué par la diversité des activités physiques, sportives et artistiques.

Spécifiques :

- Faciliter l'intégration des étudiants de l'école,
- Renforcer l'esprit d'équipe et la dynamique de l'ESCIIP,
- Favoriser le développement physique et psychosocial des élèves.

CONTENU DU COURS

- **Mise en situation concrète** : l'exploitation de l'objet *sport* se centrera sur l'opérationnalisation des compétences, qu'elles soient motrices ou psychosociales.
- **Parcours différenciés – personnalisés** : les élèves sont amenés, dès la première année, à faire un choix de parcours entre une activité sportive de compétition et/ou une pratique physique d'entretien et de développement personnel.
- **Management de projet** : encadrement et gestion d'équipes, création et suivi de projet type événementiel sportif.

Activités supports :

- athlétisme, remise en forme
- badminton
- basket-ball
- fitness
- football - futsal
- handball
- squash
- tennis
- tennis de table
- volley-ball

EVALUATION

- 2/3 en cours de formation :

Investissement dans le cadre de son projet personnel.

Evaluation des compétences cognitives relatives au développement et/ou à l'entretien de sa santé.

Engagement en compétitions et manifestations sportives (évaluation des compétences psychosociales, participation, organisation, management)

- 1/3 terminale :

Evaluation des compétences motrices et cognitives acquises dans le cadre de la pratique physique en fonction de l'activité retenue par l'étudiant.

PASSEPORT ESCIP

PASS1-6	Passeport ESCIP		Année : 1	Semestres : 1+ 2
Cours	TD	Tutorat	Durée	18 h
Intervenante			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- La promotion de l'ESCIPI sur un plan régional, national, voire international auprès des futurs étudiants, parents, monde associatif, professionnels.

CONTENU DU PROJET

- Les élèves participent aux salons de l'étudiant, aux forums dans les établissements secondaires et supérieurs (BTS, DUT,...).
- Ils s'investissent dans l'accueil et l'organisation des sessions de concours, des journées de cours, auprès des élèves prospects et de leur famille.
- Ils participent à la distribution d'informations sur l'école et de la mise en place d'affiches à la sortie des écoles.
- Pour la prospection, ils recevront une formation à la communication : capacité à développer un argumentaire, à répondre aux questions ouvertes, à détecter les motivations en matière de communication, à adopter le comportement adéquat, à faire preuve d'écoute active, d'empathie, de conviction et de force de persuasion.

EVALUATION

- Assiduité.
- Bilan chiffré à l'issue de chaque événement : évaluation de l'événement, propositions concrètes d'amélioration.

Ils feront l'apprentissage :

- Du fonctionnement dans un groupe.
- Des règles de comportement : tenue vestimentaire, expression orale, assiduité, respect des engagements et des horaires.
- De l'anticipation et l'organisation nécessaires dans un événement : documentations, matériel, logistique, reporting, assurance, déplacements,...

Ce module correspond à beaucoup d'investissement en temps et sur le terrain.

Il s'adresse à des étudiants ouverts, curieux et motivés par le contact et les échanges, manifestent de l'intérêt pour l'école et de son enseignement.

DECOUVERTE ESPAGNOL LV3 : GRANDS DÉBUTANTS

PASS1-6	Découverte Espagnol LV3 : Grands Débutants		Année : 1	Semestres : 1+ 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	18 h
Intervenante			Langue	Espagnol
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Les élèves doivent être capables d'utiliser la langue espagnole à l'oral en cours et doivent parvenir à réaliser des travaux individuels et collectifs. L'enseignement se fera en utilisant des supports écrits (voir bibliographie), auditifs et vidéos. Une participation très active de la part de l'élève est attendue.

CONTENU DU COURS

1 – Acquisitions orales :

- Se présenter.
- Décrire des habitudes.
- Exprimer ses goûts et ses préférences.
- Proposer un argumentaire de vente.
- Exprimer des opinions et les justifier.
- Donner des conseils.
- Se présenter en entreprise.
- Expliquer son C.V.

2 – Acquisitions écrites :

- Les chiffres.
- Le groupe nominal.
- Le verbe ETRE.
- La première conjugaison (présent de l'indicatif). Les principaux verbes irréguliers.
- (A MI) (NO) ME INTERESA(N) / GUSTA(N) / ENCANTA(N).
- HABER / estar.
- Y / NI / TAMBIEN / TAMPOCO.
- Les phrases interrogatives.
- NECESITAR / TENER QU + infinitif.
- Les pronoms personnels d'objet direct et indirect.
- Les verbes réfléchis.
- Les adverbes de fréquence et de quantité.
- C.V. et lettre de motivation.

EVALUATION

Contrôle Continu	100%
Interrogation écrite	40%
Interrogation orale	20%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	20%
Dossiers / Exercices	20%
Autres (à préciser) :%
Examen final	...%

100%

BIBLIOGRAPHIE

Gente : Curso de Español para Extranjeros, MARTIN PERIS (E.), SANS BAULENAS (N.), Difusión, 1997.
Intercambio, MIQUEL (L.), SANS (N.), Difusión, 1995.
En Equipo, ES, édition, Edinumen, 2002.
Claridad, CARO ALDA (O.), HIERRO FLORES (A.), DE MAZIERES (V.), Martorana, 1998.
Uso de la Gramática Española, CASTRO (F.), EDELSA, 1997.

DECOUVERTE ESPAGNOL LV3 : INITIÉS

PASS1-6	Découverte Espagnol LV3 : Initiés		Année : 1	Semestres : 1+ 2
Cours	TD	Tutorat	Durée	18 h
Intervenante			Langue	Espagnol
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Les élèves doivent être capables d'utiliser la langue espagnole à l'oral en cours et doivent parvenir à réaliser des travaux individuels et collectifs. L'enseignement se fera en utilisant des supports écrits (voir bibliographie), auditifs et vidéos. Une participation très active de la part de l'élève est attendue.

CONTENU DU COURS

1 – Acquisitions orales :

- Comprendre les offres d'emploi.
- Comprendre des instructions.
- Les formules téléphoniques.
- A l'hôtel et au restaurant.
- Raconter des histoires, des souvenirs...
- Donner des instructions.
- Comparer des personnes, des choses...
- Simulation d'entretien d'embauche : C.V., lettre de motivation, conversation téléphonique.
- L'entreprise espagnole (MANGO).

2 – Acquisitions écrites :

- SER / ESTAR.
- ESTAR + gérondif.
- Le passé composé.
- La forme impersonnelle SE.
- Le passé simple.
- La comparaison.
- Le futur simple.
- Les relatifs.
- L'impératif.
- Les indéfinis.
- Le conditionnel présent.
- La phrase exclamative.
- Les adverbes de temps.
- L'imparfait du subjonctif.
- Les adverbes de manière.
- Le présent du subjonctif.
- POR / PARA.
- C.V. et lettre de motivation.

EVALUATION

Contrôle Continu	100%
Interrogation écrite	40%
Interrogation orale	20%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	20%
Dossiers / Exercices	20%
Autres (à préciser) :%
Examen final	...%
	100%

BIBLIOGRAPHIE

Gente : Curso de Español para Extranjeros, MARTIN PERIS (E.), SANS BAULENAS (N.), Difusión, 1997.
Intercambio, MIQUEL (L.), SANS (N.), Difusión, 1995.
En Equipo, ES, édition, Edinumen, 2002.
Claridad, CARO ALDA (O.), HIERRO FLORES (A.), DEMAZIERES (V.), Martorana, 1998.
Uso de la Gramática Española, CASTRO (F.), EDELSA, 1997.

DECOUVERTE ITALIEN LV3 : GRANDS DÉBUTANTS

PASS1-6	Découverte Italien LV3 : Grands Débutants	Année : 1	Semestres : 1+ 2
Cours	TD	Tutorat	Durée : 18 h
Intervenant		Langue	Italien
Département Pédagogique		Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Les élèves doivent être capables d'utiliser la langue italienne à l'oral en cours et doivent parvenir à réaliser des travaux individuels et collectifs. L'enseignement se fera en utilisant des supports écrits (voir bibliographie), auditifs et vidéos. Une participation très active de la part de l'élève est attendue.

CONTENU DU COURS

1 – Acquisitions orales :

- Comprendre, demander et donner des informations, opinions et jugements dans la vie quotidienne et dans l'entreprise.
- Décrire des habitudes.
- Exprimer ses goûts et ses préférences.
- Exprimer des opinions et les justifier.
- Donner des conseils.
- Lire des textes pour obtenir l'information principale.
- Se présenter en entreprise.
- Expliquer son C.V.

2 – Acquisitions écrites :

- Les chiffres.
- Les articles.
- Le groupe nominal.
- Les auxiliaires.
- Les prépositions.
- Les adjectifs possessifs.
- Les adjectifs numéraux.
- Les pronoms directs et indirects.
- Les verbes réguliers et irréguliers (présent, passé composé, imparfait, futur, impératif).
- Les verbes de mouvement.
- C.V. et lettre de motivation.

EVALUATION

Contrôle Continu	100%
Interrogation écrite	40%
Interrogation orale	20%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	20%
Dossiers / Exercices	20%
Autres (à préciser) :%
Examen final	...%

100%

BIBLIOGRAPHIE

« La lingua italiana per stranieri » Corso Elementare ed Intermedio, Katerin Katerinov, BORIOSI, KATERINOV (M.C.), Edizioni Guerra-Perugia.

« Grammatica Essenziale della lingua italiana con esercizi », MEZZADRI (M.), Edizioni Guerra.

« Grammatica Essenziale della lingua italiana, Esercizi supplementari e test », MEZZADRI (M.), PEDERZANI (L.), Edizioni Guerra.

« 8000 Verbes italiens », Becherel.

«Italien, Petit Vocabulaire», DEL LITTO (V.), GOURSONNET (A.), Orphys

DECOUVERTE ITALIEN LV3 : INITIÉS

PASS1-6	Découverte Italien LV3 : Initiés		Année : 1	Semestres : 1+ 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	18 h
Intervenant			Langue	Italien
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Les élèves doivent être capables d'utiliser la langue italienne à l'oral en cours et doivent parvenir à réaliser des travaux individuels et collectifs. L'enseignement se fera en utilisant des supports écrits (voir bibliographie), auditifs et vidéos. Une participation très active de la part de l'élève est attendue.

CONTENU DU COURS

1 – Acquisitions orales :

- Comprendre les offres d'emploi.
- Comprendre un texte économique.
- Comprendre des instructions.
- Les formules téléphoniques.
- A l'hôtel et au restaurant.
- Raconter des histoires, des souvenirs...
- Donner des instructions.
- Comparer des personnes, des choses...
- Simulation d'entretien d'embauche : C.V., lettre de motivation, conversation téléphonique.
- L'entreprise italienne.

2 – Acquisitions écrites :

- Les adjectifs qualificatifs.
- Le comparatif d'égalité, de supériorité et d'infériorité.
- Les superlatifs.
- Les adjectifs démonstratifs.
- Les pronoms relatifs.
- Les pronoms indéfinis.
- Le conditionnel et le subjonctif
- Les verbes pronominaux.
- La concordance des temps.
- L'emploi du subjonctif.
- Difficultés et pièges de la langue italienne.
- C.V. et lettre de motivation.

EVALUATION

Contrôle Continu	100%
Interrogation écrite	40%
Interrogation orale	20%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	20%
Dossiers / Exercices	20%
Autres (à préciser) :%
Examen final	...%

100%

BIBLIOGRAPHIE

- « La lingua italiana per stranieri » Corso Elementare ed Intermedio, Katerin Katerinov, BORIOSI, KATERINOV (M.C.), Edizioni Guerra-Perugia.
- « Grammatica Essenziale della lingua italiana con esercizi », MEZZADRI (M.), Edizioni Guerra.
- « Grammatica Essenziale della lingua italiana, Esercizi supplementari e test », MEZZADRI (M.), PEDERZANI (L.), Edizioni Guerra.
- « 8000 Verbes italiens », Becherel.
- «Italien, Petit Vocabulaire», DEL LITTO (V.), GOURSONNET (A.), Orphys.
- « Italien commercial et économique », SANDRE (L.), L'hermes.
- »L'italien des affaires en 1000 mots », BELIN.
- « Come scrivere un C.V. efficace », COLBALCHINI CONTI (E.), Editore De Vecchi.
- La presse italienne : La Stampa, L'Espresso, Panorama, Espansione,...

DECOUVERTE CHINOIS LV3 : GRANDS DÉBUTANTS / INITIÉS

PASS1-6	Découverte Chinois LV3 : Grands débutants / Initiés	Année : 1	Semestres : 1+ 2
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée : 18 h
Intervenante		Langue	Chinois
Département Pédagogique		Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'aide de la nouvelle technique phonétique « pinyin-transcription » former les grands débutants + les débutants pour qu'ils puissent disposer de la faculté d'utiliser la langue chinoise contemporaine à l'oral, et les orienter vers l'application du langage business : acquisition linguistique des fondamentaux du management.

CONTENU DU COURS

1 – Communication orale

Grands débutants :

- Se présenter et saluer les autres : nom, nationalité, profession, famille, adresse.
- Dire son nom, comprendre des renseignements personnels sur les autres, parler de sa famille, comprendre les autres parler de leur famille, compter de 1 à 30.
- Réserver une chambre d'hôtel, compter de 31 à 61, dire et comprendre des numéros de téléphone, dire des dates.
- Parler d'un programme de voyage, dire des dates, lire et comprendre les horaires.
- Acheter un billet d'avion ou de train ; comprendre les horaires de train ou d'avion, comprendre et donner des directions, discuter avec des personnes de rencontre, compter de 61 à 100.
- Se faire enregistrer dans un hôtel, demander des renseignements sur les équipements de l'hôtel.
- Dire l'heure, dire ce que l'on aime ou ce que l'on aime pas, demander des habitations en Chine.
- Réserver une table au restaurant, commander un repas au restaurant, commander une consommation dans un café.
- Commander des chèques de voyage, demander le taux de change et demander l'ouverture d'un compte en banque.
- En ville, faire des achats : acheter des cadeaux, des vêtements, demander son chemin.
- Demander de l'essence dans une station-service, obtenir les services d'un garage, comprendre les signaux routiers, passer la douane, trouver une direction dans le métro pékinois, comprendre les renseignements sur les transports chinois.
- Prendre un rendez-vous chez le médecin, décrire ses symptômes, comprendre les prescriptions médicales.

Initiés :

- Remettre au même niveau des connaissances individuelles : se présenter correctement (nom, nationalité, niveau d'étude, spécialité, connaissance des langages, expérience de stage dans le domaine de recherche d'emploi, perspective du travail).
- Remettre au niveau : décrivez habituellement les habitudes et les loisirs de soi-même, présenter oralement sa famille (chaque membre de la famille et leur statut social, leur profession, leur habitudes et leur loisir).
- Tenir des conversations téléphoniques simples, établir des contacts avec des clients potentiels, utiliser des expressions informelles.
- Parler d'un travail particulier, demander des renseignements sur les conditions de travail, rédiger un curriculum vitae.
- Apprendre des vocabulaires nécessaires aux commerciaux et les mettre en application : le catalogue de fabrication, l'échantillon des produits, délai et la modalité de livraison, la facturation, la garanties, le surtaxe et le dédouanement.
- Imaginer travailler dans un magasin : présenter tous les rayons de magasin et leurs emplacements, présenter les produits aux clients et leurs prix, envisager le cas de réclamation.
- Savoir lire et comprendre en transcriptions les informations sur les annonces d'offre d'emploi concernant l'entreprise et le poste recherché.
- En cas de maladie : accident de route et de travail, consultation chez le médecin, dire les noms des organes du corps, décrivez précisément comment est arrivé l'accident et où avez-vous mal.

- Utiliser le chinois dans des situations professionnelles courantes, pratiquer le chinois avec aisance, et consolider ses connaissances en chinois.
- Pratiquer le chinois oral en vous situant dans 8 situations différentes :
 - dans une agence de voyages
 - au poste de secrétaire
 - à la recherche d'un emploi
 - un accident de travail
 - une campagne de vente
 - un billet à tarif réduit
 - s'implanter en Chine
 - à la douane

2 – Acquisitions grammaticales :

- Les chiffres.
- Le temps (l'expression des sept jours de la semaine, des quatre saisons, des semestres, des trimestres et des années).
- Le groupe nominal.
- Les verbes principaux et verbes irréguliers.
- Les phrases interrogatives.
- Les principaux marqueurs du temps : passé simple + présent + futur.
- Les pronoms.
- Les comparatifs.
- Adjectifs possessifs et démonstratifs.
- Impératif.
- Les verbes réfléchis.
- Les adverbes de fréquence et de la quantité.
- Proposition.

EVALUATION

Contrôle Continu	100%
Interrogation écrite	40%
Interrogation orale	20%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	20%
Dossiers / Exercices	20%
Autres (à préciser) :%
Examen final	...%

100%

BIBLIOGRAPHIE

China panorama – Approaching CHINESE, intermediate Chinese, Chinese for business, Chinese for tourism. Beijing, Langue et Culture press, 2005.