



PROGRAMME 2^{ème} ANNÉE

2011-2012

LEGENDE

LES SYMBOLES DE LA CODIFICATION	EXPLICATION
ECTS	European Credits Transfer System
UE	Unités d'Enseignement
C1	Cycle1 : Cycle Bachelor
UNITES D'ENSEIGNEMENT	
MKG	Marketing et politiques commerciales
ENV	Environnement de l'entreprise
FC	Finance-Contrôle
HO	Hommes & 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
MKG231	U.E. Marketing et politiques commerciales, ESCIP2, Semestre 3, Module n°1

ESCIIP - ANNEE 2011-2012
PROGRAMME DE LA 2^{ème} ANNEE
Semestre 3

Codes	Unités d'Enseignement	Coefficients	Crédits ECTS	Heures
	MARKETING ET POLITIQUES COMMERCIALES		7	
MKG231	Etudes de marché - Approche générale	3		24 h
MKG232	Marketing-Mix (Prix-Produit)	2		18 h
MKG233	Techniques quantitatives de gestion	2		15 h
	ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE		3	
ENV231	Droit des sociétés françaises et européennes	1		15 h
ENV232	Droit du crédit et du contentieux	1		12 h
ENV233	Economie et stratégie européenne	1		15 h
	FINANCE - CONTRÔLE		3	
FC231	Contrôle de gestion	3		24 h
	HOMMES & ORGANISATIONS		2	
HO231	Gestion des compétences Recrutement Formation	2		18 h
	LANGUES		5	
LAN231	Anglais	3		30 h
LAN232-233	Allemand ou Espagnol	2		24 h
	SYSTEMES D'INFORMATION & OPTIMISATION DES PROCESSUS		5	
SIO231	Logistique internationale	3		30 h
SIO232	Access	2		18 h
	TOTAL		25	
	MODULE PROFESSIONNALISATION, SUIVI DU PROJET PERSONNEL		4	
PPP231	Module "Stage Commercial"	3		
PPP232	Projet Professionnel : - Préparation à l'insertion professionnelle - Conférences Métiers / Internationales Tutorat "Stage Import-Export"	1		9 h 9 h
	TOTAL		4	
	PASSEPORT DEVELOPPEMENT PERSONNEL ET INTERNATIONAL		1	
PASS1-7	Sport / Découverte LV3 (Espagnol / Italien / Chinois) / Passeport ESCIIP / Associations étudiantes / International Business Games*	1		18 h
	TOTAL		1	
	TOTAL SEMESTRE 3		30	279 h

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

SEMESTRE 3

**UNITES
D'ENSEIGNEMENT
OBLIGATOIRES**

MARKETING **ET POLITIQUES COMMERCIALES**

- Etudes de marché – Approche générale
- Marketing – Mix (Prix – Produit)
- Techniques quantitatives de gestion

ETUDES DE MARCHÉ - APPROCHE GENERALE

MKG231	Etudes de marché – Approche générale		Année : 2	Semestre : 3
Cours	TD	Tutorat	Durée	24h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	3

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Ce cours a pour objectif de donner une vision exhaustive et pratique des études de marché. Les étudiants doivent savoir identifier de manière précise un objectif d'étude ainsi que la méthodologie à adopter, concevoir un questionnaire, construire un échantillon, maîtriser l'ensemble des techniques statistiques et être capable de donner des conseils sur la présentation du rapport résultant de l'étude.

COMPETENCES VISEES

A l'issue du cours les étudiants devront :

- connaître les différentes études tant qualitatives que quantitatives habituellement mises en oeuvre dans les entreprises, être capables d'utiliser ces différentes études. C'est-à-dire :
 - formuler correctement un problème d'étude,
 - choisir les méthodes et les techniques les mieux appropriées au problème posé,
- savoir être l'interlocuteur, le maître d'oeuvre des études dans l'entreprise : vis-à-vis des autres départements de l'entreprise et vis-à-vis des fournisseurs et prestataires de services extérieurs, notamment les sociétés d'études.

CONTENU DU COURS

1 – Introduction :

- le « pourquoi » des études
- le « comment » des études

2 – Les études documentaires :

- le pourquoi des études documentaires
- le comment des études documentaires :
 - utilisation des données secondaires
 - entretiens d'experts
 - études de cas

3 – Les études qualitatives :

- le pourquoi des études qualitatives
- le comment des études qualitatives :
 - les différents types (entretiens, réunions de groupe, sémiologie)
 - le traitement des données (analyse explicative, analyse structurale)
- les différentes applications qualitatives :
 - problèmes de stratégie globale marketing
 - problèmes relatifs aux variables du mix
 - problèmes de suivi

4 – Les études quantitatives :

- le pourquoi des études quantitatives
- le comment des études quantitatives
 - différenciation selon le commanditaire
 - les méthodes de recueil
 - le plan de sondage
 - le questionnaire
 - les traitements informatiques
 - l'analyse et la présentation des résultats
- les différentes applications quantitatives :
 - problèmes de stratégie globale marketing
 - problèmes relatifs aux variables du mix
 - problèmes de suivi

5 – Initiation au logiciel d'analyse des données SPSS

EVALUATION

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

BIBLIOGRAPHIE

Market : Etudes et recherches en marketing, Fondements méthodes, EVRARD (Y.), PRAS (B.), ROUX (E.), Editions Nathan, 1994.
Etudes de marché, Outils de la décision, DELBES (R.), TEYSSONNIERE DE GRAMONT (E.), Delmas & Cie, 1991.
La recherche marketing, LAMBIN (J.-J.), Ediscience International, 1990.
Les Etudes de Marché Documentaires, AUDRAS (M.), Editions DUNOD, 2001.

MARKETING – MIX (PRIX – PRODUIT)

MKG232	Marketing-Mix (Prix – Produit)		Année : 2	Semestre : 3
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	18 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Le cours a pour objectifs :

- Analyser les deux variables du MIX : produit et prix.
- Comprendre leurs enjeux (stratégique, tactique, opérationnel).
- Repérer les techniques permettant d'élaborer une politique produit et prix cohérente.
- Comprendre les enjeux majeurs de la politique produit aujourd'hui (gestion du portefeuilles produit de plus en plus complexe).
- La politique de marque au cœur de la politique produit.
- Etablir une cohérence entre politique Produit-Prix et les deux autres variables du MIX.

COMPETENCES VISEES

- Etre capable d'appréhender les contraintes d'une politique produit dans un environnement complexe.
- Trouver les solutions pour faire évoluer les deux variables du MIX dans le cadre d'une gestion de portefeuilles produits.
- Savoir doser les variables du MIX.
- Elaborer une politique de prix à visée tactique et opérationnelle (pression concurrentielle).

CONTENU DU COURS

1 – Concept produit :

- Dimensions du produit (tangibilité Vs service).
- Dimension psychologique et sociologique.
- Classification des produits.

2 – La gamme :

- Dimension.
- Fonction.
- Stratégie.
- Rôle dans la politique marketing.
- Evolution.

3 – Cycle de vie du produit :

- Description des 4 phases.
- Caractéristiques et contraintes des 4 phases.
- L'innovation produit : définition, importance, facteurs d'échecs et de succès.
- Stratégies de lancement.
- Cycle de vie international des produits.

4 – La marque :

- La politique de marque.
- Intérêt d'une stratégie de marque.
- Capital marque et valeur ajoutée.
- Marques et consommateurs (liens affectifs et bénéfice consommateur).

5 – La variable prix :

- Objectifs et contraintes de fixation d'un prix (concurrence, lois, coûts, consommateurs, gamme, rentabilité, rapport avec la distribution...).
- Méthodes de fixation d'un prix (demande, coûts, concurrence).
- Stratégies de prix.
- Le prix, une variable majeure aujourd'hui.
- Communiquer sur les prix.

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogation écrite	10%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	10%
Etude de cas en groupe	20%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	60%

100%

PRE-REQUIS

Marketing fondamental – Comportement du consommateur

BIBLIOGRAPHIE

Mercator, LENDREVIE, LINDON, Dundo éditeur, 8^{ème} édition, 2006.

Marketing Management, KOTLER, DUBOIS, Pearson Education, 11^{ème} édition, 2003.

Le Marketing Stratégique, LAMBIN (J.J.), Dunod, 6^{ème} édition, 2004.

Le marketing : fondements & pratiques, DUBOIS (P.L.), JOLIBERT (A.), 4^{ème} édition, Economica, 2005.

La fin des marques, VILLEMUS (P.), éditions d'Organisation, 1996, grand prix du livre de Management et Stratégie l'expansion et Mc Kinsey.

Revue française du marketing, ADETEM.

Décision marketing, AFM.

LSA, Point de vente, Marketing Magazine.

Packaging, mode d'emploi, DEVISMES (P.), Dunod, 2000.

Les marques, Capital de l'Entreprise, KAPFERER (J.N.), Eyrolles, septembre 2007.

Ce que marque veut dire, Marie-Claude SICARD, Editions d'Organisation.

TECHNIQUES QUANTITATIVES DE GESTION

MKG233	Techniques quantitatives de gestion		Année : 2	Semestre : 3
Cours	TD	Tutorat	Durée	15 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Ce cours aborde un des principes essentiels des statistiques, les tests d'hypothèses. On s'intéresse à examiner l'incertitude des expériences aléatoires ainsi que développer des approches qui aideront le gestionnaire à mieux gérer le risque. L'étudiant découvrira l'univers d'inférence statistique. La notion de test statistique et d'intervalle de confiance, d'égalité des moyennes, d'indépendance et de corrélation sont examinées en détail.

COMPETENCES VISEES

Développer des compétences au niveau de l'utilisation des outils techniques quantitatifs qui aideront l'étudiant à prendre des décisions dans des situations incertaines.

CONTENU DU COURS

Séance 1

Fonction de densité de probabilité :

- lois de distribution discrètes ;
- lois de distribution continues ;
- théorème central limite ;
- hypothèse statistique.

Séance 2

Tests d'hypothèse :

- test de la moyenne ;
- test de différence de moyenne ;
- test de *Student*.

Séance 3

Tests d'hypothèse :

- test de la variance ;
- test du coefficient de corrélation (coefficient de Pearson) ;
- test d'indépendance (*Khi-deux*).

EVALUATION

Deux évaluations écrites sont demandées (continues et finales). Une possibilité de demander un travail écrit (par groupe) qui sera rendu et défendu à la fin du cours. Ce travail pousse l'étudiant à confronter ses connaissances théoriques avec la réalité économique ou sociale. Ceci permet d'ajouter une dimension concrète à l'enseignement ainsi l'étudiant se rapprochera mieux de l'environnement de l'entreprise.

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%

PRE-REQUIS

Statistiques descriptives
 Mesure de tendance centrale
 Mesure de dispersion
 Mesure d'association

BIBLIOGRAPHIE

L'ouvrage de référence proposé est :

Keller, Statistics for management & economics, seventh edition (2005), Thomson, BROOKS/COLE.

D'autres ouvrages peuvent être consultés :

McClave, Benson et Sincich, *Statistics for business & economics*, Ninth edition, 2005, Pearson, Prentice Hall.

Curwin et Slater, *Quantitative methods for business decisions*, 2005, Thomson.

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

- Droit des sociétés françaises et européennes
- Droit du crédit et du contentieux
- Economie et stratégie européenne

DROIT DES SOCIÉTÉS FRANÇAISES ET EUROPEENNES

ENV231	Droit des sociétés françaises et européennes		Année : 2	Semestre : 3
Cours : 15 h	TD :	Tutorat :	Durée	15 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

Droit des sociétés françaises

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Appréhender les différentes structures de sociétés.
- Percevoir l'opportunité de ces structures (fiscal, juridique, gestion, ...).

CONTENU DU COURS

PARTIE 1 : LE DROIT COMMUN DES SOCIETES

Titre 1. La constitution de la société

Chapitre 1 : Le contrat de société

Section 1 : Le droit commun des contrats

- le consentement
- la capacité
- l'objet
- la cause

Section 2 : Les éléments spécifiques au contrat de société

- les apports
- la vocation aux bénéfices et la contribution aux pertes
- *l'affectio societatis*

Chapitre 2 : Formation et formalités

Section 1 : Statuts et formalités

- rédaction et signature des statuts
- formalités de publicité et d'immatriculation

Section 2 : La personnalité morale de la société

- identification de la société
- patrimoine de la société

Chapitre 3 : Les sanctions des irrégularités de constitution : les nullités des sociétés

Section 1 : Les causes de nullité

Section 2 : L'action en nullité

Section 3 : Les effets de la nullité

Titre 2. Le fonctionnement de la société

Chapitre 1 : Les acteurs

Section 1 : les dirigeants

- désignation des dirigeants
- pouvoirs des dirigeants
- responsabilité des dirigeants

Section 2 : les associés

- droit de vote
- droits financiers
- droits patrimoniaux (cession droits sociaux)

Chapitre 2 : Les résultats

Section 1 : les comptes annuels

Section 2 : l'affectation du résultat

- mise en réserve du résultat
- distribution du résultat

Titre 3. La disparition de la société

Chapitre 1 : La dissolution

Section 1 : Les causes de dissolution

- les causes de dissolution de plein droit
- les autres causes de dissolution
- la publicité

Section 2 : Les effets de la dissolution

Chapitre 2 : La liquidation et le partage

Section 1 : La liquidation

Section 2 : Le partage

PARTIE 2 : LE DROIT SPECIAL DES SOCIETES

Titre 1. Les sociétés à risque limité

Chapitre 1 : La société à responsabilité limitée : la SARL PLURIPERSONNELLE et l'EURL

Section 1 : La SARL

- Caractères
- Constitution
- Fonctionnement
 - La gérance
 - Contrôle de la gestion
 - Les décisions collectives
- Dissolution

Section 2 : L'EURL

- Caractères
- Constitution
- Fonctionnement
- Dissolution

Chapitre 2 : Les sociétés par action

Section 1 : La Société anonyme (SA)

- Constitution
 - Appel public à l'épargne
 - Sans appel public à l'épargne
- L'organisation et l'administration de la SA :

1/ Les dirigeants

-Structure classique : la SA avec conseil d'administration : organisation, pouvoirs et responsabilités

- a- le conseil d'administration
- b- le président du conseil d'administration
- c- la direction générale de la SA

-Structure nouvelle : la SA avec directoire et conseil de surveillance : organisation, pouvoirs et responsabilités

- a- le directoire
- b- le conseil de surveillance

2/ Les actionnaires et leur organisation en assemblée générale

- a- les règles communes
- b- les règles spécifiques

3/ Les organes de contrôle

4/ La place des salariés dans l'organisation

- Le fonctionnement de la SA

1/ Le financement de la SA

2/ Les résultats sociaux

3/ Les modifications du capital

- a- augmentation du capital
- b- réduction du capital
- c- rachat par la société de ses propres actions

- La disparition de la SA

1/ La transformation de la SA

2/ La dissolution de la SA

Section 2 : Les autres types de sociétés par action

- La société par actions simplifiée (SAS)
 - a- Constitution
 - b- Fonctionnement
 - c- La SASU : société par actions simplifiée unipersonnelle
- La société en commandite par actions (SCA)
 - a- Constitution
 - b- Fonctionnement

Titre 2. Les sociétés à risque illimité

Chapitre 1 : Les sociétés immatriculées (ayant la personnalité morale)

Section 1 : La société en nom collectif (SNC)

- Caractères
- Constitution
- Fonctionnement
- Dissolution

Section 2 : La société en commandite simple

- Caractères
- Constitution
- Fonctionnement
- Dissolution

Section 3 : La société civile (SCI)

- Caractères
- Constitution
- Fonctionnement
- Dissolution

Titre 2. Les sociétés à risque illimité

Chapitre 2 : Les sociétés non immatriculées (sans personnalité morale)

Section 1 : La société en participation

- Caractères
- Constitution
- Fonctionnement
- Dissolution

Section 2 : La société créée de fait

- Caractères
- Constitution
- Fonctionnement
- Dissolution

PARTIE 3 : LA SOCIETE EUROPEENNE

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%

BIBLIOGRAPHIE

Droit des sociétés, DCG 2, Dunod 2010

Droit commercial, Sociétés commerciales Dalloz 2010 mise à jour

DROIT DU CRÉDIT ET DU CONTENTIEUX

ENV232	Droit du crédit et du contentieux		Année : 2	Semestre : 3
Cours : 12 h	TD :	Tutorat :	Durée	12 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Comprendre le fonctionnement du système bancaire
- Appréhender les moyens de paiement civils et commerciaux
- Maîtriser le crédit court terme

CONTENU DU COURS

Première partie

CHAPITRE 1 : LES FONDEMENTS DU DROIT BANCAIRE

1 – Les sources

2 – Les techniques

3 – Réception de fonds du public :

- Réception de fonds à charge de restitution
- Fonds reçus du public
 - principe
 - fonds détenus en compte pour des associés ou dirigeants
 - fonds reçus des salariés
- Liberté de disposer des fonds
- Les opérations de crédits
 - avances de fonds
 - crédits par signature
 - caractère onéreux
 - crédit-bail
- Mise à disposition et gestion des moyens de paiement
 - notion de moyen de paiement
 - application

CHAPITRE 2 : ETABLISSEMENT DE CREDIT

1 – Notion légale d'établissement de crédit

2 – Eléments de la définition

3 – Notions d'établissement de crédit et d'établissement financier en droit européen

STATUT DES ETABLISSEMENTS DE CREDIT

CHAPITRE 1 : REGLES APPLICABLES A L'ENSEMBLE DES ETABLISSEMENTS DE CREDIT

1 – Conditions de l'accès à l'activité

2 – Activité, organisation et fonctionnement

CHAPITRE 2 : DIFFERENTES CATEGORIES D'ETABLISSEMENTS DE CREDIT

1 – Banque et société financière

- Banque
- Société financière

2 – Banques mutualistes et coopératives

3 – Caisses d'épargne et de prévoyance

4 – Crédit municipal

5 – Compagnies financières

ENCADREMENT ET CONTROLE DE L'ACTIVITE

CHAPITRE 1 : INSTITUTIONS DE CONTROLE ET D'ORIENTATION

1 – Institutions :

- Conseil national du crédit et du titre
- Comité de la réglementation bancaire et financière
- Comité des établissements de crédit et des entreprises d'investissement

2 – Commission bancaire :

- Surveillance de la gestion
- Contrôle du crédit
- Sanctions des irrégularités par la commission bancaire
- Redressement judiciaire

CHAPITRE 2 : ORGANISATION ET SERVICES PROFESSIONNELS

1 – Associations professionnelles

2 – Association française des établissements de crédit et des entreprises d'investissement

3 – Services professionnels

CHAPITRE 3 : DETERMINATION DES DEVOIRS PROFESSIONNELS

1 – Devoir de secret

2 – Devoir d'information

3 – Devoir de vigilance

4 – Responsabilités et sanctions

Deuxième partie

CHAPITRE 1 : COMPTES BANCAIRES

1 – Ouverture du compte

2 – Fonctionnement du compte

3 – Intérêts et commissions

4 – Saisie du compte

5 – Clôture du compte

CHAPITRE 2 : COMPTE COURANT

1 – Définition et caractères distinctifs

2 – Régime juridique du compte courant

3 – Clôture du compte courant

CHAPITRE 3 : LE CHEQUE

1 – Les parties lors de l'émission du chèque :

- Le tireur
 - règles générales
 - capacité du tireur
 - pouvoirs du tireur
 - tirage par représentant
- Le tiré
 - énumération limitative
 - sanctions
- Le bénéficiaire : étude générale
- Les obligations du bénéficiaire
- Les droits du bénéficiaire

2 – La forme du chèque :

- La formule de chèque
- Les mentions du chèque importance du formalisme
 - énumération des mentions
 - fonctions du formalisme
- La transmission du chèque
 - diversité des mécanismes de transmission du chèque

3 – La fonction du chèque :

- Les garanties de paiement du chèque
 - l'obligation légale de payer certains chèques
 - la provision, garantie légale du paiement du chèque
 - notion de provision
 - transfert de la propriété de la provision
- Les garanties conventionnelles du paiement du chèque
 - l'aval du chèque
 - le visa et la certification du chèque
- La procédure de paiement du chèque
 - la présentation au paiement
 - la réalisation du paiement
- Les effets du paiement
- Les incidents de paiement du chèque
 - cas d'opposition légitime
 - effets de l'opposition
 - main levée
- Refus de paiement
 - le refus de paiement pour absence de provision
 - l'interdiction bancaire
 - la situation du porteur
 - le refus de paiement illégitime
- Le paiement partiel du chèque

CHAPITRE 4 : LE PAIEMENT PAR CARTE

1 – Diversité de la technique des cartes de paiement et de crédit :

- Diversité des formes des cartes
 - diversité économique des cartes
 - classification juridique des cartes
- Pluralité des fonctions assurées par les cartes

2 – La mise en place d'un système de paiement par carte :

- Le réseau des commerçants
- Obligation de l'émetteur

- La mise en œuvre du paiement par carte
 - l'ordre de paiement
 - caractère irrévocable de l'ordre de paiement

Troisième partie

CHAPITRE 1 : NOTIONS GENERALES SUR LES EFFETS DE COMMERCE

1 – Notion d'effet de commerce

2 – Principes fondamentaux du droit des effets de commerce

CHAPITRE 2 : LA LETTRE DE CHANGE

1 – Existence juridique de la lettre de change

2 – Le paiement de la lettre de change

Quatrième partie :

1 – Opérations concernées

2 – Information du consommateur

3 – Contrat de crédit

4 – Incidence du contrat de crédit sur le contrat principal

5 – Dispositions diverses

Cinquième partie :

1 – Le règlement des situations de surendettement : le curatif

2 – La loi d'orientation n°98-657 du 29 juillet 1998

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

Droit du Crédit de Gavalda, éditions 2009

Netlris (Web)

NET PME (web)

ÉCONOMIE ET STRATÉGIE EUROPÉENNE

ENV233	Economie et Stratégie Européenne		Année : 2	Semestre : 3
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	15 h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Transférer des connaissances sur le fonctionnement de l'Union Européenne (UE-27).
- Acquérir des connaissances à partir de l'actualité européenne.
- Acquérir des compétences pour décoder l'information et pour anticiper les événements.

COMPETENCES VISEES

- Connaître le rôle de chaque institution européenne et celui des Etats-membres, avec les traités de Lisbonne.
- Connaître des mots-clés de compréhension de la dimension européenne : compétences, consensus, lobbying.
- Connaître et utiliser les sources d'information pertinentes (personnelles et/ou professionnelles).
- Elargir son point de vue du local au global et vice versa.

CONTENU DU COURS

- Les Etats membres de l'UE-27 et la zone euro (€-16)
- Les Traités de Lisbonne et les nouveautés juridiques et institutionnelles : président permanent du Conseil européen, Haut-Représentant pour les Affaires étrangères et la sécurité commune.
- Les institutions européennes (Commission européenne, Parlement européen, Conseil des ministres qui forment le « Triangle institutionnel »).
- Quelques politiques de l'UE-27 (en fonction de l'actualité).
- Suivi des activités de la présidence semestrielle du Conseil de l'UE (hongroise de janvier à juin 2011, polonaise de juillet à décembre 2011, danoise de janvier à juin 2012, chypriote de juillet à décembre 2012).
- La crise financière de 2008 et la réponse : le G-20.
- La crise budgétaire en Grèce et dans d'autres Etats membres de la zone euro.
- Fluctuations des monnaies : euro, dollar, yen, yuan. Conséquences géo-stratégiques sur les matières premières et l'énergie.
- Limites de l'Union Européenne (géographiques, politiques, stratégiques).
- Connaissances de base et outils d'analyse et de compréhension du domaine spécifique. Il s'agit d'identifier les acteurs, de comprendre quels sont les mécanismes essentiels, d'anticiper les évolutions.

EVALUATION

Contrôle Continu	40%
Interrogation écrite	...%
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

- Connaissances suffisantes sur la géographie politique de l'Union européenne (les 27, les pays candidats, les pays potentiels).
- Connaissances suffisantes sur la géographie politique de l'espace balkanique, de l'espace caucasien et de l'espace méditerranéen.
- Connaissances suffisantes sur les grandes étapes de l'Histoire européenne contemporaine (1945-1990, 1990-1995, depuis 1995).
- Approche régulière de l'information soumise à un esprit critique suffisant.
- Capacité suffisante d'analyse d'un même événement dans des cadres d'analyse différents ou complémentaires.

BIBLIOGRAPHIE

Comprendre le Traité de Lisbonne, SAURON, Gualino éditeur, 2008.

Votre entreprise face à 1992 / La marché unique européen, BOMMENSATH, éditions d'organisation, 1998.

Le guide pratique du marché unique / Objectifs 1992, VEVER, PELLEJERO, ETP1989.

La presse hebdomadaire, dont *Courrier international*.

Sites Internet :

Europa.eu (portail de l'Union Européenne).

Yahoo actualités.

EurActiv.com

Presseurop

Quelques blogs.

FINANCE - CONTRÔLE

➤ Contrôle de gestion

CONTRÔLE DE GESTION

FC231	Contrôle de Gestion		Année : 2	Semestre : 3
Cours	TD	Tutorat	Durée	24 h
Intervenante			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	3

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Connaître les objectifs du contrôle de gestion et ses missions principales.
Connaître les grands principes de l'élaboration budgétaire et les interactions entre les budgets.
Connaître les techniques de pilotage industriel.

COMPETENCES VISEES

Savoir établir et suivre des budgets d'activité.
Comprendre les différents types d'analyses pratiquées en contrôle de gestion, notamment industriel.

CONTENU DU COURS

Le contrôle de gestion et le système budgétaire
Les tableaux de bord
Le budget commercial : volume d'activité prévisionnel et budget des frais commerciaux
Le budget de production
Le budget d'approvisionnement
Les budgets administratifs et de la masse salariale
Les budgets de synthèse et de trésorerie
Le pilotage de l'activité industrielle

EVALUATION

Contrôle Continu	50%
Interrogation écrite *	50%
Interrogation orale	...%
Participation aux discussions	...%
Etude de cas en groupe ou exposé	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) : ...fiche lecture	... %
Examen final	50%

100%

* Interrogation de cours 20%, devoir surveillé 30%

BIBLIOGRAPHIE

Michel GERVAIS – Contrôle de gestion – Economica
Frédéric GAUTIER et Anne PEZET – Contrôle de gestion – Dareios
Bernard COIC et Patrick ROUSSEL - Fiches BTS Foucher Gestion – Foucher

HOMMES & ORGANISATIONS

➤ Gestion des compétences Recrutement Formation

GESTION DES COMPÉTENCES RECRUTEMENT FORMATION

HO231	Gestion des compétences Recrutement Formation		Année : 2	Semestre : 3
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	18 h
Intervenante			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Le cours de Gestion des ressources humaines a pour objectifs :

- d'identifier les outils relatifs au champ de la GRH
- d'analyser une problématique de GRH
- de définir les approches appropriées

COMPETENCES VISEES

- Acquérir une vision claire de la fonction RH et de sa contribution à la performance globale de l'entreprise.
- Comprendre les impacts d'une fonction RH qualifiée de partagée et la nécessité d'une implication des managers dans la mise en œuvre des politiques RH
- Disposer des connaissances nécessaires pour analyser une problématique RH relative au champ du recrutement, de la gestion des compétences et de la formation
- Savoir analyser une situation et proposer des solutions

CONTENU DU COURS

1 – Introduction à la fonction RH :

- Généalogie de la fonction RH
- Une fonction contingente de l'organisation
- Métiers, fonctions et actualités de la fonction

2 – Le recrutement :

- Le processus de recrutement
- Les évolutions dans les sources de recrutement
- Le e-recrutement

3 – La gestion des compétences :

- Essai de définition : de la notion de qualification à la notion de compétences
- Les implications en termes de GRH
 - la définition de l'emploi
 - la mesure de la performance
 - le référentiel de compétences

4 – La formation :

- Le plan de formation
- Les dernières évolutions réglementaires en matière de formation

EVALUATION

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

100%

BIBLIOGRAPHIE

«*Tous DRH*» coordonné par J.Marie Perretti. Les éditions d'organisation.

«*Gestion des Ressources Humaines : pratique et éléments de théorie* » de Loïc Gadin et alii. Ed DUNOD.

«*Ressources humaines*» de J.Marie Peretti. Ed VUIBERT.

«*Gestion des ressources humaines du modèle traditionnel au modèle renouvelé*» de Gilles Guérin et alii. Ed Les presses de l'université de Montréal.

«*Panorama de la GRH : définitions, questions et convictions*» de Sandra Bellier. Ed Liaisons, Entreprises et carrières.

«*Compétences en action*» sous la direction de Sandra Bellier. Editions Liaisons.

LANGUES

- Anglais
- Allemand
- Espagnol

ANGLAIS

LAN231	Anglais	Année : 2	Semestre : 3
Cours	TD	Tutorat	Durée : 30 h
Intervenante			Langue : Anglais
Département Pédagogique			Coefficients : 3

COURSE OBJECTIVES

- Verify and consolidate grammatical structures and vocabulary from 1st year ;
- Facilitate the acquisition of business vocabulary and Anglo-Saxon business concepts.
- Develop the skills to interact and communicate with native speakers in a variety of situations.

TARGETED COMPETENCES

Solid knowledge and practice of business communication skills in order to interact correctly in the real world of business activities (internships) :

- How to find an internship in English (CV, letter, interview)
- How to prepare and do a presentation (product presentation)
- How to write a letter of complaint
- Actively participate in a group meeting, with the aim of producing concrete proposals

COURSE CONTENT

CV's / letters of application (written grade)

Job interviews (oral grade)

Product presentation (oral grade)

Networking

Customer Services (written grade)

Marketing (case study, meeting, group memo – written grade)

Participation

ASSESSMENT

Contrôle Continu	60%
Interrogation écrite	25%
Présentation orale	25%
Participation aux discussions	10%
Examen final	40%

100%

REFERENCES

Documents and articles will be provided. Students will be expected to undertake individual and group research work in order to prepare classes.

ALLEMAND

LAN232	Allemand		Année : 2	Semestre : 3
Cours	TD	Tutorat	Durée	24 h
Intervenant			Langue	Allemand
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Développement de la capacité communicative dans un contexte professionnel.
- Consolider la connaissance des structures grammaticales avec un début de préparation au WiDaF.
- Appropriation d'un vocabulaire spécifique du monde de l'entreprise.

COMPETENCES VISEES

- Maîtrise les différents aspects de la communication professionnelle,
- Maîtriser les terminologies « marché », « produit » et « commerce de détail ».

CONTENU DU COURS

1 – L'approche linguistique des contextes concrets suivants :

- L'import/l'export
- Etude et analyse de marché
- L'analyse d'un produit : les composants d'un produit, la marque, le conditionnement, le cycle de vie d'un produit
- Le commerce de détail : les formes économiques, les lieux de vente, les méthodes de vente
- La mise en situation : travail au laboratoire de langues
 - La prise de rendez-vous, l'annulation, reportez un rendez-vous
 - La conversation téléphonique

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%
Etude de cas en groupe	...%
Etude de cas individuelle	...%
Présentation orale	...%
Dossiers / Exercices	...%
Autres (à préciser) : ...fiche lecture	... %
Examen final	40%

100%

BIBLIOGRAPHIE

Unternehmen Deutsch, Chancereel, London 2005.
Dialog Beruf 1 + 2, Hueber, Ismaning 2001.
Documents spécifiques donnés par le professeur.
Articles de la presse allemande.

ESPAGNOL

LAN233	Espagnol			Année : 2	Semestre : 3
Cours	TD	Tutorat	Durée	24 h	
Intervenante			Langue	Espagnol	
Département Pédagogique			Coefficients	2	

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Approfondissement des connaissances linguistiques dans le cadre de l'entreprise et développement de la capacité communicative dans un contexte professionnel afin de faciliter sur un niveau linguistique l'intégration au monde professionnel espagnol et hispano-américain.

COMPETENCES VISEES

- Connaissances profondes du vocabulaire du monde de l'entreprise dans les pays hispanophones ainsi que les lettres commerciales.
- De la candidature à l'embauche : connaissance des différentes étapes.
- Connaissance des mots clés dans le domaine du travail, de l'immobilière et de la banque.

CONTENU DU COURS

1 - Le monde de l'entreprise :

- Textes sur la situation actuelle des entreprises en Espagne.
- Profil des différents secteurs d'activité et les infrastructures comme leader mondial.

2 - Le marché du travail en Espagne :

- C.V. Europass.
- Offres d'emploi.
- Lettres commerciales.
- L'entretien d'embauche

3 - Les banques et l'argent :

- Situation du secteur financier en Espagne : bancos, cajas de ahorros etc
- Analyse des banques et explication de difficultés actuelles.
- La banque et internet.

EVALUATION

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

100%

BIBLIOGRAPHIE

Extraits des livres spécialisés sur le monde économique et commercial.
 Extraits de revues et journaux.
 Travail personnel de recherche et documentation.

SYSTEMES D'INFORMATION & OPTIMISATION DES PROCESSUS

- Logistique internationale
- Access

LOGISTIQUE INTERNATIONALE

SIO231	Logistique Internationale	Année : 2	Semestre : 3
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée : 30 h
Intervenant		Langue	Français
Département Pédagogique		Coefficients	3

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Aborder l'évolution de la logistique internationale dans le périmètre d'évolution des stratégies des entreprises : approche de la Supply Chain Management
- Comprendre les principes de négociation avec les intervenants de la logistique internationale.
- Comprendre la logistique internationale dans la vente internationale.
- Comprendre la réglementation propre au franchissement de frontières.

CONTENU DU COURS

1 – Evolution de la stratégie des entreprises : de la fonction production à la logistique et au Supply Chain Management. (Cours).

2 – Intervenants de la prestation logistique : les différents prestataires de la logistique internationale. (Cours).

3 – Les aspects juridiques liés à la logistique internationale (Cours).

- Contrat de transport terrestre, aérien, maritime, ferroviaire.
- Contrat de commission.

4 – Les différents périmètres de la vente internationale et la logistique internationale :

- Les documents d'accompagnement à l'export.
- Les INCOTERMS et rapports aux activités d'acheminement international
- La négociation des prestations de logistique internationale : aspects tarifaires. (Cours et exercices).

5 – Les échanges Intra et Extra Communautaires

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-PRESSE

Logistique magazine.
Stratégie logistique.
Le journal de la logistique.
Supply Chain Magazine

Transports actualités
Le MOC
L'Usine Nouvelle

WEBOGRAPHIE

<http://www.supplychainmagazine.fr>

<http://www.faq-logistique.com/>

<http://www.snagfa.com/>

<http://www.cesam.org/>

<http://www.autf.fr/>

<http://www.douane.gouv.fr/>

GESTION DE BASES DE DONNEES - ACCESS

SIO232	Gestion de Bases de données - ACCESS	Année : 2	Semestre : 3
Cours	TD	Tutorat	Durée : 18 h
Intervenant			Langue : Français
Département Pédagogique			Coefficients : 2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- donner à l'étudiant les notions de base sur la gestion de bases de données, afin de le rendre autonome dans ses besoins de gestion de l'information dans l'entreprise ;
- démontrer à l'étudiant que ces systèmes d'information sont des réponses économiques et fonctionnelles aux questions stratégiques et opérationnelles de l'entreprise.

COMPETENCES VISEES

- Amener les étudiants à maîtriser la théorie et la création d'une base de données sur le logiciel ACCESS.

CONTENU DU COURS

1- Méthodologie pour la création d'une base de données : la méthode MERISE

2- Découverte par l'exemple des notions élémentaires d'ACCESS :

- tables
- requêtes
- formulaires simples
- formulaires complexes avec requêtes
- états de synthèse
- macros simples

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%

BIBLIOGRAPHIE

*Manuels Microsoft ACCESS,
Tutoriels internet.*

MODULE PROFESSIONNALISATION, **SUIVI DU PROJET PERSONNEL**

- Module «Stage Commercial»
- Préparation à l'insertion professionnelle
- Tutorat Stage Import - Export

MODULE STAGE COMMERCIAL

PPP231	Module Stage Commercial		Année : 2	Semestre : 3
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	5 semaines
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	3

Ce module renvoie à l'ensemble constitué par l'évaluation donnée par le tuteur en entreprise, la note relative à la soutenance à l'issue du stage. Ce module fait l'objet de 3 crédits ECTS pour le semestre 3 (Stage + Soutenance).

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.

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

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

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.

PRÉPARATION A L'INSERTION PROFESSIONNELLE

PPP232	Préparation à l'insertion professionnelle	Année : 2	Semestre : 3
Cours	TD	Tutorat	Durée : 9 h
Intervenante		Langue	Français
Département Pédagogique		Coefficient	

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Permettre aux étudiants de comprendre les enjeux et les méthodes de recrutement en entreprise. Leur fournir les bases d'une lettre de motivation réussie. Les mettre en situation d'un entretien motivationnel.

CONTENU DU COURS

1 – Les bases de recrutement :

- recruter : le 1^{er} acte de management
- engager un recrutement
- mener l'entretien de recrutement
- les supports d'entretien (grille d'observation)
- prendre une décision
- intégrer le nouvel embauché
- accompagner le nouvel embauché
- les tests – l'étude graphologique
- les comportements gagnants

2 – La lettre de motivation :

- le fond
- la forme

3 – La démarche de l'entretien motivationnel :

- prise de contact
- prise de contrôle
- l'écoute active
- technique du miroir
- signes dans la communication
- structure en boucle de l'entretien
- comportements qui rendent réticents sur l'embauche

EVALUATION

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

100%

BIBLIOGRAPHIE

La lettre de motivation, LORETTE (P. de S.), Editions d'organisation, 1995.

La lettre de candidature et de motivation, MONNET (B.), Editions L'écrit, 1993.

Le guide du CV et de la recherche d'emploi, FLEURY (P.-E.), Editions First, 2001.

63 conseils pour se faire recruter, PAYET (G.), Top éditions, 01/01/95, p.77.

L'art de mener un entretien de recrutement décelez la perle rare, DOURY (J.-P.), Editions d'Organisation, 01/01/91, p.127.

Réussissez vos entretiens d'embauche, ROUDAUT (G.), L'Etudiant, 01/01/93, p.186.

Le recrutement des commerciaux : une technique de management, MANTIONE (F.) / MOULINIER (R.), Editions d'Organisation, 01/01/92, p.222.

Réussissez vos entretiens d'Embauche, ROUDAUT (G.), L'Etudiant, 01/01/91, p.159.

Comment conduire un entretien de recrutement ? : guide pratique pour les cadres d'entreprise, VERNE (E.), INSEP CONSULTING, 2000, p.174.

SEMESTRES 3 ET 4

**UNITES
D'ENSEIGNEMENT
OPTIONNELLES**

PASSEPORT DEVELOPPEMENT PERSONNEL ET **INTERNATIONAL**

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

SPORT

PASS1-6	Sport		Année : 2	Semestres : 3+ 4
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'ESCIPI,
- 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 : 2	Semestres : 3+ 4
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 COURS

- 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 :	2	Semestres :	3+4
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 : 2	Semestres : 3+4
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 : 2	Semestres : 3+4
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 : 2	Semestres : 3+4
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	...%
Étude de cas en groupe	...%
Étude 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 : 2	Semestres : 3+4
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.