



PROGRAMME 4^{ème} 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 & 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
MKG471	U.E. Marketing et politiques commerciales, ESCIP4, Semestre 7, module n°1

ESCIP - ANNEE 2011-2012
PROGRAMME DE LA 4^{ème} ANNEE
Semestre 8

Codes	Unités d'Enseignement	Coefficient	Crédits ECTS	Cours	TD	Total
MKG481	<u>MARKETING ET POLITIQUES COMMERCIALES</u> Négociation Achat-Vente	2	4	2*9 h		18 h
MKG482	Les indicateurs et tableaux de bord marketing	2		18 h		18 h
ENV482	<u>ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE</u> Droit du travail	1	1	15 h		15 h
FC481	<u>FINANCE - CONTRÔLE</u> Contrôle de gestion approfondi	2	2	18 h		18 h
HO481	<u>HOMMES & ORGANISATIONS</u> Management général	2	3	18 h		18 h
HO482		1		18 h		18 h
LAN482-483	<u>LANGUES</u> Allemand ou Espagnol	2	2		18 h	18 h
TOTAL			12			
PPP481	<u>MODULE PROFESSIONNALISATION, SUIVI DU PROJET PERSONNEL</u> Module "Stage Métier"	15	15			
PRO481	<u>MODULE PROJETS ET ETUDES</u> Négociation : Cas "Hewlett Packard"	1	2		15 h	15 h
PRO482		1		Gestion de projets		
TOTAL			17			
PASS1-7	<u>PASSEPORT DEVELOPPEMENT PERSONNEL ET INTERNATIONAL</u> Sport / Découverte LV3 (Espagnol / Italien / Chinois) / Passeport ESCIP / Associations étudiantes / International Business Games*	1	1			18 h
TOTAL			1			
TOTAL SEMESTRE 8			30	105 h	33 h	156 h

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

SEMESTRE 8

MARKETING ET POLITIQUES COMMERCIALES

- Négociation Achat – Vente
- Les indicateurs et tableaux de bord marketing

NÉGOCIATION ACHAT-VENTE

MKG481	Négociation Achat - Vente			Année : 4	Semestre : 8
Cours	TD	Tutorat		Durée	18h
Intervenants				Langue	Français
Département Pédagogique				Coefficients	2

PARTIE ACHAT

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Comprendre l'étendue des Métiers des Achats et leur importance.
- Découvrir la méthodologie et les techniques pour mener une bonne négociation

COMPETENCES VISEES

Etre capable d'intégrer un service achat en connaissant l'étendue de la fonction et de préparer des négociations d'achat.

CONTENU DU COURS

1 – L'impact des achats sur les flux financiers

2 – Les métiers et les différentes missions des achats

- marketing Achat, commercial, technique, administrative, logistique, juridique, communication

3 – Les réflexions à mener selon les types d'achat

- Les étapes du processus achat
- Les différents types de marchés

4 – Les objectifs de la négociation

5 – La préparation :

- Le dossier fournisseur
- Qui est notre interlocuteur ?
- Le diagnostic
- La répartition des rôles en interne

6– Le déroulement :

- Maîtriser sa communication
- La prise de contact
- Les bonnes postures et comportements
- Faire une proposition
- Savoir augmenter
- Les tactiques au cours de la négociation
- Techniques de rapprochement
- Les techniques de déstabilisation
- Sortir d'une impasse, rétablir le contact
- Conclure

7 – Contractualiser les accords :

- L'importance des conditions générales d'achat ou de vente

8 – Mettre en œuvre les accords

9 – Piloter et suivre les actions

10 – La spécificité du prix

11 – Les trucs des vendeurs

EVALUATION

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

100%

BIBLIOGRAPHIE

Méthode de négociation, Alain PEKAR, Aurélien COLSON, 2004. Dunod

La négociation d'achat, LE BAIL, 1998.

Négocier avec la grande distribution, CHINARDET (C.), Editions d'organisation, 2000.

Le commerce électronique : vendre en ligne et optimiser ses achats, HERVIER (G.), 2001.

PARTIE DEMARCHE COMMERCIALE

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Ce cours vise à appréhender l'importance de la démarche commerciale.

De plus il permet d'identifier les deux aspects essentiels de la partie amont de l'action commerciale : la prospection de nouveaux clients et la fidélisation des clients traitants.

CONTENU DU COURS

1- Prospecter et gagner de nouveaux clients

- bâtir son plan de prospection
- obtenir des rendez-vous qualifiés
- gagner la confiance du prospect
- réussir l'entretien du prospect

2- Développer un plan de fidélisation des clients

- identifier les moyens de fidélisation
- mesurer la satisfaction client
- prioriser les actions de fidélisation
- définir une politique et des objectifs spécifiques à chaque segment
- le service Plus
- mesurer les effets des actions entreprises

DUREE

Alternant travaux en promo et en équipe, ainsi que des simulations de prospection téléphonique notamment.

EVALUATION

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

LES INDICATEURS ET TABLEAUX DE BORD MARKETING

MKG482	Les indicateurs et tableaux de bord marketing			Année : 4	Semestre : 8
Cours	TD	Tutorat		Durée	18h
Intervenant				Langue	Français
Département Pédagogique				Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Le responsable d'entreprise a besoin d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs pour piloter son activité et prendre des décisions. A cet égard, un système d'information marketing composé de tableaux de bord est essentiel. L'objectif de ce séminaire est de définir et utiliser les indicateurs pertinents pour mesurer la performance et de construire le ou les tableaux de bord permettant de l'améliorer.

COMPETENCES VISEES

- * Savoir trier puis analyser les informations pléthoriques fournies par tous les services de l'entreprise et les traduire en données opérationnelles propres à la mise en œuvre des objectifs stratégiques et tactiques.
- * Approfondir l'esprit critique et le sens de l'analyse pour produire des recommandations ciblées.
- * Disposer de méthodes pour permettre la réactivité et piloter efficacement son activité.

CONTENU DU COURS

Contrôle et pilotage : objectifs, processus, limites.

Démarche de construction du tableau de bord en fonction des objectifs et des leviers d'action.

Choix et sélection des indicateurs et des références.

Organisation d'un système de tableaux de bord.

Indicateurs usuels du marketing opérationnel :

Politique de Prix : élasticité et élasticité croisée, yield management, effets promotionnels et rémanence

Politique de Distribution : modèles gravitaires, modèle théorique de la relation entre ventes et linéaire, indicateurs d'affluence, matrice des indices de sensibilité, etc.

Politique de Produit : Processus d'innovation et modèle de BASS

Politique de Communication : calcul d'audience, d'affinité, échelles de puissance, d'économie, GRP, modèle de Morgensztern, indices d'efficacité publicitaire, etc.

Autres indicateurs : efficacité de la force de vente, gestion de la relation client, outils matriciels de diagnostic stratégique, etc.

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

- Gestion prévisionnelle et mesure de la performance***, B. DORIATH, C. GOUJET, Dunod, 2^{ème} édition, 2005.
- Tableaux de bord et balanced scorecards***, C. MENDOZA, M-H. DELMOND, F. GIRAUD, H. LONING, A. DE FONT REAULX, Groupe Revue Fiduciaire, 2005.
- Concevoir le tableau de bord***, C. SELMER, Dunod, 2^{ème} édition, 2002.
- Méthodes et pratiques de la performance***, P. LORINO, Editions d'organisation, 2001.
- Gestion prévisionnelle et mesure de la performance***, B. DORIATH, C. GOUJET, Dunod, 2^{ème} édition, 2005.
- Indicateurs et tableaux de bord***, O. CERRUTI, B. GATTINO, AFNOR, 1992.
- Les nouveaux tableaux de bord des managers***, A. FERNANDEZ, Editions d'organisation, 2008.
- The balanced scorecard***, R.S. KAPLAN, D.P. NORTON, Harvard Business School Press, 1996.
- Etudes et recherches sur la distribution***, P. VOLLE, *Economica*, 2000.
- Statistique appliquée à la gestion***, V. GIARD, *Economica*, 8^{ème} édition, 2003.
- Etudes marketing appliquées***, E. VERNETTE, M. FILSER, J-L. GIANNELLONI, Dunod, 2008.
- Marketing du tourisme et de l'hôtellerie***, J-L. BARMA, Editions d'Organisation, 2004.
- Marketing et stratégie de la banque***, M. ZOLLINGER, E. LAMARQUE, Editions Dunod, 5^{ème} édition, 2008.
- Marketing des services***, C. LOVELOCK, J. WIRTZ, D. LAPERT, A. MUNOS, Pearson Education, 6^{ème} édition, 2008.

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

➤ Droit du travail

DROIT DU TRAVAIL

ENV482	Droit du travail		Année : 4	Semestre : 8
Cours	TD	Tutorat	Durée	15h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Appréhender l'organisation du travail, les conflits et leur gestion
- Comprendre le rôle des différents acteurs et intervenants de l'entreprise

CONTENU DU COURS

1 – Le recrutement, aspects juridiques :

- Rendre moins subjectif le recrutement : loi du 31 décembre 1992
- Obligation d'un écrit

2 – La norme : le contrat de travail à durée indéterminée :

- Le contrat à durée indéterminée, norme juridique
- La période d'essai

3 – Le pouvoir patronal :

- Le pouvoir de gestion et liberté d'entreprendre du chef d'entreprise
- Le pouvoir disciplinaire de l'employeur

4 – La suspension :

- Régime général de suspension
 - principaux cas de suspension
 - les effets de la suspension
- Les repos et les congés
 - le temps de repos
 - les congés spéciaux
- La maladie
 - maladie et suspension du contrat de travail
 - maladie et rupture du contrat de travail
 - maladies professionnelles et accidents du travail

5 – Mobilité du salarié et révision du contrat de travail :

- Le salaire
- La qualification
- Le temps de travail
- Le lieu de travail

6 – Le licenciement pour motif personnel :

- La procédure de licenciement pour motif personnel
 - convocation à l'entretien préalable
 - entretien préalable
 - notification motivée du licenciement du salarié
 - sanctions en cas de procédure irrégulière
- La cause réelle et sérieuse de licenciement

7 – La rupture amiable (Loi de modernisation de l'économie)

8 – La démission :

- « Volonté claire, sérieuse et non équivoque de démissionner »
- Respect du délai-congé par le salarié
 - durée du délai-congé
 - exécution du délai-congé
- La démission abusive
- La démission négociée
 - démission négociée individuelle, pour motif personnel
 - démission collective pour motif économique

9 – Les institutions représentatives du personnel :

- Le comité d'entreprise
 - présentation générale du comité d'entreprise
 - composition du comité d'entreprise
 - fonctionnement du comité d'entreprise
 - les attributions du comité d'entreprise
 - monopole de la gestion des activités sociales et culturelles
 - les attributions professionnelles du comité d'entreprise
 - les attributions économiques du CE après la LMS
- Les délégués du personnel

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

Sociétés françaises : S.A., S.A.S., S.A.R.L.

BIBLIOGRAPHIE

Droit du travail Francis Lefebvre.

FINANCE - CONTRÔLE

➤ Contrôle de gestion approfondi

CONTRÔLE DE GESTION APPROFONDI

FC481	Contrôle de Gestion Approfondi			Année : 4	Semestre : 8
Cours	TD	Tutorat		Durée	18 h
Intervenante				Langue	Français
Département Pédagogique				Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Connaître les principaux types d'analyses pratiquées en contrôle de gestion commercial.
Savoir établir un tableau de bord efficace.

COMPETENCES VISEES

Savoir établir et suivre les budgets de ventes et de frais de distribution.
Savoir analyser les ventes et la rentabilité des actions commerciales.
Savoir calculer les marges et la rentabilité des unités commerciales.
Savoir mettre en place un tableau de bord efficace.

CONTENU DU COURS

Le tableau de bord : révision des principes de construction et élaboration d'un tableau de bord (cas pratique).
Le budget commercial : révision.
L'analyse des ventes : théorie et cas pratiques.
Marges et rentabilité des unités commerciales.

EVALUATION

Contrôle Continu	50%
Interrogation écrite	30%
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	...%
Examen final	50%
	100%

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

- Management général
- Management Interculturel

MANAGEMENT GÉNÉRAL

HO481	Management général		Année : 4	Semestre : 8
Cours	TD	Tutorat	Durée	18h
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET COMPETENCES VISEES

- Dresser un panorama général du management des hommes.
- Développer une approche de ce qu'est une équipe et de son mode de fonctionnement.
- Connaître les principaux axes d'action relatifs au management des hommes et des équipes.
- Découvrir et expérimenter des outils du management d'équipe (organisation, gestion des tâches, motivation, contrôle).
- Analyser une situation de management et mettre en œuvre des solutions d'amélioration.
- Appliquer au travers de mises en situation.

CONTENU DU COURS

- **Qu'est-ce que le management ?**
 - Ne pas faire, faire faire, ne pas laisser faire.
- **Planifier :**
 - Planifier pour se rendre maître de son destin : les trois phases du processus de planification.
 - Les lois du temps.
 - Quelques outils de planification (Matrice de Eisenhower, rétroplanning)
- **Organiser :**
 - Organiser à mesure que l'entreprise grandit : modèle d'évolution organisationnelle de Larry Greiner
 - Les rôles dans une équipe : expérimentation du travail d'équipe et modélisation (Raymond Belbin)
- **Motiver :**
 - Modélisations et lois de la motivation
 - Approche expérimentale, motivation intrinsèque et extrinsèque
 - La pyramide de Maslow
- **Contrôler :**
 - Pourquoi et comment ? Nécessité et limites.
- **La prise de décision :**
 - Expérimentation de la prise de décision collective
 - La méthode Delbecq
- **Ethique et prévention :**
 - La responsabilité du manager
 - L'équilibre « recherche de performance » et « respect de l'humain »
- **L'animation et la direction d'une équipe :**
 - Gérer les individualités dans un collectif
 - Les apports de la théorie de la personnalité (typologie Jungienne)
 - Etudes de cas
 - Initiation au coaching

CONTROLE

La note d'examen sur table compte pour 60%

Le sujet proposera des études de cas et des questions de cours.

La note de contrôle continu compte pour 40%

La note de contrôle continu est calculée à partir des exercices de sous-groupes réalisés en TD (50%) et d'une note de participation individuelle (50%)

Des exercices réalisés en sous-groupes sont notés lors des TD (la note est annoncée immédiatement)

La note de participation individuelle est de 10/20 au départ du premier TD. A la fin de chaque TD, l'enseignant crédite individuellement chaque étudiant de +2,5 points, +0 point ou -2,5 points en fonction de l'observation d'un comportement positif,

neutre ou négatif. Le comportement observé est celui attendu d'un manager (ponctualité, esprit d'équipe, capacité à écouter et prendre en compte les avis différents, capacité à négocier, capacité à motiver, respect du travail collectif, exemplarité...)

ELEMENTS BIBLIOGRAPHIQUES

- Christian THUDEROZ, *Histoire et sociologie du management*, Presses polytechniques et universitaires romandes, Lausanne, 2006
- Raymond Alain THIETART, *Le management*, PUF Que sais-je ? , Paris 1980
- Larry GREINER, *Evolution and revolution as organisations grow*, Harvard Business Review, 1972 (texte intégral sur <http://www.ils.unc.edu/daniel/131/cc04/Greiner.pdf>)

MANAGEMENT INTERCULTUREL

HO482	Management Interculturel		Année : 4	Semestre : 8
Cours	TD	Tutorat	Durée	18h
Intervenants			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIVES PEDAGIQUES

- Sensibiliser les étudiants à la civilisation, à la culture et à la façon de travailler des zones différentes.
- Faire reconnaître des similitudes et les divergences dans le monde de travail et des affaires
- Faciliter la compréhension et l'interaction dans ces contextes culturels.
-

3 zones géographiques :

L'Amérique Latine
L'Europe de l'Est
La Chine

COMPETENCES VISEES/CONTENU DU COURS (Chine)

Introduction

- I. Première partie : revue des notions de management interculturel appliquée à la société chinoise aujourd'hui. :

Les facteurs de différentiation :

(notion de distance, espace...)

Langue et l'écriture chinoise

Les régions

Organisation et distance hiérarchique

Collectivisme et individualisme

La parité hommes/femmes

- II. Deuxième partie : l'économie chinoise

Histoire/géographie

Structures et politiques

Le droit et le système juridique

Les entreprises chinoises

- III. Management : les facteurs déterminants

EVALUATION

Contrôle Continu Ecrit	0%
Examen écrit	...%
Examen oral	...%
Participation	...%
Etude de Cas en groupe	...%
Etude de cas individuel	...%
présentation orale	...%
Exercices	...%
Autres (à préciser) :%
Examen final	100%

LANGUES

➤ Allemand

➤ Espagnol

ALLEMAND

LAN482	Allemand	Année : 4	Semestre : 8
Cours :	TD : 18 h Tutoring :	Durée	18 h
Intervenant		Langue	Allemand
Département Pédagogique		Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- L'approfondissement et l'extension des acquis en allemand commercial et économique de l'entreprise
- La communication entre les différents acteurs commerciaux – entre les services et avec les prestataires.

COMPETENCES VISEES

- Acquérir le lexique et les structures de l'allemand pour :
 - savoir présenter des analyses / tableaux / ordre du jour
 - savoir exprimer une réclamation et y répondre
 - savoir s'exprimer au niveau des rendez-vous à proposer, fixer, confirmer, annuler

CONTENU DU COURS

1 – Approche marketing : Comparer la présentation des pages Internet :

- Analyser les moyens différents de la promotion
- Comparer le marché allemand et le marché français à ce niveau

2 – Présenter une entreprise à ses clients :

- Présenter les départements et leurs activités
- Expliquer les activités en fonction du client

3 – Traiter les réclamations

- Intervenir par mail sur une livraison présentant des défauts
- Intervenir pour des problèmes de paiement

4 – Revoir des points grammaticaux en vue du WiDaF

- Passif, phrases subordonnées
- Lexique de l'entreprise et de la correspondance commerciale

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

Des articles de la presse germanophone et des documents de travail seront distribués pendant le cours.
Braunert, Schlenker; Unternehmen Deutsch Aufbaukurs; Klett-Verlag, Stuttgart, 2005

ESPAGNOL

LAN483	Espagnol		Année : 4	Semestre : 8
Cours	TD	18 h	Tutoring	Durée : 18 h
Intervenante			Langue	Espagnol
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Maîtrise communicative complexe des thèmes économiques, avec un emploi précis du vocabulaire en expression écrite et orale dans le cadre du monde économique.

COMPETENCES VISEES

- Renforcement et perfectionnement des acquis en langue espagnole, en compréhension de l'écrit et de l'oral (en interaction et à partir des documents audiovisuels), et en expression écrite et orale, dans le cadre d'une communication professionnelle et quotidienne.
- Complément des connaissances culturelles de l'aire hispanique pour une meilleure capacité relationnelle avec les sociétés concernées.

CONTENU DU COURS

1 – La communication et le marketing :

- Le consommateur et le produit, des comportements en évolution.
- La presse spécialisée, la publicité, Internet.
- Savoir négocier : travail au laboratoire de langues

2 – Parcours culturel :

- L'art et les Musées en Espagne et en Amérique Latine.
- La révolution mexicaine et la notion de frontière dans l'art visuel
- Le cinéma espagnol témoin du dynamisme, l'exemple d'Almodovar.

EVALUATION

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

100%

BIBLIOGRAPHIE

Cours interactifs et basés essentiellement sur la communication.
 Travail sur des supports variés et authentiques en groupe ou en autonomie.
 Travail de lecture et de recherche personnel.

MODULE PROFESSIONNALISATION, **SUIVI DU PROJET PERSONNEL**

➤ Module Stage Métier

MODULE STAGE MÉTIER

PPP481	Module Stage Métier		Année : 4	Semestre : 8
Cours	TD	Tutoring	Durée	18 semaines
Intervenant			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	15

Ce module renvoie à l'ensemble constitué par l'évaluation donnée par le tuteur en entreprise, la note relative au document (rapport) produit à l'issue du stage et la note de soutenance du rapport. Ce module fait l'objet de 15 crédits ECTS pour le semestre 8 (Stage + Rapport + Soutenance).

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Le Stage Métier a pour objectif de consolider le Projet Professionnel de l'étudiant. Celui-ci travaille en équipe dans le cadre d'une mission où il exerce une responsabilité déléguée et personnelle concernant un aspect essentiel de la mission. Ce qui met en valeur ses capacités à s'investir, à prendre des responsabilités, à jouer un rôle d'acteur fort au sein d'un projet fort.

DEROULEMENT DU STAGE

A partir du lundi 7 mai 2012 – durée de 18 semaines minimum. Le stage se termine au plus tard **le vendredi 28 septembre 2012**.

Le thème du Stage Métier devra faire l'objet d'un accord entre le stagiaire, l'entreprise et la Direction Pédagogique de l'ESCIP et doit faire l'objet d'une fiche dûment signée pour accord, puis d'une convention de stage. Le stage se termine par la rédaction d'un rapport de missions de 30 pages (5 sur l'entreprise, 15 sur les missions, 10 sur l'analyse) hors annexes.

L'étudiant doit y inclure un bilan de compétences (bilan professionnel et personnel) de début de carrière.

CRITERES D'EVALUATION

Quel que soit le lieu de réalisation, le rapport **doit être rédigé en français** et rendu au plus tard le **lundi 15 octobre 2012**. Les soutenances orales en groupes de 4 étudiants, devant un Département Pédagogique, se dérouleront à partir du **lundi 29 octobre 2012**.

Concernant les modalités de la soutenance orale, chaque étudiant présentera son stage pendant 10 minutes. Cette présentation sera suivie par des questions-réponses avec le Département Pédagogique et les autres étudiants présents.

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.

MODULE ENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

- Négociation : Cas "Hewlett Packard"
- Gestion de projets

NEGOCIATION : CAS "HEWLETT PACKARD"

PRO481	Négociation : Cas "Hewlett Packard"		Année : 4	Semestre : 8
Cours :	TD : 15h	Tutorat :	Durée	15h
Intervenants			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficient	1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Former les étudiants à la négociation, au relationnel, à la méthodologie et à l'organisation d'une journée pour un commercial, ainsi qu'aux méthodes « upselling » pour accroître la rentabilité, et les préparer ainsi pour les concours dédiés aux ESCIP5 (Négociales et Concours de Négociation à Deauville).

CONTENU DU COURS

Suite à une présentation d'HP, du marché informatique et des acteurs, nous faisons un rappel des principes théoriques sur la vente, la stratégie et le marketing. Après une sensibilisation des étudiants sur le quotidien du commercial et l'organisation de son travail, nous distinguons la vente de la négociation qui pour sa part, fait partie de toute relation dans tous les services. Nous insistons également à la traduction du cycle de décision et au suivi clientèle.

Application de cette théorie au travers de plusieurs cas pratiques réalisés en groupe (minimum 3).

Débriefing après chaque prestation (de l'étudiant, de la classe et de notre part côté HP), pour en tirer le maximum de points d'amélioration.

EVALUATION

Remise de 2 cas en amont pour la classe, puis passage individuel durant 15min et notation sur 20 selon la grille d'évaluation préalablement communiquée.

GESTION DE PROJETS – ÉVÉNEMENT / ORGANISATION

PRO472	Gestion de projets – Événement / Organisation		Année : 4	Semestres : 7 et 8
Cours :	TD :	Tutorat :	Durée	2h
Intervenants			Langue	Français
Département Pédagogique			Coefficients	2

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Organiser en groupe un projet qui contribue à la maîtrise des fondamentaux de l'organisation en mode projets en s'appuyant sur une famille de méthodes et d'outils à la fois efficaces, peu complexes et répandus. La « Gestion de Projet » constitue un module d'apprentissage par expérience qui nécessite une démarche spécifique. Le projet englobe les principaux éléments suivants :

- la gestion des relations humaines internes au groupe,
- la gestion des relations avec les partenaires (mécènes, sponsors, participants...),
- la gestion du temps et le respect des délais,
- la responsabilité du compte d'exploitation du projet,
- la réalisation d'un document relatant l'ensemble du projet.

SUIVI PEDAGOGIQUE

Un séminaire méthodologique et un suivi des groupes projets sont assurés par des professeurs intervenants. Ils mettront l'accent sur les thématiques suivantes :

- la problématique de la gestion de projet,
- les contours et l'organisation d'un projet,
- l'identification et le cadrage du projet (diagnostic, mesure des risques, faisabilité, pertinence),
- les acteurs et les découpages d'un projet,
- la planification et le pilotage d'un projet,
- la capitalisation d'expérience.

DEROULEMENT

Constitution de plusieurs **groupes de 6 étudiants**.

LES JALONS	LA PROCEDURE	LE CALENDRIER ³
Constitution <u>des groupes de 6 étudiants</u> et communication des projets	Le formulaire est à transmettre par Email à l'assistante pédagogique	Au plus tard pour le <u>19 septembre 2011</u>
Remise des dossiers ⁴ pour validation et inscription définitive dans les projets	Dossiers à remettre, en version papier, à <u>l'assistante pédagogique</u>	Au plus tard pour le <u>10 octobre 2011</u>
3 jurys* de présentation, suivi et soutenance des projets	20 mn par groupe projet	3 dates à fixer ultérieurement en octobre 2011, janvier et mars 2012

*Tenue irréprochable exigée lors des jurys

³ Les étudiants qui ne respectent pas ces dates n'auront pas le choix des groupes et des projets.

⁴ La remise d'un dossier (**rapport de présentation approfondie**) présentant le projet, ses objectifs, les conditions de sa réalisation, la répartition des tâches au sein du groupe, les contacts extérieurs potentiels, le retro planning, le financement, le budget prévisionnel détaillé.

QUELQUES REGLES

- tout document diffusé (dossier sponsoring, dossier presse, affiche, invitation...) doit être validé par l'école, notamment par la Responsable Communication,
- la Responsable des Relations Ecole – Entreprises doit être informée de tout contact avec des partenaires ou des sociétés locales avant que celui-ci n'ait lieu,
- la date de réalisation du projet est fixée dès sa validation. Le projet doit être entièrement terminé à la date indiquée.

EVALUATION

La rédaction d'un rapport d'une quinzaine de pages minimum reprenant le contenu du projet, les modalités de choix, ses objectifs, mettant en avant les résultats obtenus et analysant précisément les acquis, les difficultés rencontrées et les solutions apportées, les points forts du projet, les erreurs à éviter et les modifications à prévoir si le projet devait être reconduit. Les annexes regrouperont les documents suivants : courriers, factures, maquettes et invitations... Ce rapport doit être remis, à l'assistante pédagogique, deux semaines après la date de réalisation du projet et au plus tard **le 26 mars 2012**.

La soutenance orale pour présenter les résultats du projet a lieu durant la semaine **du lundi 2 avril 2012**.

Critères d'évaluation :

- l'aboutissement du projet,
- les conditions de réalisation (investissement et motivation, qualité des initiatives, répartition des rôles, entente dans le groupe, respect des délais, prise en compte des consignes, gestion du budget...),
- la qualité du rapport,
- la qualité de la soutenance,
- la qualité et l'efficacité de la communication réalisée autour de l'évènement (communiqués de presse, articles dans la presse, communication dans les autres médias...)

SUIVI ADMINISTRATIF

La création d'une association n'est pas obligatoire pour disposer d'un moyen de paiement. L'ESCIP met à votre disposition des solutions de paiement pour faciliter la bonne conduite de votre projet (Contacter la secrétaire générale à ce propos).

La création d'une association nécessite certaines démarches administratives et implique un certain nombre d'obligations, ainsi que l'aval de la Direction de l'école. Il vous faut à cet effet, fournir à la Directrice de l'école un dossier reprenant la liste des membres du groupe projet, sa mission et les motivations nécessitant la création d'une association.

Une fois son accord obtenu, vous pourrez alors vous diriger vers la scolarité, qui vous fournira la procédure à suivre pour la création d'une association.

NB : L'ESCIP N'ASSURE AUCUNE RESPONSABILITÉ CONCERNANT LES PROJETS DÉFAILLANTS SUR LE PLAN FINANCIER. LES ÉTUDIANTS ENGAGENT LEUR RESPONSABILITÉ DANS UNE TELLE SITUATION. EN OUTRE, EN AUCUN CAS, LES BÉNÉFICES SERONT DISTRIBUÉS À TITRE PERSONNEL AUX ÉTUDIANTS.

SEMESTRES 7 ET 8

UNITES D'ENSEIGNEMENT OPTIONNELLES

PASSEPORT DEVELOPPEMENT PERSONNEL ET INTERNATIONAL

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

SPORT

PASS1-6	Sport		Année : 4	Semestres : 7+ 8
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 : 4	Semestres : 7+8
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 : 4	Semestres : 7+8
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 : 4	Semestres : 7+8
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 : 4	Semestres : 7+8
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 : 4	Semestres : 7+8
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 : 4	Semestres : 7+8
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.