

## MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT

### Options :

Comptabilité

Audit et contrôle

Entrepreneuriat et nouvelles technologies de l'information

Finance

Gestion des actifs financier

Management

Marketing (double diplôme)

### Langue principale d'enseignement :

Français  Anglais  Arabe

Campus où le programme est proposé : CFDSS (toutes les options), CZA (option : management)

## OBJECTIFS

---

### • Master en gestion et management, option : comptabilité - audit et contrôle

Le but de ce master est de développer la compétence de l'étudiant au niveau de la gestion de la dynamique des chiffres dans l'entreprise et les autres institutions, et de le préparer d'une façon polyvalente à des fonctions de cadre en comptabilité, audit interne ou de contrôle de gestion.

### • Master en gestion et management, option : entrepreneuriat et nouvelles technologies de l'information

Ce Master aide l'étudiant à démarrer une nouvelle entreprise, à changer de carrière ou à progresser dans une organisation actuelle. Le programme dote l'étudiant des compétences techniques et du leadership nécessaires pour faire un impact dans une entreprise, dans une communauté et à l'international.

### • Master en gestion et management, option : finance

Ce programme prépare les étudiants à la finance d'entreprise avec un large spectre d'applications : valorisation de l'innovation, analyse financière des sociétés commerciales, appréciation des fusions-acquisitions. Les étudiants apprennent à développer une perspicacité et une vue d'ensemble sur la finance d'entreprise, pour s'engager dans la prise de décision complexe à toutes les étapes du développement de l'entreprise, ouvrant les portes à de nombreuses carrières passionnantes.

### • Master en gestion et management, option : gestion des actifs financiers

Le Master en gestion des actifs financiers expose les étudiants aux marchés financiers et les familiarise avec les techniques de change et la gestion de patrimoine, en plus de l'approfondissement de leur connaissance du secteur bancaire.

### • Master en gestion et management, option : management

Ce programme vise à développer les compétences en management des étudiants et à les préparer à assumer des postes de cadres dans les entreprises de tout secteur, avec une orientation particulière vers les aspects du management général.

### • Master en gestion et management, option : entrepreneuriat et nouvelles technologies de l'information

Ce Master aide l'étudiant à démarrer une nouvelle entreprise, à changer de carrière ou à progresser dans une organisation actuelle. Le programme dote l'étudiant des compétences techniques et du leadership nécessaires pour faire un impact dans une entreprise, dans une communauté et à l'international.

### • Master en gestion et management, option : marketing (double diplôme)

Ce programme se déroule en partenariat entre la Faculté de gestion et de management de l'Université Saint-Joseph de Beyrouth et l'IAE de l'Université François Rabelais de Tours.

Le Master marketing vise à former des responsables marketing dans les entreprises ou celles désirant renforcer leurs activités de marketing. Il vise à développer la capacité d'analyse d'une situation de concurrence sur les marchés d'une entreprise, à initier les étudiants à la mise en place d'actions marketing adaptées et à porter un regard critique mais réactif sur les évolutions en cours.

## COMPÉTENCES

---

- Application des TIC comme outils de communication, d'information et de gestion
- Capacités relationnelles et de communication
- Compréhension de la dynamique des organisations dans leurs rouages de gestion
- Connaissance de l'environnement des affaires dans ses dynamiques fondamentales
- Développement personnel et créativité
- Maîtrise de la dynamique des modèles quantitatifs, des finances de l'entreprise et de l'environnement économique
- Reconnaissance de l'importance de la personne dans les activités internes de l'entreprise et dans ses relations externes
- Sens de l'éthique et des valeurs.

## CONDITIONS D'ADMISSION

---

- Titulaire d'une licence en gestion et management ou d'un diplôme équivalent
- Étude du dossier
- Entretien avec le comité des Masters.

## EXIGENCES DU PROGRAMME

---

**120 crédits : UE obligatoires (100 crédits dont 40 en tronc commun), UE optionnelles fermées (20 crédits)**

### **UE obligatoires - Tronc commun (40 Cr.)**

Business Plan (4 Cr.). Gestion stratégique (4 Cr.). Problématiques de prise de décision en gestion (4 Cr.). Méthodologie de la recherche (4 Cr.). Projet de mémoire (20 Cr.). Quantitative Research Methods (4 Cr.).

### **UE optionnelles fermées (20 Cr.), à choisir de la liste suivante :**

Communication institutionnelle (4 Cr.). Human Resources (4 Cr.). Commerce et échanges internationaux (4 Cr.). Consumérisme (4 Cr.). Customer-Focused Innovation (4 Cr.). Data Management and Analytics (4 Cr.). Digital Transformation Management (4 Cr.). Économie de la concurrence (4 Cr.). Enjeux contemporains de la communication (4 Cr.). Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement (4 Cr.). Introduction to ESG Investing (4 Cr.). Mastering the Professional Environment (4 Cr.). Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit (4 Cr.). Analyse de conjoncture (4 Cr.). Financial performance management (4 Cr.)

### **UE obligatoires - Option : comptabilité - audit et contrôle (60 Cr.)**

Analyse financière appliquée (4 Cr.). Comptabilité approfondie de gestion (4 Cr.). Comptabilité supérieure (4 Cr.). Contrôle interne et gestion des risques (4 Cr.). Fiscalité et aspects juridiques de l'entreprise (4 Cr.). Audit et censure comptable (4 Cr.). Diagnostic de l'entreprise (4 Cr.). Finance approfondie (4 Cr.). Mémoire (24 Cr.). Théorie et informations comptables (4 Cr.).

### **UE obligatoires - Option : entrepreneuriat et nouvelles technologies de l'information (60 Cr.)**

Finance for Entrepreneurs and Fundraising Strategies (4 Cr.). Gestion de la chaîne logistique (4 Cr.). Governance and Ethics (4 Cr.). Market Strategy (4 Cr.). Stratégie de marketing pour entrepreneurs (4 Cr.). Conception de sites de commerce (4 Cr.). Création et gestion d'entreprise (4 Cr.). Intrapreneurship (4 Cr.). Project Management (4 Cr.). Mémoire (24 Cr.).

### **UE obligatoires - Option : finance (60 Cr.)**

Foundations of Risk Management (2 Cr.). Financial Reporting and Analysis (4 Cr.). Mergers and Acquisitions (4 Cr.). Advanced Financial Markets (4 Cr.). Finance approfondie (4 Cr.). Gestion portefeuille d'actions (4 Cr.). Marchés à terme et d'options (4 Cr.). Mémoire (24 Cr.). Financial Data Analytics and Programming (4 Cr.). Compliance, Ethics and Regulations in Finance (2 Cr.). Introduction to Cryptocurrencies (2 Cr.). Economics of Big Data and AI (2 Cr.)

### **UE obligatoires - Option : gestion des actifs financiers (60 Cr.)**

Analyse graphique (2 Cr.). Financial Econometrics (4 Cr.). Gestion d'institutions financières (4 Cr.). Ingénierie financière (4 Cr.). Advanced Financial Markets (4 Cr.). Financial Data Analytics and Programming (4 Cr.). Gestion portefeuille d'actions (4 Cr.). Marchés à terme et d'options (4 Cr.). Compliance, Ethics and Regulations in Finance (2 Cr.). Mémoire (24 Cr.). Introduction to Cryptocurrencies (2 Cr.). Economics of Big Data and AI (2 Cr.)

### **UE obligatoires - Option : management (60 Cr.)**

Analyse de situation (4 Cr.). Innovation Management (4 Cr.). Management international (4 Cr.). Market Strategy (4 Cr.). Organization Design (4 Cr.). Négociation (4 Cr.). Operations Management (4 Cr.). Processus opérationnels et structures d'entreprises (4 Cr.). Project Management (4 Cr.). Mémoire (24 Cr.).

### **UE obligatoires - Option : marketing (double diplôme) (60 Cr.)**

Analyse de l'expérience client (2 Cr.). Approche transversale du marketing (2 Cr.). Comportement de consommation digitale (2 Cr.). Contextes multiculturels de la négociation (2 Cr.). CRM (2 Cr.). Display and Search (2 Cr.). Éthique des affaires (2 Cr.). Management de la valeur (2 Cr.). Mise en pratique Yield Management (2 Cr.). Plan marketing (2 Cr.). Gestion des réseaux sociaux (2 Cr.). Management des contextes expérientiels (2 Cr.). Marketing bancaire (2 Cr.). Marketing de l'innovation (2 Cr.). Mémoire master professionnel (22 Cr.). Méthodologie de mémoire et développement personnel (2 Cr.). Méthodologie et études qualitatives (2 Cr.). Méthodologie et études quantitatives (2 Cr.). Projets marketing appliqués (2 Cr.). Stratégie digitale et mobile (2 Cr.).

## **PLAN D'ÉTUDES PROPOSÉ**

### **Semestre 1**

<b>Code</b>	<b>Intitulé de l'UE</b>	<b>Crédits</b>
	<b>UE obligatoires - Tronc commun</b>	
008BUPLM1	Business Plan	4
008GESSM1	Gestion stratégique	4
008PPDGM1	Problématiques de prise de décision en gestion	4
008FPMGM1 ou 008COINM1 ou 008HUMRM1	<b>8 crédits d'UE optionnelles fermées, à choisir de la liste suivante selon le parcours choisi :</b> Financial Performance Management Analyse de conjoncture <b>ou</b> Communication institutionnelle Human Resources	8
	<b>Total</b>	<b>20</b>

### **Semestre 2**

<b>Code</b>	<b>Intitulé de l'UE</b>	<b>Crédits</b>
	<b>UE obligatoires - Tronc commun</b>	
008MDLRM2	Méthodologie de la recherche	4
008PROMM2	Projet de mémoire	20
008QRMTM2	Quantitative Research Methods	4

oo8COEIM2 oo8CONSM2 oo8DMANM2 oo8DDTMM2 oo8ECDCM2 oo8ECCOM2 oo8SUFIM2 oo8MPEVM2	<b>8 crédits d'UE optionnelles fermées, à choisir de la liste suivante :</b> Commerce et échanges internationaux Consumérisme Data Management and Analytics Digital Transformation Management Économie de la concurrence Enjeux contemporains de la communication Introduction to ESG Investing Mastering the Professional Environment	8
oo8ILCAM2 oo8CFIVM2 <b>or</b> oo8FCIAM2 oo8ACFIM2 oo8ILCAM2	<b>4 crédits d'UE optionnelles fermées, à choisir de la liste suivante :</b> Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement Customer-Focused Innovation <b>or</b> Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit Company Valuation	4
	<b>Total</b>	<b>40</b>

### Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
	<b>UE obligatoires - option : comptabilité - audit et contrôle</b>	
oo8ANFPM3	Analyse financière appliquée	4
oo8CAPGM3	Comptabilité approfondie de gestion	4
oo8COMSM3	Comptabilité supérieure	4
oo8CIGRM3	Contrôle interne et gestion des risques	4
oo8FASJM3	Fiscalité et aspects juridiques de l'entreprise	4
	<b>Total</b>	<b>20</b>
	<b>UE obligatoires - option : entrepreneuriat et nouvelles technologies de l'information</b>	
oo8FEFUM3	Finance for Entrepreneurs and Fundraising Strategies	4
oo8GECLM3	Gestion de la chaîne logistique	4
oo8GVETM3	Governance and Ethics	4
oo8MSTAM3	Market Strategy	4
oo8MENM3	Stratégie de marketing pour entrepreneurs	4
	<b>Total</b>	<b>20</b>
	<b>UE obligatoires - option : finance</b>	
oo8FRKMM3	Foundations of Risk Management	2
oo8FRAAM3	Financial Reporting and Analysis	4
oo8MAQSM2	Mergers and Acquisitions	4
oo8AFMAM3	Advanced Financial Markets	4
oo8ITCAM3	Introduction to Cryptocurrencies	2
oo8FDAPM3	Financial Data Analytics and Programming	4
	<b>Total</b>	<b>20</b>

	<b>UE obligatoires - Option : gestion des actifs financiers</b>	
oo8AGRPM3	Analyse graphique	2
oo8GINFM3	Gestion d'institutions financières	4
oo8AGRPM3	Financial Econometrics	4
oo8AFMAM3	Advanced Financial Markets	4
oo8FDAPM3	Financial Data Analytics and Programming	4
oo8ITCAM3	Introduction to Cryptocurrencies	2
	<b>Total</b>	<b>20</b>
	<b>UE obligatoires - option : management</b>	
oo8ANASM3	Analyse de situation	4
oo8INVMM3	Innovation Management	4
oo8MINTM3	Management international	4
oo8MSTAM3	Market Strategy	4
oo8ORDAM3	Organization Design	4
	<b>Total</b>	<b>20</b>
	<b>UE obligatoires - option : marketing (double diplôme)</b>	
oo8ADECM3	Analyse de l'expérience client	2
oo8ATMMKM3	Approche transversale du marketing	2
oo8CPECM3	Comportement de consommation digitale	2
oo8CMDNM3	Contextes multiculturels de la négociation	2
oo8CRMMM3	CRM	2
oo8DISEM4	Display and Search	2
oo8ETHAM3	Éthique des affaires	2
oo8MGVAM3	Management de la valeur	2
oo8MPYMM3	Mise en pratique Yield Management	2
oo8PLANM3	Plan marketing	2
	<b>Total</b>	<b>20</b>

#### Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
	<b>UE obligatoires - option : comptabilité - audit et contrôle</b>	
oo8AUD1M4	Audit et censure comptable	4
oo8DIAGM4	Diagnostic de l'entreprise	4
oo8FIAPM4	Finance approfondie	4
oo8MEMSM4	Mémoire	24
oo8THICM4	Théorie et informations comptables	4
	<b>Total</b>	<b>40</b>
	<b>UE obligatoires - Option : entrepreneuriat et nouvelles technologies de l'information</b>	
oo8COSCM3	Conception de sites de commerce	4

oo8CRGEM4	Création et gestion d'entreprise	4
oo8INTPM4	Intrapreneurship	4
oo8POMAM4	Project Management	4
oo8MEMSM4	Mémoire	24
	<b>Total</b>	<b>40</b>
	<b>UE obligatoires - Option : finance</b>	
oo8CERFM4	Compliance, Ethics and Regulations in Finance	2
oo8FIAPM4	Finance approfondie	4
oo8GPOAM4	Gestion portefeuille d'actions	4
oo8MATOM4	Marchés à terme et d'options	4
oo8MEMSM4	Mémoire	24
oo8EBDIM4	Economics of Big Data and AI	2
	<b>Total</b>	<b>40</b>
	<b>UE obligatoires - Option : gestion des actifs financiers</b>	
oo8INFIM3	Ingénierie financière	4
oo8GPOAM4	Gestion portefeuille d'actions	4
oo8CERFM4	Compliance, Ethics and Regulations in Finance	2
oo8MATOM4	Marchés à terme et d'options	4
oo8EBDIM4	Economics of Big Data and AI	2
oo8MEMSM4	Mémoire	24
	<b>Total</b>	<b>40</b>
	<b>UE obligatoires - Option : management</b>	
oo8MNEGM4	Négociation	4
oo8OPMAM4	Operations Management	4
oo8POSEM4	Processus opérationnels et structures d'entreprises	4
oo8POMAM4	Project Management	4
oo8MEMSM4	Mémoire	24
	<b>Total</b>	<b>40</b>
	<b>UE obligatoires - Option : marketing (double diplôme)</b>	
oo8GDRSM4	Gestion des réseaux sociaux	2
oo8MCEXM4	Management des contextes expérimentuels	2
oo8MKBAM3	Marketing bancaire	2
oo8SISVM4	Marketing de l'innovation	2
oo8MEMPM4	Mémoire master professionnel	22
oo8DPMM4	Méthodologie de mémoire et développement personnel	2
oo8MEQLM4	Méthodologie et études qualitatives	2
oo8MEQQM4	Méthodologie et études quantitatives	2
oo8PMAPM4	Projets marketing appliqués	2
oo8SDMBM4	Stratégie digitale et mobile	2
	<b>Total</b>	<b>40</b>

## **DESCRIPTIFS DES UE – 1<sup>re</sup> ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT (TRONC COMMUN)**

### **UE obligatoires (40 crédits)**

<b>008BUPLM1</b>	<b>Business Plan</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	----------------------	--------------

Le plan d'affaires ou Business Plan est un cours fondamental permettant aux étudiants d'acquérir toutes les étapes clés et les techniques nécessaires pour élaborer un plan d'affaires relatif à la création d'une nouvelle entreprise, au lancement d'un nouveau projet dans une entreprise existante et/ou au développement d'un projet existant. Il consiste en la description écrite d'un projet de création d'entreprise, établir celle-ci est un objectif primordial pour tout gestionnaire puisque ce cours regroupe plusieurs notions déjà apprises telles que les finances d'entreprise, le marketing et le management et les consolide ensemble dans un plan d'action. Le Business Plan est un passage obligé pour donner au projet un maximum de chances de succès.

<b>008GESSM1</b>	<b>Gestion stratégique</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	----------------------------	--------------

Les stratégies de différenciation, de positionnement, d'expansion, de diversification et de pénétration des marchés, les conséquences des différentes stratégies, ainsi que leurs incidences, sur l'environnement de l'entreprise.

<b>008PPDGM1</b>	<b>Problématiques de prise de décision en gestion</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Le but de ce cours est d'étudier des outils de gestion dans un environnement très dynamique à travers une revue des théories et le développement des modèles de gestion adaptés à ce type d'environnement. Cette mise en œuvre se fait par le biais d'une simulation d'entreprise (Domotix de Shadow Manager) qui permet de s'exercer au fonctionnement d'une entreprise sur plusieurs années. À travers la simulation, l'étudiant sera confronté à la complexité de la prise de décision préparée et aux résultats reçus, faisant face aux contraintes et opportunités internes et externes. La simulation permet également de tester d'autres habiletés humaines telles que la confrontation aux autres, l'apprentissage de la prise de décision et du travail en équipe, l'épreuve du leadership ou les talents de négociateur.

<b>008MDLRM2</b>	<b>Méthodologie de la recherche</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------------------------	--------------

Ce cours est divisé en deux parties complémentaires. La première partie intitulée « Design de la recherche » permet aux étudiants de comprendre les paradigmes principaux de la recherche, le processus et les différentes méthodes de recherche en sciences sociales, en particulier en sciences de gestion, et de savoir comment rassembler des données empiriques pour pouvoir tirer des conclusions à propos de certains phénomènes par le biais des études qualitatives et quantitatives. La seconde partie, intitulée « Méthodes statistiques pour la recherche », vise à introduire les étudiants aux méthodes d'analyse des données de la recherche quantitative en sciences sociales. Après un survol des concepts de base en statistiques descriptives, les étudiants seront initiés aux différentes techniques statistiques qui permettent de décrire une variable (analyse univariée), de dégager les relations entre deux ou plusieurs variables (analyses bivariée et multivariée), de tirer des conclusions sur les caractéristiques d'une population à partir de l'observation d'un échantillon (statistiques inférentielles) ainsi que de tester les hypothèses.

<b>008QRMTM2</b>	<b>Quantitative Research Methods</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--------------------------------------	--------------

This course introduces basic concepts and statistical methods of primary and secondary data analysis applied to business. By the end of this course, students will be able to: (i) organize and describe data in different schemes, (ii) interpret and compare observed results for more than two variables, (iii) efficiently use different tests to validate the chosen hypotheses, (iv) undertake advanced analysis over research questions, and (v) implement statistical models to forecast the studied variables.

<b>008PROMM2</b>	<b>Projet de mémoire</b>	<b>20 Cr.</b>
------------------	--------------------------	---------------

Le projet de mémoire de Master 1 est un projet de recherche, ce n'est ni un brouillon ni un simple état de la question. Ce doit être un travail de recherche abouti, organisé et présentant une proposition autour d'un sujet et montrant que l'étudiant a réalisé et su tirer parti de recherches bibliographiques ; il constitue une véritable argumentation.

## UE optionnelles fermées (20 crédits)

### oo8ANACM1 Analyse de conjoncture

4 Cr.

L'analyse des problèmes économiques conjoncturels, de l'efficacité et des limites des politiques budgétaires, monétaires, anti-inflationnistes et économiques externes, à partir des propositions théoriques des différentes écoles de pensée économique.

### oo8COINM1 Communication institutionnelle

4 Cr.

Ce cours traite des différents aspects et outils de la communication intégrée.

Il se focalise sur les moyens disponibles pour développer des plans de communication et les intégrer dans une stratégie globale de marketing. Il permet aux étudiants de comprendre le sens du métier de la communication ainsi que ses exigences, tout en appréhendant ce domaine d'une façon pratique et proche du terrain. Le cours permet d'étudier l'évolution des technologies et des possibilités du web en matière de communication et de comprendre les tendances qui changent et se modernisent au rythme des humeurs des consommateurs. La communication de crise est abordée en détail permettant à l'étudiant de l'intégrer dans sa réflexion stratégique.

### oo8FPMGM1 Financial Performance Management

4 Cr.

This course provides the necessary skills for students to develop strategies relating to the organization's strategic direction and to provide the necessary direction to get there. More specifically, students will be asked to express and defend their own viewpoints, reconcile them with others' and existing practices in financial reporting, and take personal responsibility for cases. The course covers the various approaches to financial plan modelling, the all-important cash flow planning and forecasting and performance measurement and reflects this in increased shareholder value with the primary aim of maximization of shareholder wealth.

### oo8HUMRM1 Human Resources

4 Cr.

La gestion des ressources humaines connaît des changements rapides et continus. Elle doit s'apprêter à prévoir le futur et adapter ses pratiques aux évolutions environnementales.

Dans le cadre d'une vision stratégique de la fonction ressources humaines, ce cours vise en premier lieu à définir la nature de cette fonction, à analyser son rôle et ses objectifs, ainsi qu'à expliquer les liens qui existent entre ses activités et celles des autres directions dans l'entreprise. En second lieu, ce cours initie les étudiants à la dimension opérationnelle de la gestion des ressources humaines, en traitant les différents domaines de la fonction ressources humaines sans oublier toutefois sa dimension théorique.

### oo8COEIM2 Commerce et échanges internationaux

4 Cr.

Étude des problématiques associées à la globalisation des marchés et au développement des échanges internationaux.

### oo8CONSM2 Consumérisme

4 Cr.

La saturation des marchés a porté les professionnels de la production et de la distribution à utiliser des méthodes abusives quant à l'industrie de masse et aux méthodes de communication. Les résultats se sont répercus négativement sur la stabilité des marchés, sur la concurrence loyale et sur l'équilibre sanitaire. La législation consumériste a pour rôle de détecter les abus professionnels à tous les niveaux de la protection des marchés et par conséquent, d'introduire le concept de l'intégration de la consommation sécurisée dans les politiques de production et de distribution. Le consumérisme s'impose comme un interventionnisme équilibrant et interactif.

### oo8CFIVM2 Customer-Focused Innovation

4 Cr.

This course introduces the basic principles of design thinking, focusing on the three essentials for innovation success: user desirability, technical feasibility, and business/economic viability. It includes a collaborative project with students at Santa Clara University, primarily centered on desirability. Student teams will apply content from synchronous classes and asynchronous preparations to assignments directed by actual client companies, working

in 6- to 10-person project teams and sub-team pairs. Students will develop the ability to understand the challenges, principles, and practices of design thinking in innovation and to navigate creative, interpretive, and translational challenges, particularly in cross-cultural contexts with significant resource asymmetries.

**008DMANM2 Data Management and Analytics****4 Cr.**

This course covers data management and analytics, emphasizing the collection, organization, and protection of organizational data, as well as understanding the importance of data and discovering patterns and trends. It demonstrates how raw data can be transformed into meaningful insights and highlights the value of every data set. The course also addresses the skills needed to represent and report data effectively to stakeholders.

**008DDTMM2 Digital Transformation Management****4 Cr.**

This course enables students to think of solutions to business problems in a data-driven world, and to be able to manage projects, risks and change in an organization that is going through a digital transformation.

1- Data/AI/Digital Projects

- a. Problem definition
- b. Decision making process
- c. Solution identification: internal vs external, platforms, tools, methodology

2- Digital Transformation in an Organization:

- a. Project management framework
- b. Organizational culture and structure
- c. Team management
- d. Communication management
- e. Creativity and innovation in solutions
- f. Legal and ethical issues

**008ECDCM2 Économie de la concurrence****4 Cr.**

Destiné aux étudiants de première année de Master en gestion et management, le cours d'économie de la concurrence s'inscrit dans la continuité du cours de microéconomie et vise à comprendre les différents types de marchés ainsi que le comportement des entreprises sur chacun d'eux.

À la fin de ce cours, les étudiants sont supposés comprendre les règles et les stratégies de la concurrence sur les différents marchés. Ils doivent pouvoir distinguer le comportement et les stratégies adoptées par les agents économiques en concurrence parfaite et imparfaite. Ils doivent également être capables d'appliquer les concepts théoriques sur des cas concrets.

**008ECCOM2 Enjeux contemporains de la communication****4 Cr.**

Destiné aux étudiants de première année en Maîtrise de gestion et management, ce cours très interactif propose de décortiquer les évènements que connaît le monde par le biais de la communication. Migration en masse, changements climatiques, intelligence artificielle, réseaux sociaux, nouvelles monnaies numériques, crises d'énergie, pandémies, etc., notre monde se transforme à une vitesse fulgurante. Les systèmes mis en place depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale s'écroulent ; un nouveau système durable n'est pas encore en place. Entre les deux, une conversation est nécessaire pour aider à mieux comprendre, et surtout essayer de démêler le vrai du faux.

**008EVEPM2 Évaluation d'entreprises****4 Cr.**

Chaque investisseur, actuel ou potentiel, se pose des questions sur la situation actuelle et future de son investissement, afin de pouvoir élaborer des critères de préférences ou de choix d'investissements. Valoriser une entreprise est un exercice délicat qui demande compétences et expériences pour celui qui s'y risque ; une multitude de données devra être étudiée.

Ce cours cherche à décrire et à présenter aux étudiants différentes méthodes d'évaluation des entreprises : méthodes patrimoniales ou économiques. Il s'appuie sur des exemples et des cas permettant aux étudiants de comprendre la mécanique de chaque méthode et de connaître les principales démarches préalables pour procéder à l'évaluation d'une entreprise en appliquant la méthode adéquate.

**008FCIAM2      Fondamentaux du contrôle interne - initiation à l'audit      4 Cr.**

Le contrôle interne est un outil d'aide à la prise de décision permettant à une organisation de réaliser de manière efficace et efficiente ses objectifs stratégiques et de maintenir, voire d'améliorer, sa performance.

En ce sens, ce cours démontre et permet, notamment de comprendre l'utilité de la mise en place d'un système de contrôle interne. Il détaille ensuite les principales procédures et techniques de contrôle interne et fournit les méthodes pour évaluer la qualité du système. Il présente un large éventail de concepts, d'outils et de méthodes de contrôle interne. Ce cours met en pratique au moyen d'exemples concrets certains aspects du modèle du COSO. Enfin, ce cours explique les pratiques de gestion des risques au sein de l'entreprise.

**008ILCAM2      Introduction à la logistique et à la chaîne d'approvisionnement      4 Cr.**

Le cours vise à inculquer aux stagiaires les notions principales relatives à la logistique. Il s'agit d'une approche élémentaire à laquelle s'ajoute l'acquisition d'une terminologie logistique qui unifiera la compréhension ultérieure des concepts et qui facilitera une entrée plus approfondie dans la matière. Enfin, un exemple de logistique militaire viendra illustrer les acquis.

**008SUFIM2      Introduction to ESG Investing      4 Cr.**

The course is an introductory course in ESG investing and enables students to:

- Understand the context for different approaches to responsible investment and specifically, consideration of environmental, social and governance (ESG) factors.
- Understand the underlying issues that constitute factors within each of the environmental, social and governance areas.
- Understand the broader sustainability context and global initiatives.
- Understand the ESG market: relevance, size, scope, key drivers and challenges, and risks and opportunities.

**008MPEVM2      Mastering the Professional Environment      4 Cr.**

By the end of this course, students will:

1. Get grounded: Students will raise their self-awareness, their identity, their role, their vision, their mission, their values, etc.
2. Use their time wisely: Students will understand the importance of the time factor in performance and stress management, by identifying strategies to improve their time management skills.
3. Communicate simply and powerfully: Students will learn how to manage their thoughts, emotions and behaviors and they will identify the appropriate communication standards.
4. Strengthen their powerbase: Students will identify their network of professional relationships that makes up their powerbase and helps them achieve their targets.
5. Engage and mobilize teams: Students will know how to create the right environment for team members by learning about the leadership tripod (leader, follower, and common goal).
6. Manage up: Students will learn how to manage in higher roles, by understanding that each organization has certain objectives, and that everyone seeks their personal development and growth.
7. Manage their limiting beliefs: Students will understand how to control limiting beliefs with positivity and positive thinking, and by creating new habits.
8. Lead change: Students will know that the only constant in life is change. They will understand how to transform their mindset and apply their learning to make change happen.
9. Solve a conflict: Students will understand why, when, and how they should resolve a conflict.
10. Master executive presence: Students will know how to develop and master executive presence, by mastering their body language and raising their self-esteem and self-awareness.

## **DESCRIPTIFS DES UE – 2<sup>e</sup> ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : COMPTABILITÉ - AUDIT ET CONTRÔLE**

<b>008ANFPM3</b>	<b>Analyse financière appliquée</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------------------------	--------------

Le cours vise à préparer les étudiants à bien mener des analyses financières permettant de porter un jugement sur la performance et la situation financière de l'entreprise du point de vue de l'actionnaire en termes de création de valeur, et du point de vue des créanciers, en termes de solvabilité. Il vise en premier lieu, à consolider les connaissances des mécanismes financiers fondamentaux des étudiants (flux de trésorerie, des résultats, de l'actif économique, et des ressources financières.) En deuxième lieu, il permet à l'étudiant de se positionner en tant qu'analyste financier, en découvrant successivement l'analyse de la génération de richesse, celle des investissements, de leurs financements et de leur rentabilité.

Ce cours s'appuie sur des exemples et des cas pratiques pour entraîner les étudiants à appliquer une démarche structurée de diagnostic financier amenant à des conclusions quant à la capacité d'une société de faire face à ses engagements et de créer de la valeur.

<b>008CAPGM3</b>	<b>Comptabilité approfondie de gestion</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--	--------------

La comptabilité de gestion a remplacé progressivement l'appellation comptabilité analytique. Elle sert à calculer des coûts/prix de revient, à déterminer la rentabilité/performance des produits, des services ou des différentes fonctions de l'entreprise. Elle est pertinente pour la prise de décision des dirigeants au sein de l'entreprise. La comptabilité de gestion permet d'intégrer toutes les démarches et les techniques qui aident les gestionnaires à connaître les coûts au sein de leur organisation. Elle n'a cessé d'évoluer avec l'apparition progressive d'autres outils de calcul des coûts et d'aide au pilotage de l'entreprise.

L'objectif de cette UE est d'explorer ces principaux outils et de relever leur contribution à l'obtention d'informations significatives répondant aux stratégies de pilotage adoptées par les dirigeants dans leurs entreprises.

<b>008COMSM3</b>	<b>Comptabilité supérieure</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--------------------------------	--------------

Le grand mouvement de concentration économique qui caractérise l'époque actuelle conduit parfois les entreprises à établir entre elles des liens plus ou moins étroits ou à se regrouper par des fusions. Celles-ci permettent de renforcer la capacité concurrentielle des entreprises. En effet, il est nécessaire aujourd'hui d'atteindre un certain seuil de chiffre d'affaires pour générer des bénéfices permettant les investissements indispensables à l'équipement, à la rationalisation de la production, à la recherche de nouveaux produits ou à l'amélioration des produits existants. Les fusions sont encore parfois un moyen de réorganiser la structure d'un groupe : la société mère absorbe certaines filiales, une filiale en absorbe d'autres, certaines filiales fusionnent entre elles pour donner naissance à une nouvelle filiale. Enfin, et surtout, les fusions permettent aux entreprises d'augmenter leurs parts de marché dans les secteurs où elles souhaitent développer leurs activités. Ce type d'opération fait appel à de nombreuses disciplines ou champs de compétence.

Cet enseignement, issu des sciences de gestion, est destiné essentiellement à donner aux étudiants les bases de la comptabilité supérieure afin qu'ils puissent approfondir au cours de leur carrière, leurs capacités d'analyse des informations comptables et financières d'une entreprise, tout en proposant les connaissances nécessaires à l'exercice de ce genre de comptabilité dans les métiers de l'audit, du contrôle et de la comptabilité en entreprise ou en cabinet (audit, conseil, expertise comptable).

Ce cours donne l'opportunité aux étudiants de se perfectionner aux techniques de fusions acquisitions et de consolidation des comptes. À la fin du cours, ils devraient comprendre les mécanismes comptables, juridiques et fiscaux des fusions et savoir établir, contrôler, interpréter et analyser des comptes consolidés.

<b>008CIGRM3</b>	<b>Contrôle interne et gestion des risques</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--	--------------

Dans le domaine public comme dans le domaine privé, le contrôle interne est l'instrument de gestion interne par excellence qui permet à la fois d'assurer la sauvegarde du patrimoine, ainsi que la qualité de l'information et des prestations. C'est un outil de gestion qui permet de s'assurer que l'ensemble des processus est conforme aux niveaux légal, financier, de la fiabilité de l'information, du respect des délais, etc. Le cours abordera également les risques des entreprises et la manière dont ceux-ci peuvent être appréhendés et contrôlés par le système de contrôle interne.

**008FASJM3      Fiscalité et aspects juridiques de l'entreprise      4 Cr.**

L'objectif du cours est de consolider les notions du droit des sociétés (anonyme, holding et offshore) ainsi que l'aspect fiscal.

**008AUD1M4      Audit et censure comptable      4 Cr.**

L'audit et la censure comptable sont un examen des états financiers de l'entreprise, visant à vérifier leur sincérité, leur régularité, leur conformité et leur aptitude à refléter l'image fidèle de l'entreprise. L'audit et la censure comptable sont la forme moderne de contrôle, de vérification, d'inspection et de surveillance des comptes, en apportant une dimension critique. L'audit peut être interne ou externe.

**008DIAGM4      Diagnostic de l'entreprise      4 Cr.**

L'objectif de cette UE est de pouvoir élaborer un diagnostic stratégique et de comprendre les enjeux environnementaux pour les entreprises. Les étudiants doivent être capables de proposer des solutions adaptées aux conclusions du diagnostic qui a déjà été élaboré.

**008FIAPM4      Finance approfondie      4 Cr.**

Le but de ce cours est de renforcer les compétences des étudiants en finance, particulièrement au niveau de la connaissance des marchés financiers et de la compétence de diagnostic d'entreprise.

Il couvre les trois parties suivantes :

- Dynamiques des marchés financiers, y compris risque et rentabilité
- Diagnostic financier des entreprises
- Actualités financières internationales.

**008THICM4      Théorie et informations comptables      4 Cr.**

L'un des objectifs de ce cours est de contribuer à faire disparaître le préjugé disant que la comptabilité n'est qu'une technique. Une telle vision constitue un frein à l'évolution de la comptabilité.

Ce cours s'efforce de démontrer que la comptabilité possède de plus en plus d'assises scientifiques et qu'elle se situe dans le giron des sciences sociales évolutives.

Il permet de montrer que cette discipline porte à la réflexion et aide au développement de l'esprit.

Il propose une analyse critique de certaines théories comptables (positive et normative), tout en mettant en relief les principaux événements qui ont façonné la discipline comptable à travers le temps et qui ont marqué la comptabilité dans son cheminement vers une pensée scientifique.

Enfin, il passe en revue l'évolution de la comptabilité au niveau international, à savoir l'harmonisation comptable internationale à travers la création de l'International Accounting Standards Board (IASB)/ International Financial Reporting Standards (IFRS) et le développement des normes comptables internationales IAS/IFRS.

**008MEMSM4      Mémoire      24 Cr.**

Le mémoire est l'aboutissement d'un processus par lequel l'étudiant apprend à travailler de manière autonome et à devenir producteur de savoir. C'est lui qui, en dialogue avec son directeur de mémoire, définit son sujet ; la rédaction et la réalisation de son mémoire doivent traduire sa capacité à mener une réflexion construite autour de ce sujet, à adopter la méthodologie et la démarche du chercheur.

Que l'étudiant se destine ou non à la recherche, son mémoire est le reflet de sa capacité à définir et à mener un projet. Par le respect des normes régissant la présentation et la rédaction, il démontre qu'il sait concilier prise d'initiative et capacité à assimiler des exigences institutionnelles.

## **DESCRIPTIFS DES UE – 2<sup>e</sup> ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : ENTREPRENEURIAT ET NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION**

### **008FEFUM3      Finance for Entrepreneurs and Fundraising Strategies      4 Cr.**

This course is designed to equip students with essential skills in innovation and entrepreneurship. Through a dynamic learning experience, students will:

- Explore the Design Thinking approach and principles: Gain proficiency in the Design Thinking approach, fostering a mindset of creativity, problem-solving, and user-centric design.
- Develop economically viable business models: Acquire the knowledge and skills to construct business models that are economically sustainable and aligned with market needs.
- Master financial modeling, budgeting, and projections: Delve into the fundamentals of financial modeling, budgeting techniques, and the creation of accurate financial projections to enhance decision-making processes.
- Understand funding mechanisms and capital structure: Gain insights into various methods of funding business ventures, including debt and equity capital, cost of capital considerations, and an understanding of different investor types.
- Craft effective pitch decks and presentation skills: Learn the key components of a compelling Pitch Deck and hone the art of delivering impactful pitches, crucial for attracting investors and stakeholders.

Throughout this course, students will engage in practical applications, case studies, and real-world scenarios, fostering a comprehensive understanding of innovation, entrepreneurship, and the financial aspects of business development.

### **008GECLM3      Gestion de la chaîne logistique      4 Cr.**

La gestion de la logistique, ou « Supply Chain Management », couvre la totalité des activités qui gouvernent et gèrent le circuit de livraison d'un certain produit au client final, de l'achat des matières premières, le transport et l'emmagasinage de ces matières premières, l'activité de production, l'emmagasinage des produits finis, l'enregistrement et le suivi des commandes, la distribution à travers les différentes chaînes de distribution, ainsi que les systèmes informatiques nécessaires pour suivre et administrer toutes ces activités. En plus, elle lie les différents partenaires de la chaîne, des divers départements à l'intérieur d'une société, aux partenaires externes, comme les fournisseurs, les clients, les transporteurs et les sous-traitants. L'élément clé du succès de la chaîne de logistique est de voir et savoir gérer toutes ces différentes activités comme un seul processus.

### **008GVETM3      Governance and Ethics      4 Cr.**

This comprehensive course on corporate governance provides a thorough understanding of the key principles, practices, and challenges associated with effective corporate governance. Students will delve into various aspects, including:

- Foundational understanding of corporate governance
- Board structure and dynamics
- Strategic contribution and evaluation
- Executive leadership and succession planning
- Internal audit and control procedures
- Disclosure and shareholder rights
- Ethics and culture

This course offers a comprehensive exploration of corporate governance principles, ensuring students acquire practical knowledge and skills applicable in various business settings.

### **008MSTAM3      Market Strategy      4 Cr.**

L'objectif général du cours est d'élargir le champ de vision au-delà de l'activité traditionnelle du marketing pour identifier, choisir et mettre en œuvre des positionnements stratégiques.

### **008MENM3      Stratégie de marketing pour entrepreneurs      4 Cr.**

Introduction à la notion d'entrepreneuriat et sa relation avec le marketing et la gestion stratégique et tactique à appliquer.

Les principales différences entre le marketing traditionnel et le marketing entrepreneurial, les défis auxquels font face les entrepreneurs. La définition des entreprises cibles par le marketing entrepreneurial, l'identification du marketing dans l'entrepreneuriat.

Déterminer les caractéristiques du marketing entrepreneurial, le ciblage et les tactiques y relatives, la notion de valeur et définition des valeurs d'échange ou d'usage par rapport à l'entrepreneuriat, l'identification des opportunités, la création ou l'identification du besoin. Identification de la démarche de l'entrepreneur au niveau des marchés et des consommateurs.

Introduction au "Product Gap" ou l'écart produit. Mise en relief des attentes des consommateurs, des divergences de l'offre et des moyens mis en œuvre pour réduire cet écart, pour une meilleure mesure et un contrôle plus approfondi. La présentation du Marketing Warfare appliquée au marché entrepreneurial ainsi que les tactiques y relatives, en mettant en évidence l'approche "Guerilla Marketing".

**008COSCM3      Conception de sites de commerce**

**4 Cr.**

Ce cours s'adresse à de futurs managers chargés de projet d'élaboration de sites pour des entreprises de différents secteurs d'activité. L'objectif de ce cours est d'aborder les nouveaux concepts du marketing digital par rapport aux sites de vente et de présentation du contenu des entreprises en termes de communication, de publicité et de publication des offres.

Découvrir les outils et les solutions techniques actuellement disponibles dans ce secteur, définir les tenants et les aboutissants d'une stratégie marketing efficace sur Internet.

Analyser les effets des nouvelles technologies sur le commerce électronique ainsi que le futur de ce secteur.

**008CRGEM4      Création et gestion d'entreprise**

**4 Cr.**

Étudier les étapes nécessaires pour la création d'une petite entreprise, à travers l'étude de la demande et le développement d'une offre adéquate.

**008INTPM4      Intrapreneurship**

**4 Cr.**

This course covers the key aspects of project planning and execution, including building an effective project plan, evaluating financial returns, identifying risks and mitigation strategies, establishing the right governance structure, pitching projects, and building stakeholder trust with a client-focused approach. The course consists of six in-person sessions, followed by 4 to 6 online review sessions to monitor project execution and address potential challenges. Students will conduct their projects within selected companies, and a jury will review and provide feedback on the projects at the end of April.

**008POMAM4      Project Management**

**4 Cr.**

This course provides an in-depth approach to the principles and practices of project management. Students will learn how to plan, organize, and control projects using tools and techniques and should be prepared to obtain the Certified Associate in Project Management (CAPM).

**008MEMSM4      Mémoire**

**24 Cr.**

Le mémoire est l'aboutissement d'un processus par lequel l'étudiant apprend à travailler de manière autonome et à devenir producteur de savoir. C'est lui qui, en dialogue avec son directeur de mémoire, définit son sujet ; la rédaction et la réalisation de son mémoire doivent traduire sa capacité à mener une réflexion construite autour de ce sujet, à adopter la méthodologie et la démarche du chercheur.

Que l'étudiant se destine ou non à la recherche, son mémoire est le reflet de sa capacité à définir et à mener un projet. Par le respect des normes régissant la présentation et la rédaction, il démontre qu'il sait concilier prise d'initiative et capacité à assimiler des exigences institutionnelles.

## **DESCRIPTIFS DES UE – 2<sup>e</sup> ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : GESTION DES ACTIFS FINANCIERS**

<b>008AGRPM3</b>	<b>Financial Econometrics</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------------------	--------------

Ce cours se concentre sur l'application de méthodes économétriques avancées pour analyser et modéliser les données financières. Les participants utiliseront le langage de programmation R pour effectuer des analyses statistiques et économétriques spécifiques aux marchés financiers.

<b>008AGRPM3</b>	<b>Analyse graphique</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------	--------------

Étude des cours passés de valeurs mobilières ou des devises pour essayer, à l'aide de l'analyse graphique, de prévoir leurs cours dans le futur.

Les applications directes sont une intégration de la pratique dans un cadre théorique rigoureux. À l'inverse de l'analyse fondamentale qui est basée sur des éléments comptables, financiers et industriels d'une entreprise, l'analyse technique (graphique) tire son intérêt du fait qu'elle puise l'information utile directement sur le marché pour lancer des signaux d'achat ou de vente. Elle se sert du passé pour obtenir ces signaux. Elle permet de déceler les moments favorables à la vente et est désormais devenue un élément indispensable à prendre en compte pour une gestion d'un portefeuille boursier. En analysant l'évolution des cours et des volumes des titres négociés, elle est ainsi capable de prendre en compte non seulement les phénomènes objectifs qui influencent la progression d'un titre ou d'un indice, mais aussi les phénomènes plus subjectifs résultant de la psychologie de groupe et difficilement décelables avec les techniques de prévision classique comme l'analyse fondamentale ou l'analyse économétrique.

<b>008AFMAM3</b>	<b>Advanced Financial Markets</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-----------------------------------	--------------

Ce cours introduit les étudiants aux marchés financiers et aux techniques d'évaluation des divers instruments financiers. Il les introduira aussi aux techniques d'analyse boursière et de leurs applications à l'étude de l'évolution des marchés financiers. Les principaux marchés à évaluer comprennent les marchés des actions, de l'argent, des obligations, des contrats à terme, des dérivés, des options et des taux de change. Ce cours présente systématiquement chacun des principaux marchés financiers et examine les différents acteurs institutionnels et les divers types d'instruments financiers proposés. La présentation des thèmes couverts fait aussi appel aux modèles théoriques adoptés, ainsi qu'aux techniques sophistiquées d'intervention sur les marchés en tant qu'opérateur.

<b>008GINFM3</b>	<b>Gestion d'institutions financières</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Ce cours est conçu pour les étudiants du programme Asset Management. Il explore les opérations, les stratégies et les réglementations qui régissent les institutions financières telles que les banques, les sociétés de gestion d'actifs, les compagnies d'assurance et autres. Les participants étudieront la gestion des risques, la gestion de portefeuille et les défis liés à la réglementation dans le secteur financier.

<b>008FDAPM3</b>	<b>Financial Data Analytics and Programming</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Ce cours est conçu pour former les étudiants à l'utilisation avancée de l'analyse de données et de la programmation dans le contexte financier. Les compétences en analyse de données et en programmation sont de plus en plus essentielles pour les professionnels de la finance d'entreprise, car elles permettent de prendre des décisions éclairées, d'automatiser des tâches et d'optimiser les processus financiers.

<b>008GPOAM4</b>	<b>Gestion portefeuille d'actions</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---------------------------------------	--------------

The course is divided into three parts.

- Part one: introduces students to the concept of the portfolio management process and the investment policy statement. This part covers the investment needs of different types of investors (individual/institutional) as well as their various objectives and constraints. Students are required to evaluate investments by their contribution to risk/return profile of the entire portfolio. A special emphasis is given to the selection of an optimal portfolio given an investor's utility and CAL.
- Part two: describes the major characteristics of asset classes as well as the methods used to calculate return/risk measures both individually and within a portfolio. Various return generating models are also covered in this

part including the Macroeconomic Factor Models, the Fundamental Factor Models, and the Statistical Factor Models. Students are required to analyze the outcome of the aforementioned models and be able to derive an appropriate investment strategy.

- Part three: allows students to differentiate between passive and active investment approaches. Students are introduced to the various techniques used in selecting, constructing and maintaining a relevant benchmark when measuring performance according to passive investing strategies. Fundamental and quantitative approaches used in active management strategies as well as the methods used to measure value added are also covered in this part. The final chapter in this section is a wrap-up everything that has been covered in this course, mainly revolving around the construction of an appropriate investment policy statement (IPS) for both individuals and institutional investors using various case studies.

<b>008MATOM4</b>	<b>Marchés à terme et d'options</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------------------------	--------------

This course bridges the gap between theory and practice by providing the most recent developments in the industry, a careful balance of mathematical sophistication, and outstanding supplementary packages that make it accessible to a wide audience. Through its coverage of important topics such as securitization and the credit crisis, the overnight indexed swap, the Black-Scholes-Merton formulas, and the way commodity prices are modeled and commodity derivatives valued, this course helps students as well as practitioners keep up with the fast pace of change in today's derivatives markets and risk management field. This course is necessary for any CFA/FRM candidate or finance practitioner.

<b>008INFIM3</b>	<b>Ingénierie financière</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	------------------------------	--------------

Ce cours est conçu pour les étudiants du programme Asset Management. Il se concentre sur les techniques avancées d'ingénierie financière utilisées pour structurer des transactions complexes, élaborer des produits financiers innovants et gérer les risques financiers. Les participants étudieront les aspects théoriques et pratiques de l'ingénierie financière.

<b>008CERFM4</b>	<b>Compliance, Ethics and Regulations in Finance</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--	--------------

Ce cours vise à préparer les étudiants des programmes de finance d'entreprise et de gestion d'actifs à comprendre et à intégrer les principes éthiques et les responsabilités sociales dans le contexte financier. Il explore les dilemmes éthiques spécifiques aux décisions financières et à la gestion d'actifs, tout en soulignant l'importance de la RSE dans ces domaines.

<b>008EBDIM4</b>	<b>Economics of Big Data and AI</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-------------------------------------	--------------

The course explores the economic impacts of the use of big data and artificial intelligence (AI) in business and finance. Students will explore how these technologies are transforming financial decisions, asset management and business models.

<b>008ITCAM3</b>	<b>Introduction to Cryptocurrencies</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---	--------------

The course explores emerging financial technologies (Fintech) and the world of digital finance, including cryptocurrencies and blockchains. Students will study the technological innovations transforming the financial sector and examine the opportunities and challenges associated with crypto-assets.

<b>008MEMSM4</b>	<b>Mémoire</b>	<b>24 Cr.</b>
------------------	----------------	---------------

Le mémoire est l'aboutissement d'un processus par lequel l'étudiant apprend à travailler de manière autonome et à devenir producteur de savoir. C'est lui qui, en dialogue avec son directeur de mémoire, définit son sujet ; la rédaction et la réalisation de son mémoire doivent traduire sa capacité à mener une réflexion construite autour de ce sujet, à adopter la méthodologie et la démarche du chercheur.

Que l'étudiant se destine ou non à la recherche, son mémoire est le reflet de sa capacité à définir et à mener un projet. Par le respect des normes régissant la présentation et la rédaction, il démontre qu'il sait concilier prise d'initiative et capacité à assimiler des exigences institutionnelles.

## **DESCRIPTIFS DES UE – 2<sup>e</sup> ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : FINANCE**

### **008FRKMM3 Foundations of Risk Management 2 Cr.**

Ce cours est conçu pour fournir aux étudiants une compréhension approfondie des principes fondamentaux de la gestion des risques dans le contexte financier et commercial. Il explore les différentes catégories de risques auxquelles les organisations sont confrontées, notamment les risques financiers, opérationnels, stratégiques et de marché ; de même, il examine les outils, les techniques et les stratégies utilisés pour les gérer.

### **008FRAAM3 Financial Reporting and Analysis 4 Cr.**

Ce cours est une expérience immersive et pratique conçue pour préparer les étudiants à prendre des décisions financières stratégiques dans un environnement dynamique et réaliste. En utilisant des simulations de marché, des données financières en temps réel et des modèles de gestion de portefeuille, ce cours permet aux étudiants d'appliquer leurs compétences en finance et de développer une compréhension approfondie de la gestion de portefeuille.

### **008MAQSM2 Mergers and Acquisitions 4 Cr.**

Ce cours est une exploration approfondie des processus, des stratégies et des implications financières liées aux opérations de fusion, d'acquisition et de cession d'entreprises. Les étudiants acquerront une compréhension complète des enjeux clés liés aux fusions et acquisitions, ce qui les préparera à des carrières dans la finance d'entreprise, le conseil en stratégie, le droit des affaires et la gestion d'entreprise.

### **008AFMAM3 Advances Financial Markets 4 Cr.**

Ce cours introduit les étudiants aux marchés financiers et aux techniques d'évaluation des divers instruments financiers. Il les introduira aussi aux techniques d'analyse boursière et de leurs applications à l'étude de l'évolution des marchés financiers. Les principaux marchés à évaluer comprennent les marchés des actions, de l'argent, des obligations, des contrats à terme, des dérivés, des options et des taux de change. Ce cours présente systématiquement chacun des principaux marchés financiers et examine les différents acteurs institutionnels et les divers types d'instruments financiers proposés. La présentation des thèmes couverts fait aussi appel aux modèles théoriques adoptés ainsi qu'aux techniques sophistiquées d'intervention sur les marchés en tant qu'opérateur.

### **008FDAPM3 Financial Data Analytics and Programming 4 Cr.**

Ce cours est conçu pour former les étudiants à l'utilisation avancée de l'analyse de données et de la programmation dans le contexte financier. Les compétences en analyse de données et en programmation sont de plus en plus essentielles pour les professionnels de la finance d'entreprise, car elles permettent de prendre des décisions éclairées, d'automatiser des tâches et d'optimiser les processus financiers.

### **008FIAPM4 Finance approfondie 4 Cr.**

Le but de ce cours est de renforcer les compétences des étudiants en finance, particulièrement au niveau de la connaissance des marchés financiers et de la compétence de diagnostic d'entreprise.

Il couvre les trois parties suivantes :

- Dynamiques des marchés financiers, y compris risque et rentabilité
- Diagnostic financier des entreprises
- Actualités financières internationales.

### **008GPOAM4 Gestion portefeuille d'actions 4 Cr.**

The course is divided into three parts.

- Part one: introduces students to the concept of the portfolio management process and the investment policy statement. This part covers the investment needs of different types of investors (individual/institutional) as well as their various objectives and constraints. Students are required to evaluate investments by their contribution to risk/return profile of the entire portfolio. A special emphasis is given to the selection of an optimal portfolio given an investor's utility and CAL.

- Part two: describes the major characteristics of asset classes as well as the methods used to calculate return/risk measures both individually and within a portfolio. Various return generating models are also covered in this part including the Macroeconomic Factor Models, the Fundamental Factor Models, and the Statistical Factor Models. Students are required to analyze the outcome of the aforementioned models and be able to derive an appropriate investment strategy.
- Part three: allows students to differentiate between passive and active investment approaches. Students are introduced to the various techniques used in selecting, constructing and maintaining a relevant benchmark when measuring performance according to passive investing strategies. Fundamental and quantitative approaches used in active management strategies as well as the methods used to measure value added are also covered in this part. The final chapter in this section is a wrap-up of everything has been covered in this course, mainly revolving around the construction of an appropriate investment policy statement (IPS) for both individuals and institutional investors using various case studies.

**008MATOM4      Marchés à terme et d'options**

**4 Cr.**

This course bridges the gap between theory and practice by providing the most recent developments in the industry, a careful balance of mathematical sophistication, and outstanding supplementary packages that make it accessible to a wide audience. Through its coverage of important topics such as the securitization and the credit crisis, the overnight indexed swap, the Black-Scholes-Merton formulas, and the way commodity prices are modeled and commodity derivatives valued, this course helps students as well as practitioners keep up with the fast pace of change in today's derivatives markets and risk management field. This course is a must have for any CFA/FRM candidate or finance practitioner.

**008CERFM4      Compliance, Ethics and Regulations in Finance**

**4 Cr.**

Ce cours vise à préparer les étudiants des programmes de finance d'entreprise et de gestion d'actifs à comprendre et à intégrer les principes éthiques et les responsabilités sociales dans le contexte financier. Il explore les dilemmes éthiques spécifiques aux décisions financières et à la gestion d'actifs, tout en soulignant l'importance de la RSE dans ces domaines.

**008EBDIM4      Economics of Big Data and AI**

**2 Cr.**

The course explores the economic impacts of the use of big data and artificial intelligence (AI) in business and finance. Students will explore how these technologies are transforming financial decisions, asset management and business models.

**008ITCAM3      Introduction to Cryptocurrencies**

**2 Cr.**

The course explores emerging financial technologies (Fintech) and the world of digital finance, including cryptocurrencies and blockchains. Students will study the technological innovations transforming the financial sector and examine the opportunities and challenges associated with crypto-assets.

**008MEMSM4      Mémoire**

**24 Cr.**

Le mémoire est l'aboutissement d'un processus par lequel l'étudiant apprend à travailler de manière autonome et à devenir producteur de savoir. C'est lui qui, en dialogue avec son directeur de mémoire, définit son sujet ; la rédaction et la réalisation de son mémoire doivent traduire sa capacité à mener une réflexion construite autour de ce sujet, à adopter la méthodologie et la démarche du chercheur.

Que l'étudiant destine ou non à la recherche, son mémoire est le reflet de sa capacité à définir et à mener un projet. Par le respect des normes régissant la présentation et la rédaction, il démontre qu'il sait concilier prise d'initiative et capacité à assimiler des exigences institutionnelles.

## **DESCRIPTIFS DES UE – 2<sup>e</sup> ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : MANAGEMENT**

<b>008ANASM3</b>	<b>Analyse de situation</b>	<b>4 Cr.</b>
Ce cours traitera des fondements du comportement humain ainsi que des outils pratiques et pédagogiques qui s'ancrent dans le contexte des organisations actuelles. Analyse des différents méthodes, outils et techniques utilisés dans les organisations pour gérer la dimension humaine.		
<b>008INVMM3</b> <b>Innovation Management</b> <b>4 Cr.</b>		
	This course emphasizes the need to view innovation as a management process. It presents the concepts that help to show how the firm gathers information over time, how it uses technical and societal knowledge and how it develops an attractive proposition for its products and services. It shows how it is achieved through developing linkages and partnerships with those having necessary capabilities. The course explains how firms can improve their innovation processes to develop new products and services. It recognizes the importance of innovation to achieve competitive advantage and long-term financial success.	
<b>008ITMTM3</b> <b>Management international</b> <b>4 Cr.</b>		
	This course delivers global theoretical and analytical insights related to managing the environmental factors, social responsibility, conflict and culture, firm's strategy, structure and control, human resources, as well as motivations and leadership in multinational corporations. It aims at providing students with a wide range of information linked to firms' management challenges, opportunities, and activities at an international level. During the course, practical scenarios and applied case study activities are addressed.	
<b>008MSTAM3</b>	<b>Market Strategy</b>	<b>4 Cr.</b>
L'objectif général du cours est d'élargir le champ de vision au-delà de l'activité traditionnelle du marketing pour identifier, choisir et mettre en œuvre des positionnements stratégiques.		
<b>008ORDAM3</b>	<b>Organization Design</b>	<b>4 Cr.</b>
This course examines the evolution of organizations and management theories, including the history of work, organizational design, and organizational transformation. It covers institutional theory, conflict, power, and politics, as well as decision-making processes and the role of IT in organizations.		
<b>008MNEGM4</b>	<b>Négociation</b>	<b>4 Cr.</b>
Ce cours vise à améliorer la compréhension de l'étudiant des stratégies et des processus de négociation, en tenant compte du contexte situationnel, de l'aspect relationnel et des objectifs de la négociation. En mettant l'accent sur la négociation commerciale, le cours offre des conseils sur le travail de préparation et les techniques applicables à une stratégie choisie. Il présente brièvement le rôle et les types d'intervention d'un tiers dans les négociations et la résolution des conflits. Enfin, il aborde les questions liées aux négociations interculturelles, car la diversification de la main-d'œuvre et la mondialisation des organisations ont rendu celles-ci de plus en plus importantes.		
<b>008OPMAM4</b>	<b>Operations Management</b>	<b>4 Cr.</b>
This course addresses decision-making to optimize operations management within enterprises, considering the business environment and uncertainties. It covers supply chain management, project planning, inventory and transportation management, waiting lines, and the experience effect.		
<b>008POSEM4</b>	<b>Processus opérationnels et structures d'entreprises</b>	<b>4 Cr.</b>
Il s'agit d'un cours intermédiaire/avancé en gestion organisationnelle, couvrant les diverses caractéristiques organisationnelles, y compris les processus et les systèmes, la prise de décision, la gestion de la performance des personnes/ressources et la gestion du changement. Les organisations sont variées et se retrouvent partout :		

entreprises à but lucratif, nouvelles startups, universités, hôpitaux, restaurants, associations à but non lucratif, ministères publics/gouvernementaux et bien d'autres.

Un organisme (entreprise, commerce, association, administration, etc.) est un système à la fois complexe et simple. Complexé, parce qu'il s'inscrit dans un environnement en perpétuelle évolution et s'y adapte en permanence ; de ce fait, il change continuellement. Complexé aussi, parce qu'il met en œuvre une multitude de paramètres à maîtriser pour pouvoir piloter l'ensemble. Simple, car un système est constitué des trois composants basiques qui sont les ressources humaines, les ressources matérielles et le travail. Organiser une entreprise consiste donc simplement à faire le meilleur emploi possible de ces ressources, autrement dit, de les faire travailler avec efficience. Mais travailler sans but n'a aucun sens, car le travail fatigue et use les ressources. Par conséquent, un organisme se doit d'avoir un but, une finalité.

Aujourd'hui, la tâche du manager est rude avec un niveau de vie élevé et génératrice d'inefficacité. Elle est de plus en plus ardue en raison du mouvement actuel et généralisé à vouloir travailler moins et gagner plus. Pourquoi pas après tout ! Mais il est impératif de déployer dans ce cas une plus grande efficacité de l'organisation ! Ne l'oubliions pas, nous sommes en concurrence avec tous les pays en voie de développement.

Le succès organisationnel et dans les organisations nécessite une compréhension approfondie de la manière dont les entreprises développent, exécutent et gouvernent leurs stratégies. Les théories et les meilleures pratiques en conception organisationnelle sont explorées à l'aide d'études de cas et de la littérature existante. De plus, les étudiants sont exposés à divers outils et tactiques pour devenir plus efficaces en tant qu'individu et en tant que joueur d'équipe dans les organisations.

#### **008MEMSM4      Mémoire**

**24 Cr.**

Le mémoire est l'aboutissement d'un processus par lequel l'étudiant apprend à travailler de manière autonome et à devenir producteur de savoir. C'est lui qui, en dialogue avec son directeur de mémoire, définit son sujet ; la rédaction et la réalisation de son mémoire doivent traduire sa capacité à mener une réflexion construite autour de ce sujet et à adopter la méthodologie et la démarche du chercheur.

Que l'étudiant se destine ou non à la recherche, son mémoire est le reflet de sa capacité à définir et à mener un projet. Par le respect des normes régissant la présentation et la rédaction, il démontre qu'il sait concilier prise d'initiative et capacité à assimiler des exigences institutionnelles.

### **DESCRIPTIFS DES UE – 2<sup>e</sup> ANNÉE DE MASTER EN GESTION ET MANAGEMENT, OPTION : MARKETING (DOUBLE DIPLÔME)**

#### **008ATMMKM3      Approche transversale du marketing**

**2 Cr.**

Présentation des nouvelles technologies de l'information et de la communication et analyse de leurs impacts sur les pratiques commerciales et marketing.

#### **008CPECM3      Comportement de consommation digitale**

**2 Cr.**

L'étude du comportement du consommateur et du e-consommateur permet de détecter des opportunités pour l'entreprise et de mieux comprendre les besoins et les attentes des consommateurs, ce qui permet de concevoir des produits et des services répondant à ces attentes.

La concentration sur le comportement d'achat à travers l'internet permet de développer l'offre du commerce électronique.

#### **008CMDNM3      Contextes multiculturels de la négociation**

**2 Cr.**

La négociation interculturelle constitue une des pratiques où la question des différences culturelles agit pleinement, en raison de l'existence de valeurs et de styles de comportements spécifiques à chacune des parties. Ce cours met en évidence les différences culturelles que les managers rencontrent, notamment lors des démarches internationales, et comment les comprendre et les gérer.

#### **008CRIMMM3      CRM**

**2 Cr.**

Ce cours a comme objectif principal de dispenser les techniques marketing utilisées pour créer et entretenir une relation mutuellement bénéfique entre l'entreprise et ses clients, à travers une identification, un ciblage et une

fidélisation meilleure des clients. Les étudiants seront capables, au terme de cette formation, d'entreprendre des actions sur la clientèle en utilisant les techniques appropriées du marketing relationnel.

**008ETHAM3 Éthique des affaires 2 Cr.**

Ce cours permet d'initier les étudiants aux thématiques de l'éthique et de la corruption. Il est indispensable pour un manager d'intégrer l'éthique dans les activités quotidiennes de l'entreprise, y compris dans les stratégies marketing. Ce cours permettra aux étudiants de discerner les situations de corruption, d'être sensibilisés aux dilemmes éthiques fréquents et d'appréhender le processus de prise de décision éthique.

**008MGVAM3 Management de la valeur 2 Cr.**

Ce cours est dédié au management de la valeur et s'inscrit dans un approfondissement de l'étude du comportement du consommateur en marketing.

Sur le plan académique, il s'agit de présenter cette notion fondamentale en marketing, en abordant la nature du concept, sa conceptualisation, sa mesure et son réseau nomologique.

Sur le plan managérial, il s'agit de doter les étudiants des connaissances fondamentales pour analyser, définir et accroître la proposition de valeur d'une offre sur le marché.

**008PLANM3 Plan marketing 2 Cr.**

Sensibiliser les étudiants à l'importance des plans stratégiques marketing. Établir les stratégies à mettre en œuvre afin d'atteindre les objectifs. Coupler les ressources disponibles et le potentiel du marché analysé.

**008MCEXM4 Management des contextes expérientiels 2 Cr.**

Analyser l'appareil commercial libanais et français. Analyser le comportement du consommateur dans le point de vente. Présenter les outils de gestion des points de vente.

**008MKBAM3 Marketing bancaire 2 Cr.**

Initier les étudiants aux comportements de la clientèle bancaire et au marketing mix des banques.

**008SISVM4 Marketing de l'innovation 2 Cr.**

Sur le plan académique, il s'agit de mieux comprendre ce qu'est une innovation, le processus d'innovation et les processus d'adoption et de diffusion.

Sur le plan managérial, il s'agit de doter les étudiants des connaissances indispensables pour maximiser le taux de réussite d'une innovation sur le marché.

**008DPMMM4 Méthodologie de mémoire et développement personnel 2 Cr.**

Favoriser le développement personnel de l'étudiant et l'acquisition des compétences pratiques par la mise en œuvre et la rédaction d'un mémoire de fin d'études.

**008MEQQM4 Méthodologie et études quantitatives 2 Cr.**

Ce cours permet de donner aux étudiants se spécialisant en marketing les notions statistiques théoriques et pratiques nécessaires, qui leur permettront de faire la saisie des données et de les analyser sur SPSS pour des fins stratégiques telles que les prévisions des ventes, l'agrégation des données, la segmentation et l'élaboration des cartes perceptuelles.

**UE DISPENSÉES PAR L'IAE DE TOURS – UNIVERSITÉ FRANÇOIS RABELAIS**

---

<b>008PMAPM4</b>	<b>Projets marketing appliqués</b>	<b>2 Cr.</b>
<b>008MEQLM4</b>	<b>Méthodologie et études qualitatives</b>	<b>2 Cr.</b>
<b>008GDRSM4</b>	<b>Gestion des réseaux sociaux</b>	<b>2 Cr.</b>
<b>008MPYMM3</b>	<b>Mise en pratique Yield Management</b>	<b>2 Cr.</b>
<b>008DISEM4</b>	<b>Display and Search</b>	<b>2 Cr.</b>
<b>008ADECM3</b>	<b>Analyse de l'expérience client</b>	<b>2 Cr.</b>
<b>008SDMBM4</b>	<b>Stratégie digitale et mobile</b>	<b>2 Cr.</b>
<b>008MEMPM4</b>	<b>Mémoire master professionnel</b>	<b>22 Cr.</b>