



***COURSE CATALOGUE FALL SEMESTER***  
—  
***ACADEMIC YEAR 2022-2023***

## *Table des matières/ Table of contents*

<b>LANGUAGES ARTS &amp; HUMANITIES</b>	<b>3</b>
FLE Language and Civilization (beginner-intermediate-advanced)	3
Europe : myths and realities	20
<b>MARKETING</b>	<b>27</b>
Strategic Marketing	27
Growth Hacking	39
Service Marketing	44
Business Communication	
Creativity and Innovation Project : introducing a new fran	53
<b>MANAGEMENT</b>	<b>60</b>
Global Business Strategy	60
Managing Across Borders	66
Corporate Strategy & Managerial Accounting	
Hackaton	71
Negotiation	77
Entrepreneurship & Intrapreneurship	83
<b>ACCOUNTING/FINANCE</b>	<b>89</b>
Financial Management	89
<b>ECONOMICS</b>	<b>101</b>
Understanding New Markets and Business Models	101

# LANGUAGES, ARTS & HUMANITIES

## FLE Language and Civilization – Beginner

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>French as Foreign Language –FLE Language and Civilization</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département /Department</b>	<b>Langues/Languages</b>
<b>Responsable du cours /Course Coordinator</b>	<b>Sylvain LEROUVILLOIS – Patricia FARIOLI</b>
<b>Format</b>	<b>Face à face/ Face to face</b>
<b>Course level</b>	<b>Beginner</b>
<b>Prérequis/prerequisites</b>	<b>None</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>30 heures par semestre / 30 hours semester</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Working/Learning Hours</b>	<b>30 heures par semestre / 30 hours semester</b>
<b>ECTS</b>	<b>3</b>
<b>Langue d’enseignement / Language</b>	<b>Français / French</b>

### 1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives

L’objectif du Programme Grande Ecole est d’accomplir la mission d’EBS-Paris en formant de futurs managers à l’esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d’éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

### 2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course’s contribution to the Intended Learning Objectives

<b>Acquisition de Acquisition of</b>	<b>Intended Learning Objectives</b>	<b>Importance / Relevance 0, 1, 2, 3</b>
	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	0

Compétences / Skills	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	1
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite du changement et la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	0
	Raisonner de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	3
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	0

### 3. Objectifs détaillés du cours / Precise course's objectives

#### **Description du cours / Course's description**

L'objectif principal est de donner aux étudiants les éléments nécessaires à la maîtrise progressive de la langue pour communiquer de façon adéquate dans les contextes de la vie personnelle, sociale et académique et d'être à l'aise dans la langue. Il est conçu pour assimiler les bases fondamentales de la langue.

*The main objective of this course is to give the students the needed éléments and the fundamental bases of the language in order to communicate in personal, social and academic contexts.*

#### **Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)**

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les connaissances et les compétences suivantes / *At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:*

- Se saluer, se présenter, prendre congé.
- Demander et communiquer des informations personnelles.
- Donner et demander un numéro de téléphone.
- Parler de ses préférences, goûts et loisirs.
- Donner des indications pour situer sur un plan
- Exprimer sa nationalité, son origine
- Décrire sa famille
- Exprimer la possession
- Parler des métiers
- Dire l'heure, donner des instructions.
- Parler de ses habitudes et des activités
  
- *Greetings, introducing yourself, saying goodbye*
- *Giving and asking for information*
- *Talking about preferences, likes and dislikes*
- *Giving directions*

- *Talking about nationality*
- *Describing family*
- *Expressing possession.*
- *Describing professions*
- *Telling the time, giving instructions*
- *Describing routine*

#### **4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Les supports pédagogiques seront basés sur des documents postés sur la plateforme, sur des sites internet, des exercices de livres de FLE, accessibles sur Moodle et/ou par photocopie. The teaching materials will be based on différents types of documents uploaded on the Campus platform. extracts from precise grammar and / or FLE methods, online resources (TV5 Monde, RFI, Easy French Podcast, YouTube, etc.)

#### **5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

Séances	Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials
1	Se saluer, se présenter, l'alphabet, verbe être <i>Greetings- introducing yourself- verb Être</i>
2	Nationalité- pays – chiffres 100 – répondre à des questions élémentaires – la négation ne...pas. <i>Nationality- countries – numbers 100- answer elementary questions- negation</i>
3	Adjectifs et nationalité – points cardinaux- localisation géographique – les objets de la classe – <i>Adjectives- nationalities – cardinal points- classroom objects -geographical location</i>
4	Les objets de la classe - couleurs et adjectifs – décrire <i>Classroom objects- colours- adjectives - describe</i>
5	La famille – adjectifs possessifs – décrire la famille <i>Family – possessive adjectives – describe your family</i>
6	Expressions avec être et avoir – Compréhension de lecture + questions Expression with être et avoir – reading comprehension- questions from reading
7	Les métiers- féminin et masculin – présent verbes en ER Professions – feminine- masculin – present tense ER
8	Présent en ER (suite) – prépositions de lieu <i>Present tense ER (suite) -prepositions of place</i>
9	Présent 2 <sup>ème</sup> et 3 <sup>ème</sup> groupe – vocabulaire nourriture – préparer activité interculturelle Present tenses 2d and 3d group – food vocabulary – intercultural activity
10	Cours les fromages français – dégustation – activité interculturelle French cheese course – cheese tasting - intercultural activity

#### **6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

- 1) Présentation du sujet par l'enseignant souvent en interaction avec les étudiants qui connaissent un peu ce sujet.
  - 2) Exercices oraux et écrits pour consolider les acquis du cours, individuels ou en groupe.
- 1) *Presentation of the subject by the teacher often interacting with students who know a little about this subject.*
  - 2) *Oral and written exercises to consolidate the achievements of the course, individually or in groups.*

## 7. Evaluation / Assessment

Assessment's type	Assessment's method	Individual + Collective	Total
Contrôle Continu <i>/Continuous Assessment</i>	Evaluations périodiques sur les contenus du cours.		50%
	Test 1	15%	
	Test 2	15%	
	Test récapitulatif	20%	
Devoir maison / Homework	Vidéo présentation personnelle	20%	50%
	Compréhension de lecture et questions	15%	
	Activité culturelle	15%	
Total		100%	100%

## 8. Bibliographie / Bibliography

C., Hugot, V.M., Kizirian, M., Waendendries, A., Berthet, E., Daill. (2012). Alter Ego +. Niveau A1. Méthode de Français. Hachette Français Langue Etrangère.  
V., Petitmengin, C., Fafa (2017). La grammaire en jeux. PUG FLE.

Ressources Internet :

<https://www.podcastfrancaisfacile.com/debutant/se-presenter-en-francais.html>

<http://www.bonjourdefrance.com/index/indexpedago.htm>

<http://www.ciep.fr/assistants-francais-a-letranger/ressources-pedagogiques>

<https://francais.lingolia.com/fr/grammaire/les-temps/le-present>

<https://apprendre.tv5monde.com/fr/exercices/a1-debutant>

[https://www.lepointdufle.net/p/lexique\\_nombres.htm](https://www.lepointdufle.net/p/lexique_nombres.htm)

<https://youtu.be/zt1Se2Knuf0>

## 9. Plagiat / Plagiarism

Le plagiat consiste à s'approprier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

## 10. Grille générale d'évaluation / General assessment grid (voir ci-dessous / see below)

Evaluation criteria: language level	Beginner A1	Lower Intermediate A2/B1	Intermediate B1 /B2	Upper Intermediate B2	Fluent C1
<b>Listening comprehension</b>	<p>L'étudiant/e peut comprendre des mots et des phrases très simples et courtes du langage courant, s'ils sont exprimés de façon très claire et distincte.</p> <p><i>The student can understand very simple and short words and phrases in everyday language, if they are expressed very clearly and distinctly.</i></p>	<p>L'étudiant/e est capable de comprendre l'essentiel des instructions orales, des extraits audio/vidéo courts exprimés dans un langage courant de vie quotidienne à une vitesse moyenne.</p> <p><i>The student is able to understand most of the oral instructions, short audio / video excerpts expressed in everyday language at a moderate speed.</i></p>	<p>L'étudiant/e comprend l'essentiel de sujets familiers autour de la vie courante, du travail, des loisirs, s'ils sont exprimés de façon claire et standard. Il peut comprendre aussi des documents audio / vidéos sur des sujets qu'il connaît, si l'on parle clairement et lentement.</p> <p><i>The student understands the essentials of topics familiar with everyday life, work, hobbies, if they are expressed in a clear and standard way. This includes audio / video material on familiar topics, if spoken clearly and slowly.</i></p>	<p>L'étudiant/e peut comprendre l'essentiel de discours assez longs sur des sujets familiers ou qui l'intéresse. Il peut comprendre aussi l'essentiel d'un film, d'un documentaire, d'une émission radio ou télévision sur des sujets d'actualité, et sur la base d'une langue courante et standard.</p> <p><i>The student can understand the essentials of lengthy speeches on topics familiar or of interest. It can also include the essentials of a film, a documentary, a radio or television program on topical issues, and on the basis of a standard and common language.</i></p>	<p>L'étudiant/e peut comprendre des discours longs et bien structurés sur des sujets très divers et comprendre sans trop d'efforts des films, des émissions radio et de télévision.</p> <p><i>The student can understand long, well-structured speeches on a wide variety of topics and understand movies, radio and television broadcasts without much effort.</i></p>
<b>Speaking</b>	<p>L'étudiant/e peut communiquer avec un vocabulaire de base. Il peut poser des questions et répondre à des questions simples posées lentement.</p> <p><i>The student can communicate with a basic vocabulary. He can ask questions and answer simple questions asked slowly.</i></p>	<p>L'étudiant/e peut échanger sur des activités courantes, des informations, dans une langue simple. Il peut aussi relater des faits courts dans une langue simple au passé, au présent et au futur.</p> <p><i>The student can exchange on current activities, information, in a</i></p>	<p>L'étudiant/e est capable de faire face à la majorité de situations de la vie courante (dans la rue, au travail, en voyage), participer à des conversations sur des sujets familiers, émettre des avis simples.</p> <p><i>The student is able to cope with the majority of everyday situations (on the street, at work, while traveling), to</i></p>	<p>L'étudiant/e peut communiquer de façon assez spontanée, prendre part à des conversations assez longues sur des sujets familiers ou qui l'intéressent, exprimer ses opinions.</p> <p><i>The student can communicate quite spontaneously, take part in long conversations on topics familiar or of interest to him, express his opinions.</i></p>	<p>L'étudiant/e peut s'exprimer de façon spontanée et efficace dans les conversations sociales et professionnelles, en exprimant clairement son avis et en commentant les positions de ses interlocuteurs.</p> <p><i>The student can express himself spontaneously and effectively in social and professional conversations, expressing her</i></p>

		<p><i>simple language. She can also relate short facts in a simple language to the past, present and future.</i></p>	<p><i>participate in conversations about familiar subjects, to give simple opinions.</i></p>		<p><i>opinion clearly and commenting on the positions of her interlocutors.</i></p>
<b>Writing</b>	<p>L'étudiant/e peut écrire des phrases simples au présent, passé composé et futur, voire écrire un courrier court avec un vocabulaire de base de vie quotidienne ou même remplir un questionnaire avec des données simples et personnelles.</p> <p><i>The student can write simple sentences in the present, past composed and future, even write a short mail with a basic vocabulary of daily life or fill out a questionnaire with simple and personal data.</i></p>	<p>L'étudiant/e est capable d'écrire des messages et des lettres personnelles courtes sur des sujets de la vie quotidienne, au présent, passé et futur.</p> <p><i>The student is able to write short personal messages and letters on topics of daily life, present, past and future.</i></p>	<p>L'étudiant/e peut écrire des textes cohérents et logiques sur des sujets de vie quotidienne ou qui l'intéresse. Il peut exprimer simplement son avis.</p> <p><i>The student can write coherent and logical texts on subjects of daily life or which interests him. He can express his opinion simply.</i></p>	<p>L'étudiant/e peut écrire des textes clairs et détaillés sur des sujets familiers et qui l'intéressent. Il peut argumenter et donner son avis, raconter des expériences.</p> <p><i>The student can write clear and detailed texts on topics that are familiar to her and that interest her. She can argue and give her opinion, relate experiences.</i></p>	<p>L'étudiant/e est capable d'écrire des textes (courrier, essai, rapport) sur des sujets de vie courante et de sa spécialisation professionnelle, avec des structures grammaticales complexes, élaborées. Il peut faire une argumentation longue et complexe aussi.</p> <p><i>The student is able to write texts (mail, essay, report) on subjects of everyday life and his professional specialization, with elaborate complex grammatical structures. He can make a long and complex argument too.</i></p>



## FLE Language and Civilization – Intermediate

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b><i>French as Foreign Language (Speaking and Listening)</i></b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Langues/Languages</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	<b>Alexandra Galicher</b>
<b>Format</b>	<b>Face à face, visites de lieux / Face à face, site visits</b>
<b>Course level</b>	<b>Intermediate</b>
<b>Pré-requis / Pre-requisites</b>	<b>A1</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>30 heures par semestre / 30 hours semester</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Working/Learning Hours</b>	<b>30 heures par semestre / 30 hours semester</b>
<b>ECTS</b>	<b>3</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Français / anglais / French/English</b>

### **1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

**2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

Acquisition de Acquisition of	<i>Intended Learning Objectives</i>	Importance / Relevance 0, 1, 2, 3
Compétences / Skills	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	0
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	1
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite du changement et la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	0
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	3
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	0

**3. Objectifs détaillés du cours / Precise course's objectives**

**Description du cours / Course's description**

Dans le cadre des échanges internationaux et pour une intégration optimisée dans un cursus de 5 ans, ce cours a pour objectif d'améliorer les compétences grammaticales, lexicales et phonétiques de nos étudiants en français. Ainsi, ils approfondiront leurs connaissances et développeront leurs compétences en langue française.

*As part of international exchanges and for optimized integration into a 5-year course, this course aims to improve the grammatical, lexical and phonetic skills of our students in French. Thus, they will deepen their knowledge and develop their French language skills.*

**Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)**

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les connaissances et les compétences suivantes / At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:

- a) Comparer les médias d'hier et d'aujourd'hui
- b) Analyser les différents médias

- c) Formuler des questions (selon les 3 registres de langue)
- d) Exprimer et demander la nationalité
- e) Demander l'identité de quelqu'un
- f) Parler brièvement de ses études et de sa profession
- g) Donner et demander un numéro de téléphone
- h) Comprendre un itinéraire
- i) Donner des indications pour situer sur un plan
- j) Formuler des questions et y répondre
- k) Lire un plan et sa légende
- l) Comprendre des instructions/ questions simples
- m) Indiquer la nature d'un problème de santé à un professionnel
- n) Proposer / accepter / refuser un rendez-vous
- o) Différencier /comparer les types de cuisine / les habitudes alimentaires
- p) Exprimer une quantité

- a) *Compare the media of yesterday and today*
- b) *Analyse the different media*
- c) *Formulate questions (according to the 3 language registers)*
- d) *Expressing and asking for nationality*
- e) *Asking someone's identity*
- f) *Briefly talk about his studies and his profession*
- g) *Give and ask for a phone number*
- h) *Understanding a route*
- i) *Give indications to locate on a plan*
- j) *Formulate and answer questions*
- k) *Read a plan and its legend*
- l) *Understand simple instructions / questions*
- m) *Indicate the nature of a health problem to a professional*
- n) *Suggest / accept / decline an appointment*
- o) *Differentiate /compare types of eating habits / food*
- p) *Express a quantity*

#### **4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Les supports pédagogiques seront basés sur des documents postés sur la plateforme, sur des articles de presse, des extraits de livres d'histoire, accessibles sur Moodle et/ou par photocopie.

Extraits de films et d'actualité, extraits de précis de grammaire et/ou de méthodes de FLE, ressources en ligne (TV5 Monde, RFI, Podcast français facile, YouTube...)

Extracts from films and current events, extracts from precise grammar and / or FLE methods, online resources (TV5 Monde, RFI, Easy French Podcast, YouTube, etc.)

#### **5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

Le cours sera défini selon le test de niveau au début du cours, le nombre d'inscrits, le nombre de niveaux et les facilités apparentes dès le premier cours. Quels que soient les niveaux, les grands axes sont les suivants :

- Séance 1 : se présenter en français (introduction), comparer les médias (français et internationaux / avant et aujourd'hui), comparer et analyser les différents supports (journaux, télévision, radios) par rapport à un même sujet, retracer l'histoire de la télévision en France

- Séance 2 : retracer l'histoire de la télévision en France, de la presse et de la radio en France, comparer les différents types de presse, formuler des questions (selon les 3 registres de langue)
- Séance 3 : revoir l'alphabet phonétique internationale, étudier quelques questions et expressions utiles en cours en français, se présenter (suite) : état civil + description physiquement
- Séance 4 : se présenter / présenter quelqu'un (suite et fin) : les pays et les nationalités, les professions, le genre et le nombre des adjectifs
- Séance 5 : évaluation mi-parcours + étudier et comprendre les transports parisiens, poser des questions et demander son chemin
- Séance 6 : Se situer sur un plan, étudier et comprendre les transports en commun, choisir le mode de transport adapté selon le déplacement, les régions françaises
- Séance 7 : comparer les habitudes alimentaires, étudier les spécialités culinaires françaises, exprimer les quantités (expressions de la quantité, adverbes et adjectifs)
- Séance 8 : atelier dégustation, comprendre des instructions/ questions simples, indiquer la nature d'un problème de santé à un professionnel + présentations
- Séance 9 : présentations + proposer / accepter / refuser un rendez-vous
- Séance 10 : évaluation finale + correction

### **In English**

*This class will be defined conclusively at the start of the class and once we have established the levels of the students, the numbers in the class, and the numbers of groups by linguistic level. That being said, main axes for the course content are as follows.*

- *Session 1: introduce yourself in French (introduction), compare the media (French and international / before and today), compare and analyze the different media (newspapers, television, radio) in relation to the same subject, retrace the story television in France*
- *Session 2: retrace the history of television in France, the press and radio in France, compare the different types of press, formulate questions (according to the 3 language registers)*
- *Session 3: review the international phonetic alphabet, study some useful questions and expressions in class in French, introduce yourself (continued): civil status + physical description*
- *Session 4: introduce yourself / someone else (continuation and end): countries and nationalities, professions, gender and number of adjectives*
- *Session 5: mid-term evaluation + studying and understanding Parisian transport, asking questions and asking directions*
- *Session 6: Locate on a map, study and understand public transport, choose the appropriate mode of transport according to the trip, the French regions*
- *Session 7: compare eating habits, study French culinary specialties, express quantities (expressions of quantity, adverbs and adjectives)*
- *Session 8: tasting workshop, understand simple instructions / questions, indicate the nature of a health problem to a professional + presentations*
- *Session 9: presentations + propose / accept / refuse an appointment*
- *Session 10: final assessment + correction*

### **6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

Enormément de pratique, d'écoute, d'écrit, d'exercices  
A great deal of practice, listening and writing, and exercises.

## **7. Evaluation / Assessment**

Assessment's type	Assessment's method	Pourcentage
Examen Final / <i>Final Exam</i>	Questions de cours / <i>Course questions</i>	30%
Class 5 : midterm	Questions de cours / <i>Course questions</i>	25%
Exposés / <i>Presentations</i>	Sur un sujet donné / on one topic	25%
Participation / <i>Participation</i>	Investissement personnel / personal investment	20%
Total		100%

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

*\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student.*

## **8. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'appropriier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc.). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc.). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

## FLE Language and Civilization – Advanced

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>French as Foreign Language – FLE Language and Civilization</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Langues/Languages</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	
<b>Format</b>	<b>Face à face/ Face to face</b>
<b>Prérequis/prerequisites</b>	<b>B1</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>30 heures par semestre // 30 hours semester</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Working/Learning Hours</b>	<b>30 heures par semestre // 30 hours semester</b>
<b>ECTS</b>	<b>3</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Français / French</b>

### 1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et numérique.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

### 2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives

<b>Acquisition de Acquisition of</b>	<b>Intended Learning Objectives</b>	<b>Importance / Relevance 0, 1, 2, 3</b>
	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	0
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	1

Compétences / Skills	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite du changement et la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	0
	Raisonner de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	3
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	0

### **3. Objectifs détaillés du cours / Precise course's objectives**

#### **Description du cours / Course's description**

L'objectif principal est de donner aux étudiants les éléments nécessaires pour communiquer de façon spontanée et aisance sur des sujets d'actualité, culturels et professionnels.

*The main objective of this course is to give the students the needed elements to communicate spontaneously and with ease about actual, professional and cultural subjects.*

#### **Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills) ;**

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les connaissances et les compétences suivantes / *At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:*

- Se présenter
- Identifier / décrire
- Parler de ses activités quotidiennes
- Exprimer ses goûts, ses sentiments
- Exprimer ses peurs, ses espoirs
- Développer et donner son opinion, argumenter et négocier
- Exprimer son accord, son désaccord
- Expression cause/conséquence
- Communiquer à l'écrit dans des contextes professionnels.

- *Introducing oneself*
- *Identifying and describing*
- *Talking about daily routine*
- *Expressing likes, dislikes and feelings*
- *Expressing fears and hopes*
- *Expressing opinions, arguing and negotiating*
- *Expressing agreement and disagreement*
- *Expressing cause and consequences*
- *writing in a professional context*

### **4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Les supports pédagogiques seront basés sur des documents postés sur la plateforme, sur des sites internet, des exercices de livres de FLE, accessibles sur Moodle et/ou par photocopie. The teaching materials will be based on différents types of documents uploaded on Campus platform. extracts from precise grammar and / or FLE methods, online resources (TV5 Monde, RFI, Easy French Podcast, YouTube, etc.)

### **5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

Séances	Contenu des séances / Content of the course
1	Aimer, adorer, détester + nom/verbe. Activités et vocabulaire de la vie quotidienne. Valeurs du présent (révision)
2	Futur proche / futur simple : différences et utilisation. Notions politiques. Les loisirs
3	Pronoms relatifs simples et composés. Notions politiques
4	Temps du passé : passé composé / imparfait / plus que parfait > différences et utilisation Notions d'histoire et de géographie.
5	Le conditionnel présent et passé. Doute incertitude, hypothèse. L'environnement, l'écologie.
6	Les articulateurs logiques simples : hypothèse, condition, opposition, concession. Les stéréotypes sur les Français et la France – témoignages
7	Les pronoms relatifs composés – les spécialités régionales- la gastronomie
8	Les verbes suivis de préposition
9	La modalisation- les émotions, sentiments et expressions
10	Activité culturelle – le fromage, ses régions et dégustation

### **6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

- 3) Lecture : compréhension de lecture, exposés sur des sujets d'actualité
- 4) Analyse de documents : textes, images, vidéos, infographies, graphiques, etc.
- 5) Débats : organisation de débats autour d'une thématique actuelle et les enjeux sociétales.
- 6) Ecrit : comprendre et écrire la communication professionnelle.

- 3) *Reading: reading comprehension, presentations about current news*
- 4) *Documents analysis: texts, pictures, videos, infographics, graphics, etc.*
- 5) *Debates: organize debates about currents issues and stakes*
- 6) *Writing: understanding and writing professional communication*

### **7. Evaluation / Assessment**

Assessment's type	Assessment's method	Individual + Collective	Total
Contrôle Continu /Continuous Assessment	Test 1	15%	50%
	Test 2	15%	
	Test récapitulatif	20%	
Devoir maison / Homework	Exercices grammaire	20%	50%
	Synthèses, commentaires	15%	
	Activité culturelle	15%	
Total		100%	100%

### **8. Bibliographie / Bibliography**

Les mots A2/C1 : PUG, Français Langue Etrangère, 2017  
V., Petitmengin, C., Fafa (2017). La grammaire en jeux. PUG FLE.



Compréhension Orale Niveau 4 : Clé International, collection : Compétences, 2017  
 Edito B2/C1 Méthode de français : Les Editions Didier, 2018  
 C., Hugot, V.M., Kizirian, M., Waendendries, A., Berthet, E., Daill. (2012). Alter Ego +. Niveau B2. Méthode de Français. Hachette. Français Langue Etrangère.

Ressources Internet :

<http://www.bonjourdefrance.com/index/indexpedago.htm>

<http://www.ciep.fr/assistants-francais-a-letranger/ressources-pedagogiques>

<https://enseigner.tv5monde.com/fiches-pedagogiques-fle>

## 9. Plagiat / Plagiarism

Le plagiat consiste à s'approprier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

## 10. Grille générale d'évaluation / General assessment grid (voir ci-dessous / see below)

Evaluation criteria: language level	Beginner A1	Lower Intermediate A2/B1	Intermediate B1 /B2	Upper Intermediate B2	Fluent C1
<b>Listening comprehension</b>	L'étudiant/e peut comprendre des mots et des phrases très simples et courtes du langage courant, s'ils sont exprimés de façon très claire et distincte.  <i>The student can understand very simple and short words and phrases in everyday language, if they</i>	L'étudiant/e est capable de comprendre l'essentiel des instructions orales, des extraits audio/vidéo courts exprimés dans un langage courant de vie quotidienne à une vitesse moyenne.  <i>The student is able to understand</i>	L'étudiant/e comprend l'essentiel de sujets familiers autour de la vie courante, du travail, des loisirs, s'ils sont exprimés de façon claire et standard. Il peut comprendre aussi des documents audio / vidéos sur des sujets qu'il connaît, si l'on parle clairement et lentement.	L'étudiant/e peut comprendre l'essentiel de discours assez longs sur des sujets familiers ou qui l'intéresse. Il peut comprendre aussi l'essentiel d'un film, d'un documentaire, d'une émission radio ou télévision sur des sujets d'actualité, et sur la base d'une langue courante et standard.	L'étudiant/e peut comprendre des discours longs et bien structurés sur des sujets très divers et comprendre sans trop d'efforts des films, des émissions radio et de télévision.  <i>The student can understand long, well-structured speeches on a wide variety of topics and understand movies, radio and television</i>

	<i>are expressed very clearly and distinctly.</i>	<i>most of the oral instructions, short audio / video excerpts expressed in everyday language at a moderate speed.</i>	<i>The student understands the essentials of topics familiar with everyday life, work, hobbies, if they are expressed in a clear and standard way. This includes audio / video material on familiar topics, if spoken clearly and slowly.</i>	<i>The student can understand the essentials of lengthy speeches on topics familiar or of interest. It can also include the essentials of a film, a documentary, a radio or television program on topical issues, and on the basis of a standard and common language.</i>	<i>broadcasts without much effort.</i>
<b>Speaking</b>	<p>L'étudiant/e peut communiquer avec un vocabulaire de base. Il peut poser des questions et répondre à des questions simples posées lentement.</p> <p><i>The student can communicate with a basic vocabulary. He can ask questions and answer simple questions asked slowly.</i></p>	<p>L'étudiant/e peut échanger sur des activités courantes, des informations, dans une langue simple. Il peut aussi relater des faits courts dans une langue simple au passé, au présent et au futur.</p> <p><i>The student can exchange on current activities, information, in a simple language. She can also relate short facts in a simple language to the past, present and future.</i></p>	<p>L'étudiant/e est capable de faire face à la majorité de situations de la vie courante (dans la rue, au travail, en voyage), participer à des conversations sur des sujets familiers, émettre des avis simples.</p> <p><i>The student is able to cope with the majority of everyday situations (on the street, at work, while traveling), to participate in conversations about familiar subjects, to give simple opinions.</i></p>	<p>L'étudiant/e peut communiquer de façon assez spontanée, prendre part à des conversations assez longues sur des sujets familiers ou qui l'intéressent, exprimer ses opinions.</p> <p><i>The student can communicate quite spontaneously, take part in long conversations on topics familiar or of interest to him, express his opinions.</i></p>	<p>L'étudiant/e peut s'exprimer de façon spontanée et efficace dans les conversations sociales et professionnelles, en exprimant clairement son avis et en commentant les positions de ses interlocuteurs.</p> <p><i>The student can express himself spontaneously and effectively in social and professional conversations, expressing her opinion clearly and commenting on the positions of her interlocutors.</i></p>
<b>Writing</b>	<p>L'étudiant/e peut écrire des phrases simples au présent, passé composé et futur, voire écrire un courrier court avec un vocabulaire de base de vie quotidienne ou même remplir un questionnaire avec des données</p>	<p>L'étudiant/e est capable d'écrire des messages et des lettres personnelles courtes sur des sujets de la vie quotidienne, au présent, passé et futur.</p> <p><i>The student is able to write short personal</i></p>	<p>L'étudiant/e peut écrire des textes cohérents et logiques sur des sujets de vie quotidienne ou qui l'intéresse. Il peut exprimer simplement son avis.</p> <p><i>The student can write coherent and logical texts on</i></p>	<p>L'étudiant/e peut écrire des textes clairs et détaillés sur des sujets familiers et qui l'intéressent. Il peut argumenter et donner son avis, raconter des expériences.</p> <p><i>The student can write clear and detailed texts on topics that are</i></p>	<p>L'étudiant/e est capable d'écrire des textes (courrier, essai, rapport) sur des sujets de vie courante et de sa spécialisation professionnelle, avec des structures grammaticales complexes, élaborées. Il peut faire une argumentation</p>

	<p>simples et personnelles.</p> <p><i>The student can write simple sentences in the present, past composed and future, even write a short mail with a basic vocabulary of daily life or fill out a questionnaire with simple and personal data.</i></p>	<p><i>messages and letters on topics of daily life, present, past and future.</i></p>	<p><i>subjects of daily life or which interests him. He can express his opinion simply.</i></p>	<p><i>familiar to her and that interest her. She can argue and give her opinion, relate experiences.</i></p>	<p>longue et complexe aussi.</p> <p><i>The student is able to write texts (mail, essay, report) on subjects of everyday life and his professional specialization, with elaborate complex grammatical structures. He can make a long and complex argument too.</i></p>
--	---	---	---	--	---

## Europe, myths and realities

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Europe, mythe et réalités/ <i>Europe, myths and realities</i></b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Languages, Arts and Humanities</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	<b>Angela Newton</b>
<b>Format</b>	<b>Face à face/ <i>Face to face</i></b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>12</b>
<b>Pré-requis / Pre-requisites</b>	<b>Pas de prérequis / <i>No pre-requisites</i></b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Working/Learning Hours</b>	<b>25</b>
<b>ECTS</b>	<b>2</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Anglais / <i>English</i></b>

### **11. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.

### **2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course contribution to the Intended Learning Objectives**

<b>Acquisition de Acquisition of</b>	<b><i>Intended Learning Objectives</i></b>	<b>Importance / Relevance 0, 1, 2, 3</b>
	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	0
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	2

Compétences / Skills	Travailler efficacement en groupe, être moteur la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	2
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	3
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	3

### **3 . Objectifs détaillés du cours**

#### **Description du cours / Course's description**

*Every "European" manager and anyone who works with the European market will have to evolve in an environment which may seem natural and obvious to him and her: a European Union built and enlarged over the years whose reality and advantages could not seem to be called into question: first and foremost a means of avoiding War. Yet for some years this apparent consensus around the European Idea has weakened (Euro-scepticism, Brexit, Covid management, Corruption, the Immigrant Crisis, Ireland and Northern Ireland, and finally, punishing Russia economically and militarily for its invasion of Ukraine, and the Ukraine question for the EU and NATO.)*

*Thus, significant questions arise.*

*They are related to the gap felt, rightly or wrongly, between the myth of a purely European peace and prosperity project for its peoples and the realities of the difficulties encountered (identity, sovereignty, defense, culture...) as it evolves in a world in full transformation and pulled between the United States, China and now Russia.*

*Our future managers and their companies will not be able to avoid these changes and will have to understand their causes and consider their consequences in order to anticipate them as effectively as possible.*

*In French:*

*Chaque manager " européen " et toute personne qui a affaire au marché européen devra évoluer dans un environnement qui peut lui sembler naturel et évident : une Union européenne construite et élargie au fil des ans dont la réalité et les avantages ne semblent pas pouvoir être remis en cause : avant tout un moyen d'éviter la Guerre. Pourtant, depuis quelques années, cet apparent consensus autour de l'Idée européenne s'est affaibli (euro-scepticisme, Brexit, gestion de Covid, corruption, crise des immigrés, Irlande et Irlande du Nord, et enfin, punir économiquement et militairement la Russie pour son invasion de l'Ukraine, et la question de l'Ukraine pour l'UE et l'OTAN).*

*Ainsi, des questions importantes se posent.*

*Elles sont liées au décalage ressenti, à tort ou à raison, entre le mythe d'un projet purement européen de paix et de prospérité pour ses peuples et les réalités des difficultés rencontrées (identité,*

souveraineté, défense, culture...) au fur et à mesure de son évolution dans un monde en pleine transformation et tiraillé entre les Etats-Unis, la Chine et maintenant la Russie.

Nos futurs managers et leurs entreprises ne pourront pas éviter ces changements et devront comprendre leurs causes et envisager leurs conséquences afin de les anticiper au mieux.

Through building awareness and understanding of the world around them, students will better understand the context for the call to action provided by the UN Sustainable Development Goals. By improving their critical thinking skills, students will add to their intellectual toolkit while being able to make their own contributions to the SDGs.



**Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course pedagogical objectives (Knowledge & Skills)**

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les connaissances et les compétences suivantes / At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:

- a- Présenter les objectifs initiaux du projet européen et en comprendre les enjeux politiques, économiques et sociaux. Premier essai de deux pages succints.
  - b- Analyser les crises rencontrées par l'UE au fil de ses élargissements successifs et en déduire les conséquences sur son avenir. Présentation.
  - c- Etudier et analyser les défis lancés aux états de l'UE et au projet européen par la mondialisation. Dernier essai de trois pages.
- a. Present the initial objectives of the European project and understand its political, economic and social issues. This is the FIRST IMPRESSIONS PAPER; 2 pages.
  - b. Analyze the crises faced by the EU during its successive enlargements and deduce consequences for its future. THIS IS YOUR PRESENTATION.
  - c. Three pages. Final impressions as concerns the European Union.

**Format for aspects a. and c.:** in Microsoft Word, Times New Roman 12-point font, 1.5 spacing, with numbered references in bibliography within the paper and in the bibliography (Vancouver style.)

**For aspect b,** the presentation needs to be submitted to the professor in the format in which it was taught to the course participants.

**4.Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Power Point, articles de presse, études de cas sont disponibles sur Moodle / Syllabus, Power Points, news articles, case studies are available on Moodle.

**5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials :**

**Note : This is definitely subject to change as per global and European events. This syllabus is being filed in June 2022.**

Séances	Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials
1	Le projet européen, utopie et histoire, objectifs et ambitions /

	<i>The European project, utopia and history, objectives and ambitions</i>
2	Construction et crises: une UE en perpétuelle transformation / <i>The political, economic and social issues of the European project</i>
3	<b>L'Europe vue d'ailleurs / Présentations des étudiants et débats menés par les étudiants</b> <i>Europe seen from abroad/ Student Presentations and student-led debate</i>
4	<b>L'UE face aux défis de l'intégration et de la mondialisation / Enjeux politiques:</b> Présentations des étudiants et débats menés par les étudiants <i>The EU and the challenges of integration and globalization</i> <i>Political Issues: Student Presentations and Debates led by students</i>
5	<b>L'UE face aux défis de la société, du pluralisme, de la corruption réelle et ressentie, et des normes imposées/</b> Présentations des étudiants. <i>The EU facing societal differences and challenges. Student presentations and debates led by students.</i>
6	<b>L'UE face aux défis économiques, et l'avenir de l'Europe/</b> Présentations des étudiants / <i>The European Union, its economic challenges, and its future. Student presentations and debates led by students.</i>

## **Possible cultures represented in the class (as per exchange students foreseen in June 2022):**

**Europe :** Poland, Slovakia, Liechtenstein, Hungary, Iceland, Italy, Spain, Germany

**Asia:** South Korea, Hong Kong, Taiwan, Japan, China

**The Middle East:** Turkey, Israel

**The Americas:** Argentina, Uruguay, Mexico, the US.

## **6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

Ce cours repose en partie sur la méthode de la classe inversée.

D'une part le professeur présente les grandes lignes du cours (six premières heures) et d'autre part, les étudiants en groupes de 4 maxi préparent et présentent leurs travaux pour les six dernières heures.

Pour certaines séances (les deux premières séances), des textes et un guide de questions sont remis aux étudiants via Moodle. Pour d'autres (les quatre dernières séances), le travail s'effectue sous forme de TD avec échanges entre les groupes d'étudiants et le professeur. Il est recommandé d'envoyer son travail avant la présentation.

A la fin de chaque séance, le professeur fait une synthèse de fond et de forme.

*This course is in large part based on the reverse class method: for the last four courses, students will indeed lead the class.*

*Firstly, the professor will present the main aspects which must be taken into account to understand the European Union. Secondly, the students in groups of no more than 4, will prepare and present their work as concerns politics, society and economics within the E.U.*

## 7. Evaluation / Assessment

<b>A3S5</b>		semestre / semester		rattrapage / re-sit		
		pondération / weighting		pondération / weighting		
<b>Type d'évaluation / Assessment type</b>	<b>Méthode d'évaluation Assessment method</b>	<b>individuel individual</b>	<b>collectif / in-group</b>	Conservé oui / non retained yes /no	%	<b>Objectifs d'apprentissage évalués / Assessed Learning objectives</b>
<b>Evaluation 1 / Assessment 1: Writing</b>	First impressions	20%				
	Final impressions	20%		yes	100%	a, b, c
<b>Evaluation 2 / Assessment 2 Presentations</b>	Politics/Economics/Societal and led debate		60%			a, b, c
Total		<b>Total</b>	<b>100%</b>			
<b>Rattrapage/ re-sit</b>				<b>Total</b>	<b>100%</b>	

## 8. Bibliographie / Bibliography

*L'Union européenne, Histoire, institutions, politiques*, Pascal Fontaine, Editions du Seuil, 2012

*Le mal européen*, Guy Verhofstadt, Plon, 2016

*Le Rapport Schuman 2018 sur l'état de l'Union* offre une vue complète de l'Union européenne.

Réalisé sous la direction de Thierry Chopin et Michel Foucher, il est publié aux éditions Marie B dans la collection Lignes de repères.

De nombreux ouvrages sont disponibles sur le Learning Center de l'EBS. Lecture régulière de la presse et de l'actualité économique.

*« Rapport Schuman 2018 sur l'état de l'Union » offers a complete overview of the European Union. This was made under the management of Thierry Chopin and Michel Foucher and is published by Marie B in the collection Lignes de repères.*

*Books available from EBS Learning Center. Read news articles on a regular basis.*

## 9. Plagiat / Plagiarism

Le plagiat consiste à s'appropriier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit*



*their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

**10. Grille générale d'évaluation / *General assessment grid* : voir ci-dessous / *see below***

<b>Course's pedagogical objectives</b>	<b>Below expectations 0-9</b>	<b>Meet expectations 9-13</b>	<b>Above expectations 13-20</b>
<p>a-Présenter les objectifs initiaux du projet européen et en comprendre les enjeux politiques, économiques et sociaux /</p> <p><i>Present the initial objectives of the European project and understand its political, economic and social issues</i></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable de présenter les objectifs initiaux du projet européen et en comprendre les enjeux politiques, économiques et sociaux /</p> <p><i>The student is not able to present the initial objectives of the European project nor to understand its political, economic and social issues</i></p>	<p>L'étudiant est capable de présenter les objectifs initiaux du projet européen et en repérer les enjeux politiques, économiques et sociaux /</p> <p><i>The student is able to present the initial objectives of the European project and to identify its political, economic and social issues</i></p>	<p>L'étudiant est capable de présenter les objectifs initiaux du projet européen et en comprendre les enjeux politiques, économiques et sociaux /</p> <p><i>The student is able to present the initial objectives of the European project and to understand its political, economic and social issues.</i></p>
<p>b-Analyser les crises rencontrées par l'UE au fil de ses élargissements successifs et en déduire les conséquences sur son avenir /</p> <p><i>Analyze the crises encountered by the EU during its successive enlargements and deduce consequences for its future</i></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable d'analyser les crises rencontrées par l'UE au fil de ses élargissements successifs et d'en déduire les conséquences sur son avenir /</p> <p><i>The student is not able to analyze the crises encountered by the EU during its successive enlargements nor to deduct consequences for its future.</i></p>	<p>L'étudiant est capable d'analyser les crises rencontrées par l'UE au fil de ses élargissements successifs /</p> <p><i>The student is able to analyze the crises encountered by the EU during its successive enlargements.</i></p>	<p>L'étudiant est capable d'analyser les crises rencontrées par l'UE au fil de ses élargissements successifs et d'en déduire les conséquences sur son avenir /</p> <p><i>The student is able to analyze the crises encountered by the EU during its successive enlargements and to deduce consequences for its future.</i></p>
<p>c-Etudier et analyser les défis lancés aux états de l'UE et au projet européen par la mondialisation /</p> <p><i>Study and analyze the challenges posed to the EU states and the European project by globalization</i></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable d'étudier et analyser les défis lancés aux Etats de l'UE et au projet européen par la mondialisation /</p> <p><i>The student is not able to study and analyze the challenges posed by globalization to the EU states and the European project.</i></p>	<p>L'étudiant est capable d'étudier les défis lancés aux Etats de l'UE et au projet européen par la mondialisation /</p> <p><i>The student is able to study and analyze the challenges of globalization posed to the EU states and the European project.</i></p>	<p>L'étudiant est capable d'étudier et d'analyser les défis lancés aux Etats de l'UE et au projet européen par la mondialisation /</p> <p><i>The student is able to study and analyze the challenges posed by globalization to the EU states and the European project.</i></p>

# MARKETING

## Strategic Marketing

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Marketing stratégique / Strategic Marketing</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Marketing</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	<b>Souheila Kaabachi, Aline Pozzo Di Borgo</b>
<b>Format</b>	<b>Face à face / face to face</b>
<b>Course level</b>	<b>Undergraduate</b>
<b>Pré-requis / Pre-requisites</b>	<b>Fondamentaux du marketing / Marketing Fundamentals</b>
<b>ECTS</b>	<b>5</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>30h</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Work Hours</b>	<b>15h</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Anglais/English</b>
<b>RNCP35177BC02</b> <b>Elaborer et mettre en œuvre la stratégie marketing et commerciale / Develop and implement the marketing and sales strategy</b>	<p><b>C1</b> Réaliser le diagnostic interne et externe d'une entreprise de façon complète et méthodique. / Carry out the internal and external diagnosis of a company in a complete and methodical way.</p> <p><b>C2</b> Être en veille sur les tendances actuelles de consommation et de distribution 4.0./ Be aware of current trends in consumption and distribution</p> <p><b>C3</b> Détecter une opportunité sur un marché. / Identify an opportunity in a market.</p> <p><b>C4</b> Concevoir une stratégie de ciblage et de positionnement</p>

	<p>cohérente avec le diagnostic. / Develop a targeting and positioning strategy consistent with the diagnosis.</p> <p><b>C5</b> Créer et marketer une offre cohérente avec les choix stratégiques./ Create and market an offer consistent with the strategic choices.</p> <p><b>C6</b> Innover de façon éthique en intégrant l'application du marketing des services dans un contexte business to business international. / Innovate in an ethical way by integrating the application of service marketing in an international business to business context.</p> <p><b>C7</b> Développer une activité commerciale et négocier en mobilisant les forces et opportunités détectées. / Develop a commercial activity and negotiate by mobilizing the strengths and opportunities</p>
--	---

<p>RNCP35177BC05</p> <p>Mettre en œuvre la stratégie digitale d'une entreprise et piloter un projet e-commerce / Implement the digital strategy of a company and manage an e-commerce project</p>	<p><b>C1</b> Définir et piloter la transformation digitale d'une entreprise, dans un monde complexe et en mutation. / Define and manage the digital transformation of a company in a complex and changing world.</p> <p><b>C2</b> Analyser les opportunités et menaces des nouveaux Business Model de l'économie digitale. / Analyze the opportunities and threats of the new business model of the digital economy.</p> <p><b>C3</b> Définir et déployer le marketing et la communication digitale. / Define and implement digital marketing and communication.</p> <p><b>C4</b> Connaître, conquérir et fidéliser les clients hyper-connectés et multi-device. / Know, conquer and retain hyper-connected and multi-device customers.</p> <p><b>C5</b> Exécuter et livrer un travail de conseil en digital business/marketing. / Execute and deliver a digital business/marketing consultancy.</p> <p><b>C6</b> Auditer un site web commercial et formuler des recommandations stratégiques et opérationnelles pertinentes. / Audit a commercial website and make relevant strategic and operational recommendations.</p> <p><b>C7</b> Analyser les data d'un site web et d'une application mobile et générer du trafic. / Analyze the data of a website and a mobile application and generate traffic.</p> <p><b>C8</b> Fixer des KPIs et calculer un retour sur investissement des actions de communication digitales notamment sur les médias sociaux. / Set KPIs and calculate a return of investment of digital communication actions, especially on social media.</p> <p><b>C9</b> Programmer, créer et gérer un site web ergonomique et avec un design attractif. / Program, create and manage a website with an attractive design.</p>
---	--

## **6. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

**7. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

Acquisition de <i>Acquisition of</i>	Objectifs d'apprentissage <i>Learning Objectives</i>	Importance Relevance <i>0, 1, 2, 3</i>
Compétences / <i>Skills</i>	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	3
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	2
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Être acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	3
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	2
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	1

**1. Objectifs détaillés du cours / Detailed course's objectives**

**Descriptif du cours / Course description**

**Innovation en Marketing**

Face à une phase de transformation digitale et écologique, les entreprises sont à la recherche d'innovations marketing. Par conséquent, dans le cadre de ce cours, les étudiants adopteront, la casquette de consultants, ils seront en charge de répondre aux problématiques marketing et stratégiques des entreprises (optimisation d'un site internet, extension de marque ou de gamme, internationalisation, repositionnement à travers un nouveau plan de communication) en proposant les techniques de marketing les plus innovantes pour séduire le consommateur 5.0

**innovation in Marketing**

*Encountering digital and ecological transformation, companies are in search of marketing innovations. Therefore, as part of this course, students will endorse the role of consultants, they will be in charge of responding in charge of responding to the marketing and strategic issues of companies (website optimization, brand or range expansion, internationalization, repositioning through a new*

communication plan) by offering the most innovative marketing techniques to seduce the consumer

5.0

### Cours mix-com

Ce cours vise à familiariser les étudiants avec les techniques du marketing digital et s'attache à en détailler les concepts clés, le vocabulaire de base et les meilleures pratiques, notamment à l'aide d'exemples concrets.

Il a pour but de donner à de futurs managers les clés leur permettant d'élaborer, concevoir et piloter une stratégie de communication digitale.

*This course aims to familiarize students with the techniques of digital marketing and focuses on detailing key concepts, basic vocabulary and best practices, including concrete examples. It aims to give future managers the keys to develop, design and manage a digital communication strategy.*

Contribution du cours aux objectifs de développement durable de l'ONU, (indiquez les numéros concernés) :

*Contribution of the course to the UN Sustainable Development Goals (numbered items concerned):*

4, 9, 12



### Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's learning objectives (Knowledge & Skills)

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les capacités suivantes / *At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:*

#### **Innovation en Marketing**

- a) Identifier et définir clairement la problématique d'une entreprise dans un contexte d'innovation stratégique et opérationnel
- b) Proposer des solutions innovantes concrètes et réalistes pour résoudre cette problématique
- c) mobiliser les outils du Marketing stratégique, opérationnel et digital
- d) savoir appliquer les différents outils marketing à différents secteur d'activité et à différentes problématiques

*a) Clearly identify and define the problem of a company in a context of strategic and operational innovation*

*b) Propose concrete and realistic innovative solutions to solve this problem*

*c) mobilize strategic, operational and digital marketing tools*

*d) Know how to apply different marketing tools to different business lines and issues*

#### **Stratégie de communication**

- a) comprendre les enjeux du marketing digital
- b) se familiariser avec les techniques du marketing digital
- c) savoir utiliser et mobiliser les outils digitaux adéquats pour répondre aux objectifs marketing

- a) understand the challenges of digital marketing
- b) become familiar with digital marketing techniques
- c) Know how to use and mobilize appropriate digital tools to meet marketing objectives

## **8. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Power Point, , études de cas sont disponibles sur Moodle / *Syllabus, Power Points, case studies are available on Moodle.*

## **2. Contenu des séances (susceptible d'être modifié) / Content of Sessions (subject to changes)**

Séances /sessions	Durée / Duration	Sujets traités / topics	Evaluation formative/ Formative assessment
		<b>Innovation en marketing</b>	
1	2h	Initiation aux techniques de résolution des problématiques marketing dans un contexte d'innovation stratégique et opérationnel Comment formuler et évaluer des stratégies, opérationnel et tactique en matière de produits et de services dans un contexte d'innovation <i>Introduction to techniques for solving marketing problems in a context of strategic and operational innovation</i> <i>How to formulate and evaluate strategies, operational and tactical products and services in a context of innovation</i>	
2	2h	Etude de cas : La création d'une MDD dans l'univers des Grands Magasins : Le cas du PRINTEMPS <i>Case Study: The Creation of a MDD in the Universe of Department Stores:</i> <i>The case of the Printemps</i>	Dossier écrit par tous les groupes <i>Présentation orale de deux groupes</i> <i>written record by all groups</i> <i>Oral presentation of two groups</i>
3	2h	Présentation oral Correction et échange sur le cas <i>Oral presentation</i> <i>Correction of the case study</i>	Focus sur les notions mobilisées Focus on the concepts involved in the case
4	3h	Etude de cas : Du luxe à l'Hyper luxe dans l'univers de la maroquinerie. <i>A la recherche d'un nouveau concept store,</i> <i>Le cas du groupe LVMH.</i>	Dossier écrit par tous les groupes <i>Présentation orale de deux groupes</i>



		<i>Case study: From luxury to hyper luxury in the world of leather goods. In search of a new concept store, The case of the LVMH group.</i>	<i>written record by all groups Oral presentation of two groups</i>
5	2h	Présentation oral Correction et échange sur le cas <i>Oral presentation Correction of the case study</i>	Focus sur les notions mobilisées Focus on the concepts involved in the case
6	2h	Cas Tudo : lancement d'une marque sur le marché chinois <i>Point sur le marketing international Tudo case: launch of a brand on the Chinese market International Marketing Mini Course</i>	Dossier écrit par tous les groupes <i>Présentation orale de deux groupes written record by all groups Oral presentation of two groups</i>
7	2h	Présentation oral Correction et échange sur le cas <i>Oral presentation Correction of the case study</i>	Focus sur les notions mobilisées Focus on the concepts involved in the case

Séances /sessions	Durée / Duration	Sujets traités / topics <b>Stratégie de communication</b>	Evaluation formative/ Formative assessment
1	2h	Fondamentaux du marketing digital Définition du marketing digital <i>les P à l'ère du marketing digital le POEM Les 5W Digital Marketing Fundamentals Definition of Digital Marketing P's in Digital Marketing the POEM The 5W</i>	
2	2h	De l'outbound à l'inbound marketing From outbound to inbound marketing	QUIZ
3	2h	Le site web : pilier de la stratégie digitale l'expérience <b>utilisateur (UX)</b> Conception d'un site internet : les 7C La visibilité du site sur les moteurs de recherche : Comprendre le Référencement naturel et le référencement payant <i>The website: pillar of the digital strategy User Experience (UX) Website design: the 7C Visibility of the site on search engines: Understanding Natural SEO and Paid SEO</i>	

4	2h	Le e-mail marketing Marketing des réseaux sociaux <i>The e-mail marketing</i> <i>Social Media Marketing</i>	
5	2h	Marketing de contenu Le Marketing d'influence Les indicateurs clés de performance (KPI's) <i>brand content</i> <i>Influence marketing</i> <i>Key Performance Indicators (KPIs)</i>	
6	3h	Etude de cas synthèse <i>Summary case study</i>	
7	2h	Présentation oral Correction et échange sur le cas <i>Oral presentation</i> <i>Correction of the case study</i>	Focus sur les notions mobilisées Focus on the concepts involved in the case

### **Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

Cours, étude de cas , articles de presse, présentations orales / *Courses, case study, articles, oral presentations*

### **Evaluation / Assessment**

**Tableau 1 : innovation en marketing**

**Tableau 2 : stratégie de communication**

***Table 1 : innovation in marketing***

***Table 2: stratégie de communication***



\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student.

**Les notes finales doivent être transmises à la Scolarité, ou saisies sur la plate-forme dédiée, 14 jours ouvrés au plus tard après la date des examens finaux.**

***Final grades must be sent to the Students Office, or entered on the dedicated platform, no later than 14 working days after the final exam date***

### **Bibliographie / Bibliography**

Kotler, Philip T. : Principles of marketing, **17th Edition** Pearson Education

Van Laethem, Nathalie et Durand-Mégret, Béatrice , La boîte à outils du marketing,  
Editeur: Dunod, Année de Publication: 2019, pages: 339.

***Claire Gallic et Rémy Marrone, Le Grand Livre du Marketing digital***

2nde édition Paru le 14 octobre 2020

### **10. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'appropriier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

### **11. Grille générale d'évaluation / General assessment grid**

Course's pedagogical objectives	Below expectations 0-9	Meet expectations 9-13	Above expectations 13-20
<p>a) Identifier et définir clairement la problématique d'une entreprise dans un contexte d'innovation stratégique et opérationnel</p> <p><i>a) Clearly identify and define the problem of a company in a context of strategic and operational innovation</i></p>	<p><i>L'étudiant n'est pas capable d'identifier et de définir clairement la problématique d'une entreprise dans un contexte d'innovation stratégique et opérationnel</i></p> <p><i>Student is not able to clearly identify and define the problem of a company in a context of strategic and operational innovation</i></p>	<p><i>L'étudiant est capable d'identifier et de définir clairement la problématique d'une entreprise dans un contexte d'innovation stratégique et opérationnel</i></p> <p><i>Student is able to clearly identify and define the problem of a company in a context of strategic and operational innovation</i></p>	<p>L'étudiant est capable de définir clairement et précisément la problématique essentielle de l'entreprise dans un contexte d'innovation stratégique et opérationnel</p> <p><i>The student is able to define clearly and precisely the essential problem of the company in a context of strategic and operational innovation</i></p>
<p>b) Proposer des solutions innovantes concrètes et réalistes pour résoudre cette problématique</p> <p><i>Propose concrete and realistic innovative solutions to solve this problem</i></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable de proposer des solutions innovantes concrètes et réalistes pour résoudre cette problématique</p> <p><i>Student doesn't be able to propose concrete and realistic innovative solutions to solve this problem</i></p>	<p>L'étudiant est capable de proposer des solutions innovantes, concrètes et réalistes pour résoudre cette problématique</p> <p><i>Student is able to propose concrete and realistic innovative solutions to solve this problem</i></p>	<p>L'étudiant est capable de proposer des solutions innovantes concrètes et réalistes pour résoudre et d'argumenter ses choix</p> <p><i>The student is able to propose concrete and realistic innovative solutions to solve and argue his choices</i></p>
<p>c) mobiliser les outils du Marketing stratégique, opérationnel et digital</p> <p><i>mobilize strategic, operational and digital marketing tools</i></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable de mobiliser les outils du Marketing stratégique, opérationnel et digital</p> <p><i>Student is not able to mobilize strategic, operational and digital marketing tools</i></p>	<p>L'étudiant est pas capable de mobiliser les outils du Marketing stratégique, opérationnel et digital</p> <p><i>Student is not able to mobilize strategic, operational and digital marketing tools</i></p>	<p>L'étudiant est parfaitement capable mobiliser les outils du Marketing stratégique, opérationnel et digital</p> <p><i>The student is perfectly able to mobilize the tools of Strategic, Operational and Digital Marketing</i></p>

<p><b>d)</b> savoir appliquer les différents outils marketing à différents secteur d'activité et à différentes problématiques</p> <p><i>Know how to apply different marketing tools to different lines of business and issues</i></p>	<p>L'étudiant ne sait pas appliquer les différents outils marketing à différents secteur d'activité et à différentes problématiques</p> <p><i>Student doesn't know how to apply different marketing tools to different lines of business and issues</i></p>	<p>L'étudiant sait appliquer les différents outils marketing à différents secteur d'activité et à différentes problématiques</p> <p><i>Student knows how to apply different marketing tools to different lines of business and issues</i></p>	<p>L'étudiant connaît parfaitement comment appliquer les différents outils marketing à différents secteur d'activité et à différentes problématiques</p> <p><i>Student knows perfectly how to apply different marketing tools to different lines of business and issues</i></p>
<p>a) comprendre les enjeux du marketing digital</p> <p><i>understand the challenges of digital marketing</i></p>	<p>L'étudiant ne comprend pas les enjeux du marketing digital</p> <p><i>Student doesn't understand the challenges of digital marketing</i></p>	<p>L'étudiant comprend les enjeux du marketing digital</p> <p><i>Student understands the challenges of digital marketing</i></p>	<p>L'étudiant comprend parfaitement les enjeux du marketing digital</p> <p><i>The student fully understands the challenges of digital marketing</i></p>
<p>b) se familiariser avec les techniques du marketing digital</p> <p><i>become familiar with digital marketing techniques</i></p>	<p>L'étudiant n'arrive pas à se familiariser avec les techniques du marketing digital</p> <p><i>Student fails to become familiar with digital marketing techniques</i></p>	<p>L'étudiant est familiarisé avec les techniques du marketing digital</p> <p><i>Student become familiar with digital marketing techniques</i></p>	<p>L'étudiant est parfaitement familiarisé à l'usage des techniques du marketing digital</p> <p><i>The student is perfectly familiar with the use of digital marketing techniques</i></p>
<p>c) savoir utiliser et mobiliser les outils digitaux adéquats pour répondre aux objectifs marketing</p> <p><i>Know how to use and mobilize appropriate digital tools to meet marketing objectives</i></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable d'utiliser et mobiliser les outils digitaux adéquats pour répondre aux objectifs marketing</p> <p><i>The student is not able to use and mobilize the appropriate digital tools to meet marketing objectives</i></p>	<p>L'étudiant est capable d'utiliser et mobiliser les outils digitaux adéquats pour répondre aux objectifs marketing</p> <p><i>The student is able to use and mobilize the appropriate digital tools to meet marketing objectives</i></p>	<p>L'étudiant est parfaitement capable d'utiliser et mobiliser les outils digitaux adéquats pour répondre aux objectifs marketing</p> <p><i>The student is perfectly able to use and mobilize the appropriate digital tools to meet marketing objectives</i></p>

## Growth Hacking

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Growth Hacking</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022 - 2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>S5 / Fall Incoming</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Marketing</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	<b>Patrick Bellair</b>
<b>Format</b>	<b>Face à face / Face to face</b>
<b>Course level</b>	<b>Graduate</b>
<b>Pré-requis / Pre-requisites</b>	<b>None</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>12</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Work Hours</b>	<b>15</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Anglais / English</b>
<b>ECTS</b>	<b>2</b>
<b>BLOC 2 : ELABORER ET METTRE EN ŒUVRE LA STRATEGIE MARKETING ET COMMERCIALE</b>	<p><b>B2C2</b> Être en veille sur les tendances actuelles de consommation et de distribution 4.0 / Be aware of current trends in consumption and distribution</p> <p><b>B2C3</b> Détecter une opportunité sur un marché / Identify an opportunity in a market</p>

### 9. Objectifs généraux du programme / General programme objectives

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

**10. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

Acquisition de <i>Acquisition of</i>	Objectifs d'apprentissage <i>Learning Objectives</i>	Importance <i>Relevance</i> 0, 1, 2, 3
Compétences / <i>Skills</i>	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	1
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	3
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite du changement et la conduite de projets <i>Be active team members, be able to spur change, foster digital transformation and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	3
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	2
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	1

**3. Objectifs détaillés du cours / Precise course's objectives**

**Descriptif du cours / Course description**

-Growth Hacking Méthode Tim Ferriss / *Growth Hacking Tim Ferris method*

**Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)**

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les capacités suivantes / *At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:*



- a) Capacité à utiliser Shopify et Oberlo et à réfléchir à une UX dont l'objectif est la performance
- b) Capacité à créer une ergonomie attractive
- c) Acquisition de compétences en Growth hacking

a) *Ability to use Shopify and Oberlo and Ability to think about a UX where the objective is about performance*

b) *Ability to create an attractive ergonomic*

c) *Growth Hacking skills*

#### **4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Power Point, articles de presse, études de cas sont disponibles sur Moodle / *Syllabus, Power Points, news articles, case studies are available on Moodle.*

#### **5. Contenu du cours par séance / Content of Lectures or Tutorials**

Séances	Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials
1	Théorie autour de l'e-commerce et le drop shipping <i>Theory about e-shop and drop shipping</i>
2	Exercice pédagogique autour de la création d'une plateforme shopify <i>Exercise about digital platform's creation with Shopify</i>
3	Comprendre les enjeux et l'intérêt du drop shipping dans un objectif Growth Hacking <i>Understand the issues of drop shipping with growth hacking in mind</i>
4	Exercice pédagogique autour de la création d'un e-commerce en drop shipping <i>Exercise about e-shop creation with drop shipping</i>

6.

#### **7. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

- Pédagogie Inversée et pédagogie par la pratique

- *Reverse pedagogy, Practice pedagogy*

#### **8. Evaluation / Assessment**

Assessment's type	Assessment's method	Individual	Collective	Total	Course's obj. assessed
Créations d'un e-commerce en drop shipping/ <i>e-shop creation with drop shipping</i>		0%	100%	100%	a, b, c
Total		0%	100%	100%	

## **8. Bibliographie / Bibliography**

- <https://fr.shopify.com/blog>
- La semaine de 4h Tim Ferriss

## **9. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'approprier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

**10. Grille générale d'évaluation / General assessment grid (voir ci-dessous / see below)**

course's pedagogical objectives	Below expectations 0-9	Meet expectations 9-13	Above expectations 13-20
a) Capacité à utiliser Shopify et Oberlo et à réfléchir à une UX dont l'objectif est la performance / <i>Ability to use Shopify and Oberlo and Ability to think about a UX where the objective is about performance</i>	L'étudiant n'est pas capable d'appliquer la théorie apprise en cours / <i>The student is not able to apply the learned theory</i>	L'étudiant n'est pas capable d'appliquer la théorie apprise en cours / <i>The student is able to apply the learned theory</i>	L'étudiant n'est pas capable d'appliquer la théorie apprise en cours et à compléter sa formation avec des tutoriels / <i>The student is not able to apply the learned theory and above with online tutorials</i>
b) Capacité à créer une ergonomie attractive / <i>Ability to create an attractive ergonomic</i>	L'étudiant n'a pas appliqué les conseils enseignés / <i>The student did not apply the taught tips</i>	L'étudiant a appliqué les conseils enseignés / <i>The student did apply the taught tips</i>	L'étudiant a appliqué les conseils enseignés et a fait de nouvelles propositions / <i>The student did apply the taught tips and new proposals</i>
c) Acquisition de compétences en Growth hacking / <i>Growth Hacking skills</i>	L'étudiant n'a pas fourni un effort suffisant / <i>The student did not provide enough effort</i>	L'étudiant a fourni un effort suffisant / <i>The student did provide enough effort</i>	L'étudiant a fourni un effort suffisant et a rendu plus que ce qui était demandé / <i>The student did provide enough effort, and did more than asked</i>

## Service Marketing

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Service Marketing</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département /Department</b>	<b>MARKETING</b>
<b>Responsable du cours /Course Coordinator</b>	<b>Martine DEPARIS</b>
<b>Format</b>	<b>Face à face</b>
<b>Course level</b>	<b>Graduate</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>12 (3 séances X 3 heures ; 1 séance X 2 heures)</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Working/Learning Hours</b>	<b>30</b>
<b>ECTS</b>	<b>2</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Anglais / English</b>
<b>BLOC 2 : ELABORER ET METTRE EN ŒUVRE LA STRATEGIE MARKETING ET COMMERCIALE / DEVELOP AND IMPLEMENT THE MARKETING AND SALES STRATEGY</b>	<p><b>B2C1</b> Réaliser le diagnostic interne et externe d'une entreprise de façon complète et méthodique / Carry out the internal and external diagnosis of a company in a complete and rigorous way.</p> <p><b>B2C2</b> Être en veille sur les tendances actuelles de consommation et de distribution 4.0 / Be aware of current trends in consumption and distribution 4.0.</p>

### **1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

### **2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

Acquisition de Acquisition of	<i>Intended Learning Objectives</i>	Importance / Relevance 0, 1, 2, 3
Compétences / Skills	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <b>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</b>	3
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <b>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</b>	1
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite du changement et la conduite de projets <b>Be active team members, and lead projects</b>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <b>Be active to spur change and to foster digital transformation</b>	1
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <b>Think globally and be used to working in a multicultural environment</b>	2
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <b>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</b>	1

### 3. Objectifs détaillés du cours

#### Description du cours

L'apport du marketing dans une organisation s'inscrit dans un contexte sectoriel donné. Les fondements du marketing, souvent appréhendés dans des contextes de produits de grande consommation, se révèlent insuffisants pour établir une stratégie marketing propre à un secteur industriel ou dans l'univers des services. C'est pourquoi l'objectif de ce module est de compléter la formation au marketing des étudiants. Plus précisément, il s'agit de les sensibiliser à la spécificité du marketing dans les domaines du service et de la relation client d'une part et d'autre part du secteur business-to-business.

Le marketing B2B est le marketing des entreprises qui vendent à des professionnels : entreprises, administrations, artisans... par rapport au marketing B2C où les clients sont des individus ou des ménages. Ce module aborde également le marketing des services, champ complémentaire et initie les étudiants à la pratique en marketing de services en mettant l'accent sur la discussion des principes et théories les plus courants dans ce domaine. L'application des concepts de marketing des services aux situations commerciales réelles se fait par l'analyse de cas et par un projet externe en fin de module.

Cela correspond aux objectifs de développement durable du Programme des Nations Unies pour le Développement (ODD) n° 4 et 9.

*The contribution of marketing in an organization fits into a given sectoral context. The fundamentals of marketing, often understood in contexts of consumer products, prove to be insufficient to establish a marketing strategy specific to an industrial sector or in the world of services. This is why the*

objective of this module is to complete the student marketing training. More specifically, it involves raising awareness of the specificity of marketing in the areas of service and customer relations on the one hand and on the other hand the business-to-business sector.

B2B marketing is the marketing of companies that sell to professionals: businesses, administrations, craftsmen ... compared to B2C marketing where customers are individuals or households. This module also addresses service marketing as a complementary field and introduces students to the practice of service marketing with a focus on discussing the most common principles and theories in this area.

The application of service marketing concepts to real business situations is done through case analysis and an external project at the end of the module.

This is in line with the sustainable development goals of the United Nations Development Programme (SDG) No. 4 and 9.



#### **Objectifs pédagogiques du cours :**

- q) **Décrire le secteur Business to business** et les différents domaines d'activités qui lui sont rattachés.
- r) **Analyser les concepts marketing clés** dans un secteur Business-to-business
- s) Se familiariser avec les **concepts de marketing des services** :
  - Montrer que les **caractéristiques des services** suscitent une expérience client réelle et réussie.
  - Apprendre à déployer des stratégies de marketing des services ciblées dans diverses situations de marketing spécifiques.
  - Développer une connaissance et une appréciation de la recherche applicable au marketing des services
- t) Intégrer l'application du **marketing des services dans un contexte Business to business**

***a) Describe the Business to Business sector and the different areas of activity attached to it.***

***b) Analyze key marketing concepts in a business-to-business sector***

***c) Become familiar with the marketing concepts of services:***

- ***Show that service features create a real and successful customer experience.***
- ***Learn how to deploy targeted service marketing strategies in a variety of specific marketing situations.***
- ***Develop a knowledge and appreciation of research applicable to marketing services***

***d) Integrate the service marketing application into a Business to Business context***

#### **4. Supports pédagogiques :**

Les cours sont conçus pour partager des informations sur le tronc commun, qui s'appuie sur une combinaison de théorie et de divers exemples pratiques. La plupart des autres informations proviendront des articles prescrits d'une séance à une autre avec un débriefing en début de séance et du partage des lectures des participants sur des exemples pertinents issus de l'actualité.

#### **Teaching materials**

The courses are designed to share information on the core curriculum, which is based on a combination of theory and various practical examples. Most of the other information will come from prescribed articles from one session to another with debriefing at the beginning of the session and sharing of participants' readings on relevant examples from the news.

## 5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials

<u>séances</u>	<u>Contenus de séances</u>
<u>Séance 1</u> (3H)	<p><b>Apports théoriques :</b> Introduction au marketing BXB</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les études (veille et détection d'affaires, segmentation) ;</li> <li>• la stratégie (positionnement, plan marketing et matrices stratégiques) ;</li> <li>• l'élaboration de l'offre (innovation produit/service, pricing, efficience commerciale) ;</li> <li>• sa valorisation et sa diffusion (communication, lobbying).</li> </ul> <p><b>Cas pratiques :</b> mini-cas d'entreprise ( <i>analyse SWOT appliquée à une entreprise du secteur des transports ..</i>)</p> <p><b>Theoretical contributions :</b> <i>Introduction to BXB Marketing</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>studies (business intelligence and detection, segmentation);</i></li> <li>• <i>strategy (positioning, marketing plan and strategic matrices);</i></li> <li>• <i>the development of the offer (product / service innovation, pricing, commercial efficiency);</i></li> <li>• <i>its promotion and dissemination (communication, lobbying).</i></li> </ul> <p><b>Case studies:</b> <i>mini business case (SWOT analysis applied to a company in the transport sector ..)</i></p>
<u>Séance 2</u> (3H)	<p><b>Apports théoriques :</b> <u>Modèles d'affaires traditionnels et modèle de plateforme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caractéristiques des Business Models</li> <li>• Le BM des plateformes</li> <li>• Spécificités des plateformes : marché biface, externalités de réseaux, relations entre les parties prenantes)...</li> </ul> <p><b>Application du marketing BXB à un cas pratique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Le cas Uber</b> ( cas CMPP – auteurs : H.Isaac et M.Joachim ) Uber : “de l'écosystème à la plateforme de logistique urbaine” <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mise en avant des acteurs de l'écosystème Uber</li> <li>○ Mise en valeur d'un modèle d'affaire ouvert intégrant les problématiques actuelles liées aux technologies numériques</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Theoretical contributions:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Traditional business model and platform model</li> <li>• Platform business models</li> <li>• Specificities of the platforms: two sided market, network externalities, relations between stakeholders.</li> </ul> <p>•</p> <p><b>Application of BXB marketing to a practical case:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>The Uber case (case CMPP - autors: H.Isaac and M.Joachim)</i> <i>Uber: "from the ecosystem to the urban logistics platform"</i></li> <li>• <i>Highlighting the actors of the Uber ecosystem</i></li> <li>• <i>Enhancement of an open business model integrating current issues related to digital technologies</i></li> </ul>
<u>Séance 3</u>	<u>Apports théoriques :</u>

<u>(3H)</u>	<p><b><u>Le marketing des services : domaines d'application</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre les services, les consommateurs, les marchés (comportement du consommateur dans les services, la culture du service en entreprise...)</li> <li>• Analyser comment s'élabore d'un modèle de service à partir d'exemples concrets et de quelques fondamentaux clés</li> <li>• Comment transformer une politique servicielle en un véritable avantage concurrentiel ?</li> </ul> <p><b><u>Application : travail / groupe une plateforme au choix</u></b></p> <p><b><u>Theoretical contributions:</u></b>  <i>Service Marketing: Application Domains</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Understand services, consumers, markets (consumer behavior in services, corporate service culture ...)</i></li> <li>• <i>Analyze how a service model is developed from concrete examples and some key fundamentals</i></li> <li>• <i>How to turn a service policy into a real competitive advantage?</i></li> </ul> <p><b><u>Application : work/ groupe as a platform of your choice</u></b></p>
<u>Séance 4</u> <u>(3H)</u>	<p>Apports théoriques :</p> <p><b><u>Le marketing des services : le client au Coeur de la démarche servicielle</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la gestion de l'interface client</li> <li>• L'évolution des concepts depuis l'émergence d'une démarche servicielle orientée client</li> <li>• Les tendances actuelles : la co-construction d'une démarche servicielle avec le client</li> </ul> <p><b><u>Application : travail /groupe sur une plateforme au choix</u></b></p> <p><b><u>Theoretical contributions:</u></b>  <i>Marketing services: the customer at the heart of the service approach</i></p> <p><b><u>Course:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>the management of the customer interface</i></li> <li>• <i>The evolution of the concepts with the apparition of the service approach</i></li> <li>• <i>the co-construction of a service approach with the client</i></li> </ul> <p><b><u>Application: work/ groupe as a platform of your choice</u></b></p>
<u>Séance 5</u> <u>(2H)</u>	<p>Exposé : présentation du travail final / groupe sur la plateforme choisie</p> <p><b><u>Presentation of the final work / group on the chosen platform</u></b></p>

## 6. **Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

- Cours, Cas pratiques, Exposés.
- ***Courses, Practical cases, Presentations***

## 7. **Evaluation / Assessment**



Obj.	Assessment's type	Assessment's method	Individual	Collective	Total
d	Ecrits <i>Continuous monitoring</i>	Etude de cas écrit Sur les choix stratégique et opérationnel en marketing des services <i>Written case study of the strategic and operational choices in marketing services</i>		30 %*	30%
A,b,c,d	Participation <i>Participation</i>	Participation aux questions posées pendant les séances de cours  <i>Participation in the questions asked during the course sessions</i>	40 %		40%
A,b,c,d	Soutenance orale	Power point, aisance à l'oral, réponses aux questions posées  <i>Power point and Course Questions</i>		30%*	30%
	<b>Total</b>		<b>40%</b>	<b>60%</b>	<b>100%</b>

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student.

## 8. Bibliographie / Bibliography

### Ouvrages et articles académiques en marketing des services

Lovelock, et al. (2019) : *Marketing des services : stratégie, outils, management*, 7<sup>o</sup> ed. Paris, Pearson Education

Volle, P. Jallat, F. et Stevens, E. (2018) : *Gestion de la relation client : Total Relationship Management, Big data et Marketing mobile*, 5<sup>ème</sup> édition, Paris, Pearson Editions.

Benavent, C. (2016), Plateformes, édition Fyp.

### Articles de revues scientifiques

Munos A. (2012), La théorie SDL appliqué à la distribution : validations, limites et contributions, La Revue des Sciences de Gestion, 257, 111-119.

Réseaux (2016), Les activités numériques sur les plateformes I, édition La découverte, n° 208.

Réseaux (2019), Les activités numériques sur les plateformes II, édition La découverte, n° 213.

### Ouvrages et articles académiques en marketing BXB

#### Ouvrages et chapitres d'ouvrage

Hakansson, H. et Sneathota, I. (2002): Marketing in Business Markets, in *Handbook of Marketing*, Weitz and Wensley ed., Sage Publications, pp. 513 – 526.

Malaval, Ph. (2017) : *Marketing business-to-business*, 5<sup>ème</sup> édition, Pearson Education

Deviné, M. (2016) : *Le marketing B to B, principes et outils de la stratégie à la vente*, éd. Vuibert

#### Articles de revues scientifiques

Ballantyne, D., & Aitken, R. (2007). Branding in B2B markets: insights from the service-dominant logic of marketing. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 22(6), 363-371.

## 9. Plagiat / Plagiarism

Le plagiat consiste à s'approprier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique

du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

***Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.***

**10. Grille générale d'évaluation / General assessment grid (voir ci-dessous / see below)**

Course's pedagogical objectives	Below expectations 0-10	Meet expectations 10-15	Above expectations 15-20
<p>A - Décrire le secteur Business to business et les différents domaines d'activités qui lui sont rattachés.</p> <p><b>A - Describe the Business to Business sector and the different areas of activity attached to it.</b></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable de décrire le secteur Business to business et les différents domaines d'activités qui lui sont rattachés.</p> <p><b>The student is not able to describe the Business to Business sector and the different areas of activity attached to it.</b></p>	<p>L'étudiant est capable de décrire le secteur Business to business et les différents domaines d'activités qui lui sont rattachés.</p> <p><b>The student is able to describe the Business to Business sector and the different areas of activity attached to it.</b></p>	<p>L'étudiant est capable de décrire le secteur Business to business et de faire les différences entre les différents domaines d'activités qui lui sont rattachés.</p> <p><b>The student is able to describe the Business to Business sector and explain the differences between the different areas of activity attached to it.</b></p>
<p>B - Analyser les concepts marketing clés dans un secteur Business-to-business</p> <p><b>B - Analyze key marketing concepts in a business-to-business sector</b></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable d'analyser les concepts marketing clés dans un secteur Business-to-business</p> <p><b>The student is not able to analyze key marketing concepts in a business-to-business sector</b></p>	<p>L'étudiant est capable d'analyser les concepts marketing clés dans un secteur Business-to-business</p> <p><b>The student is able to analyze key marketing concepts in a business-to-business sector</b></p>	<p>L'étudiant est capable d'analyser les particularités des concepts marketing clés dans un secteur Business-to-business</p> <p><b>The student is able to analyze the specifics key marketing concepts in a business-to-business sector</b></p>

<p>C - Se familiariser avec les concepts de marketing des services <i>C - Become familiar with the marketing concepts of services</i></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable de se familiariser avec les concepts de marketing des services <b><i>The student is not able to become familiar with the marketing concepts of services</i></b></p>	<p>L'étudiant est capable de se familiariser avec les concepts de marketing des services <b><i>The student is able to become familiar with the marketing concepts of services</i></b></p>	<p>L'étudiant est capable de se familiariser avec les concepts de marketing des services et montrer que les caractéristiques des services suscitent une expérience client réelle et réussie <b><i>The student is able to become familiar with the marketing concepts of services and Show that service features create a real and successful customer experience.</i></b></p>
<p>D - Intégrer l'application du marketing des services dans un contexte Business to business <i>D - Integrate the service marketing application into a Business to Business context</i></p>	<p>L'étudiant n'est pas capable d'intégrer l'application du marketing des services dans un contexte Business to business de mettre en place un marketing serviciel <b><i>The student is not able to integrate the service marketing application into a Business to Business context</i></b></p>	<p>L'étudiant est capable d'intégrer l'application du marketing des services dans un contexte Business to business de mettre en place un marketing serviciel <b><i>The student is able to integrate the service marketing application into a Business to Business context</i></b></p>	<p>L'étudiant est parfaitement capable d'intégrer l'application du marketing des services dans un contexte Business to business de mettre en place un marketing serviciel <b><i>The student is perfectly able to integrate the service marketing application into a Business to Business context</i></b></p>

*Creativity and innovation project: introducing a new fragrance*

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Créativité et lancement d'un nouveau parfum / Creativity Project, New Fragrance Development</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Marketing</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	<b>Marc du PELOUX</b>
<b>Format</b>	<b>Séminaire et projet de groupe / Group Project</b>
<b>Course level</b>	<b>Specific</b>
<b>Pré-requis / Pre-requisites</b>	<b>Fondamentaux en marketing / Fundamentals in Marketing</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>30</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Working/Learning Hours</b>	<b>30</b>
<b>ECTS</b>	<b>5</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Anglais / English</b>
<b>BLOC 4 : MANAGER DES EQUIPES, DES PROJETS ET ELABORER UNE STRATEGIE / MANAGING TEAMS, PROJECTS AND DEVELOPING STRATEGY</b>	<p><b>B4 C4</b> Maitriser les outils de gestion de projet (planification, outils de communication, etc.) / Master roject management tools (planning, communication tools, etc.)</p> <p><b>B4 C5</b> Définir un projet concret et le mener à bien de sa conception à sa clôture / Define a concrete project and carry it out from conception to completion</p>

**1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

## 2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives

Acquisition de Acquisition of	Intended Learning Objectives	Importance / Relevance 0, 1, 2, 3
Compétences / Skills	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	2
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	3
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite du changement et la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	1
	Raisonner de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	2
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	0

## 3. Objectifs détaillés du séminaire / Precise seminar's objectives

### Description / Description

Ce séminaire présente les principaux aspects du marché français du parfum, les dernières tendances en matière de lancement de produits et de communication. Il analyse les différents aspects du mix marketing des marques de parfum à l'ère d'Internet et des médias sociaux.

Les étudiants devront visiter le musée Fragonard du parfum à Paris, et développer le marketing mix complet d'une nouvelle fragrance.



*This seminar presents the main aspects of the French perfume market, the latest trends in product launches and communication. It analyzes the different aspects of the marketing mix of perfume brands in the age of the Internet and social media.*

*Students will visit the Fragonard Perfume Museum in Paris, and develop the complete marketing mix of a new fragrance.*

**Objectifs pédagogiques du séminaire (connaissances et compétences) / Seminar's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)**

*A l'issue de ce séminaire l'étudiant aura développé les connaissances et les compétences suivantes / At the end of the seminar students will have developed the following knowledge and skills:*

- a) Connaître les caractéristiques de l'industrie du parfum, ses acteurs, ses parties prenantes*
- b) Mettre en œuvre les étapes de la création et du lancement d'un nouveau parfum*
- c) Faire preuve de créativité et d'audace pour élaborer un projet abouti, séduisant, réaliste : marque, packaging, positionnement, mix marketing...*
- d) Proposer un plan de communication créatif et adapté à la cible*
- e) Savoir décrypter les stratégies des grandes marques comme Louis Vuitton, Hermès, Guerlain, Paco Rabane...*

- a) To know the characteristics of the perfume industry, its actors, its stakeholders*
- b) Implement the steps of creating and launching a new fragrance*
- c) Be creative and bold to develop a successful, attractive, realistic project : brand name, bottle design, positioning, marketing mix...*
- d) Propose a creative communication plan adapted to the target*
- e) To be able to decrypt the strategies of major brands like Louis Vuitton, Hermes, Guerlain, Paco Rabane ...*

**4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Briefing présentant l'ensemble du projet, suivi individuel des groupes, bibliographie à disposition.

Une visite du Musée Fragonard du parfum à Paris a lieu.

*Briefing presenting the whole project, individual group monitoring, bibliography available.*

*A visit to the Perfume Fragonard Museum in Paris takes place*

**5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

- 1- Objectifs du séminaire, présentation du projet
- 2- Présentation des acteurs et parties-prenantes de l'industrie du parfum
- 3- Visite du musée Fragonard, Paris

- 4- L'histoire du parfum
- 5- Les stratégies des marques : Hermès, Dior, Cartier...
- 6- Cas d'école : « Shalimar » et « La Petite robe noire » de Guerlain, coaching des groupes
- 7- Le luxe, excellence française, coaching des groupes
- 8- Présentations finales orales

- 1- Objectives of the seminar, presentation of the requested group work
- 2- Presentation of the actors and stakeholders of the perfume industry
- 3- Visit to the Fragonard Museum
- 4- History of perfume
- 5- Brands strategies : Hermès, Dior, Cartier...
- 6- Case studies : "Shalimar", "La petite robe noire", Guerlain.
- 7- The French Luxury industry
- 8- Oral final presentations

## 6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods

Travail de groupe, présentation orale, dossier

*Group work, oral presentation, written document*

## 7. Evaluation / Assessment

Type d'évaluation / Assessment type	Méthode d'évaluation / Assessment method	Individuelle / Individual	Collective	Total	Objectifs de cours évalués / Course's objective assessed
Contrôle Continu / Continuous Assessment	Note individuelle de suivi en classe, présence / Individual evaluation of class participation	10 %		10%	a
Evaluation Finale / Final Assessment	Projet final / Final project	40%	50%	90%	b,c,d,
Total		50%	50%	100%	

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant



*\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student.*

#### **8. Bibliographie / Bibliography**

- "Le Parfum", J-C Ellena, collection Que sais-je, Paris, 2015
- <https://www.biblioparfum.net/categorie-livre-parfum-publicites.html>

#### **9. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'approprier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

## 10. Grille générale d'évaluation / General assessment grid

Course's pedagogical objectives	Below expectations 0-9	Meet expectations 9-13	Above expectations 13-20
<p>Connaître les caractéristiques de l'industrie du parfum, ses acteurs, ses parties prenantes</p> <p><i>To know the characteristics of the perfume industry, its actors, its stakeholders</i></p>	<p>L'étudiant n'a pas une connaissance suffisante des parties prenantes de cette industrie</p> <p><i>Student is not aware of the main features of this industry</i></p>	<p>L'étudiant a une connaissance suffisante des parties prenantes de cette industrie</p> <p><i>Student is correctly aware of the main features of this industry</i></p>	<p>L'étudiant a une connaissance approfondie des parties prenantes de cette industrie</p> <p><i>Student is fully aware of the main features of this industry</i></p>
<p>Mettre en œuvre les étapes de la création et du lancement d'un nouveau parfum</p> <p><i>Implement the steps of creating and launching a new fragrance</i></p>	<p>L'étudiant ne sait pas élaborer correctement et mettre en oeuvre le lancement d'un nouveau parfum, en respectant les différentes étapes</p> <p><i>Student is not able to correctly elaborate and launch a new fragrance</i></p>	<p>L'étudiant sait élaborer correctement et mettre en oeuvre le lancement d'un nouveau parfum, en respectant les différentes étapes</p> <p><i>Student is able to correctly elaborate and launch a new fragrance</i></p>	<p>L'étudiant sait élaborer et mettre en oeuvre avec talent et professionnalisme le lancement d'un nouveau parfum, en respectant les différentes étapes</p> <p><i>Student is able to elaborate and launch a new fragrance in a talented and professional way</i></p>
<p>Faire preuve de créativité et d'audace pour élaborer un projet abouti, séduisant, réaliste : marque, packaging, positionnement, mix marketing...</p> <p><i>Be creative and bold to develop a successful, attractive, realistic project : brand name, bottle design, positioning, marketing mix...</i></p>	<p>L'étudiant est incapable de réaliser un projet créatif, séduisant, réaliste, en termes de packaging, positionnement, mix marketing.</p> <p><i>Student is not able to develop an attractive, creative, daring and realistic project, in terms of packaging, positioning, marketing mix</i></p>	<p>L'étudiant est capable de réaliser un projet créatif, séduisant, réaliste, en termes de packaging, positionnement, mix marketing.</p> <p><i>Student is able to develop an attractive, creative, daring and realistic project, in terms of packaging, positioning, marketing mix</i></p>	<p>L'étudiant est capable de réaliser un projet remarquablement créatif, séduisant, réaliste, en termes de packaging, positionnement, mix marketing.</p> <p><i>Student is able to develop a remarkably attractive, creative, daring and realistic project, in terms of packaging, positioning, marketing mix</i></p>

<p>Proposer un plan de communication créatif et adapté à la cible</p> <p><i>Propose a creative communication plan adapted to the target</i></p>	<p>Le plan de communication élaboré par l'étudiant est peu créatif et mal adapté à la cible</p> <p><i>The communication strategy is not creative enough and does not fit with the target</i></p>	<p>Le plan de communication élaboré par l'étudiant est créatif et adapté à la cible</p> <p><i>The communication strategy is creative enough and fits with the target</i></p>	<p>Le plan de communication élaboré par l'étudiant est particulièrement créatif et extrêmement bien adapté à la cible</p> <p><i>The communication strategy is particularly creative and perfectly fits with the target</i></p>
<p>Savoir décrypter les stratégies des grandes marques comme Louis Vuitton, Hermès, Guerlain, Paco Rabane...</p> <p><i>To be able to understand the strategies of major brands like Louis Vuitton, Hermes, Guerlain, Paco Rabane ...</i></p>	<p>L'étudiant a du mal à comprendre et expliquer les stratégies des grandes marques</p> <p><i>Student has difficulties understanding and explaining major brands strategies</i></p>	<p>L'étudiant est capable de comprendre et expliquer les stratégies des grandes marques</p> <p><i>Student has no difficulties understanding and explaining correctly major brands strategies</i></p>	<p>L'étudiant comprend et peut expliquer dans le détail les stratégies des grandes marques</p> <p><i>Student is fully capable of understanding and explaining with precision major brands strategies</i></p>

## MANAGEMENT

### Global Business Strategy

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Global Business Startegy</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022- 2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département /Department</b>	<b>Management</b>
<b>Responsable du cours /Course Coordinator</b>	<b>Michele Dell’Era</b>
<b>Course level</b>	<b>Specific</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>30</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Work Hours</b>	<b>30</b>
<b>ECTS</b>	<b>5</b>
<b>RNCP35177-312-32054</b>	<b>Management</b>
<b>Langue d’enseignement / Language</b>	<b>English</b>

#### **1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L’objectif du Programme Grande Ecole est d’accomplir la mission d’EBS-Paris en formant de futurs managers à l’esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d’éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

#### **2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course’s contribution to the Intended Learning Objectives**

<b>Acquisition de Acquisition of</b>	<b>Intended Learning Objectives</b>	<b>Importance / Relevance 0, 1, 2, 3</b>
--------------------------------------	-------------------------------------	--

Compétences / Skills	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	3
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	3
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	2
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	3
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	1

### 3. Objectifs détaillés du cours / Precise course's objectives

#### Descriptif du cours / Course description

L'objectif du cours est de familiariser les participants à la planification stratégique, aux global business strategies (GBS) et au développement de Business Plans.

*The objective of the course is to familiarize students to strategic planning, global business strategies (GBS) and to the development of Business Plans.*

*In terms of sustainable development goals, the course prepares students to become entrepreneurs/intrapreneurs capable of launching innovative projects that contribute to economic*



#### Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les capacités suivantes / *At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:*

- a) Travailler en équipe
- b) Développer son esprit managerial et international mindset
- c) Développe un business plan, des global business strategies et faire des choix stratégiques
- d) Développer des soft skills (prise de parole)

- a) *Work in team*
- b) *Develop your managerial spirit and international mindset*
- c) *Develop a business plan, global business strategies and make strategic decisions*
- d) *Develop soft skills (speaking)*

#### **4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Power Points sont disponibles sur Moodle / *Syllabus, Power Points are available on Moodle.*  
Matériel en anglais/ Material in English

#### **5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

<b>Séances</b>	<b>Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials</b>
2h	Strategic Planning & Analysis (session1)
4h	2h Students' analysis (coaching) & 2h presentation of Ryanair case (in teams)
2h	Strategic Planning & Analysis (session2)
4h	2h Students' analysis (coaching) & 2h presentation of Giordano case (in teams)
2h	Introduction to companies' internationalization process and to GBS (International, Transnational, Multi-domestic, Global) (sessions 3& 4)
4h	2h Students' analysis (coaching) & 2h presentation of Final Fantasy case (in teams)
2h	Building a Business Plan: Theory session
2h	Students' Business Plan Development in Teams (coaching): Strategic Plan
2h	Students' Business Plan Development in Teams (coaching): Action Plan
2h	Students' Business Plan Development in Teams (coaching): Financial Plan
2h	Students' Business Plan Development in Teams (coaching): Pitch preparation
2h	Pitch/ <i>Pitch</i>

#### **6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

- Cours, coaching, projet de groupe.
- *Courses, coaching, team project*

## 7. Evaluation / Assessment

	semestre / semester			rattrapage / re-sit		
	pondération / weighting			pondération / weighting		
<b>Type d'évaluation / Assessment type</b>	<b>Méthode d'évaluation Assessment method</b>	<b>individuel individual</b>	<b>collectif / in-group</b>	<b>Conservé oui / non retained yes/no</b>	<b>%</b>	<b>Objectifs d'apprentissage évalués / Assessed Learning objectives</b>
<b>Evaluation 1 / Assessment1</b>	Presentation case 1		1/6	no		abcd
<b>Evaluation 2 / Assessment2</b>	Presentation case 2		1/6	no		abcd
<b>Evaluation 3 / Assessment3</b>	Presentation case 3		1/6	no		abcd
<b>Evaluation 4 / Assessment4</b>	BP+Pitch		1/4 BP+1/4 Pitch	no		abcd
<b>Total</b>			<b>100%</b>			
<b>Rattrapage/ re-sit</b>	Redo Slides BP			<b>Total</b>	<b>100%</b>	abcd

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

(malus=-20% de la note finale pour chaque session avec mauvaise performance, 1session=2hours course)

\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student. (malus=-20% from final grade for each session with poor performance, 1session=2hours course)

Course's pedagogical objectives	Below expectations 0-9	Meet expectations 9-13	Above expectations 13-20
a	<i>Team work insufficient</i>	<i>Team work ok</i>	<i>Excellent Team Work</i>
b	<i>Low managerial &amp; international drive</i>	<i>Ok managerial &amp; international drive</i>	<i>High managerial &amp; international drive</i>
c	<i>Poor analysis GBS</i>	<i>Ok analysis GBS</i>	<i>Excellent Analysis GBS</i>
d	<i>Low quality presentation, Q&amp;A</i>	<i>Presentatiton, Q&amp;A ok</i>	<i>Excellent presentation, Q&amp;A</i>

### **8. Bibliographie / Bibliography**

De nombreux ouvrages sont disponibles sur le Learning Center de l'EBS. Lecture régulière de la presse et de l'actualité économique.

*Books available from EBS Learning Center. Read news articles on a regular basis.*

Alain Verbeke, H. Ian Lee (2022) International Business Strategy: Rethinking the Foundations of Global Corporate Success (3<sup>rd</sup> edition)

McKeever M. (2012), « How to Write a Business Plan », éditions Nolo, p. 274

Robin John, Nigel Grimwade, Howard Cox (2021) Global Business Strategy

### **9. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'appropriier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work*

### **10. Grille générale d'évaluation / General assessment**



Course's pedagogical objectives	Below expectations 0-9	Meet expectations 9-13	Above expectations 13-20
a	<i>Team work insufficient</i>	<i>Team work ok</i>	<i>Excellent Team Work</i>
b	<i>Low managerial &amp; international drive</i>	<i>Ok managerial &amp; international drive</i>	<i>High managerial &amp; international drive</i>
c	<i>Poor analysis GBS</i>	<i>Ok analysis GBS</i>	<i>Excellent Analysis GBS</i>
d	<i>Low quality presentation, Q&amp;A</i>	<i>Presentatiton, Q&amp;A ok</i>	<i>Excellent presentation, Q&amp;A</i>

*Managing Across Borders*

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Managing Across Borders</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Management</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	
<b>Course level</b>	<b>Specific</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>30</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Work Hours</b>	<b>30</b>
<b>ECTS</b>	<b>5</b>
<b>Langue d'enseignement : Language</b>	<b>English</b>

**1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

**2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

Acquisition de Acquisition of	<i>Intended Learning Objectives</i>	Importance / Relevance 0, 1, 2, 3
Compétences / Skills	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	3
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	2
	Travailler efficacement en groupe et être moteur dans la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	2
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	1
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	1
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	3

### **3. Objectifs détaillés du cours / Precise course's objectives**

#### **Descriptif du cours / Course description**

Ce cours prépare les futurs managers à comprendre la nécessité d'apprécier les facteurs culturels lorsqu'ils conduisent leurs activités dans d'autres pays. L'expansion des activités mondiales des entreprises crée une demande très forte des managers internationaux ayant des capacités d'adaptation et d'ouverture vers les cultures des pays dans lesquels ils vont travailler.

*This course raises students' awareness of the cultural factors involved in doing business with other countries. The increasing scope of international business creates a high demand for managers sophisticated in international management and skilled at working with people from other countries. Through case studies, the students will learn how to work with and manage people in organizations around the world.*



**Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)**

A l'issue de ce cours, les étudiants sont en mesure de :

- comprendre l'origine des différences culturelles et les valeurs sur lesquelles elles reposent
- expliquer les ressorts de sa culture nationale et échanger avec les autres sur ce thème,
- connaître les outils de gestion d'équipe multiculturelle

*After completing this course, students should be able to:*

- understand cultural differences and the different value systems on which they are based*
- explain the foundations of their own national culture and discuss them with others*
- know the basic tools for international team building and cooperation*

**4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Power Point, articles de presse, études de cas sont disponibles sur Moodle / *Syllabus, Power Points, news articles, case studies are available on Moodle*

**5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

Bases inter-culturelles et modèles théoriques  
Les équipes multiculturelles  
La motivation et la prise de décision dans un contexte multiculturel  
Leadership Interculturel  
Ressources humaines au niveau mondial  
Culture organisationnelle, la diversité et le multiculturalisme  
Communication et Négociation

*Cross-cultural basics and theoretic models*  
*Multicultural Teams*  
*Motivation and Decision Making in a Multicultural Context*  
*Intercultural Leadership*  
*Global Human Resources*  
*Organisational Culture, Diversity & Multiculturalism*  
*Communication & Negotiation*

**6. Méthodes pédagogiques / Pedagogical Methods**

Cours théoriques  
Etudes de cas  
Mises en situation de négociations dans un contexte interculturel

*Lectures*  
*Case studies*  
*Negotiations role play in a cross cultural context*

**7. Evaluation / Assessment**

Assessment type	Assessment method	Individual	Collective	Total	Course's objective assessed
Contrôle Continu / <i>Continuous Assessment</i>	Etude de cas à travailler en groupe tout au long des séances / <i>Case study in groups throughout the sessions</i>		50%*	50%	a, b, c
Evaluation Finale / <i>Final Assessment</i>	Examen final / <i>Final exam</i>	50%		50%	a, b, c
<b>Total</b>		50%	50%	100%	

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student.

### **8. Bibliographie / Bibliography**

Intercultural Management, Nina Jacob, Kogan Page Publishers Contents

International Management: managing across borders and cultures, Helen Deresky, 5th Ed Pearson Prentice Hall

A la Découverte de l'Asie : mieux comprendre ses pensées et ses pratiques, Rany Keo Kosal & Danièle Birken, Editions Eyrolles 2008

Cultures and Organizations: Software of the Mind. 3rd edition. Hofstede, G. McGraw-Hill, 2010

International Management: Cross-Cultural Dimensions, Andrews, T., 4th edition. Oxford, 2009

### **9. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'appropriier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

### 10. Grille générale d'évaluation / *General assessment grid (voir ci-dessous / see below)*

Course's pedagogical objectives	Below expectations	Meet expectations	Above expectations
Obj a Positionner le management par rapport aux autres problématiques de l'organisation <i>Position management in relation to the other problems of the organization</i>	L'étudiant n'est pas capable de développer une compréhension des problématiques managériales d'une entreprise  <i>The student is not able to develop an understanding of a company's management issues.</i>	L'étudiant est capable de développer une compréhension suffisamment argumentée des problématiques managériales d'une entreprise  <i>The student is able to develop a sufficiently reasoned understanding of the managerial problems of a company</i>	L'étudiant est capable de développer une compréhension approfondie et avec du recul des problématiques managériales d'une entreprise  <i>The student is able to develop an in-depth understanding with an overall view of a company's management issues</i>
Obj b. Identifier les éléments influençant le management <i>Identify the elements influencing management</i>	L'étudiant ne sait pas distinguer les éléments internes et externes influençant le management  <i>The student does not know how to distinguish between internal and external elements influencing management</i>	L'étudiant sait identifier et hiérarchiser les éléments internes et externes influençant le management  <i>The student knows how to identify and prioritize the internal and external elements influencing management</i>	L'étudiant sait identifier et hiérarchiser les éléments internes et externes influençant le management et est capable de les mettre en perspective  The student knows how to identify and prioritize internal and external elements influencing management and is able to put them into perspective
Obj c Comprendre les enjeux de la coordination et de la structuration des organisations <i>Understand the issues involved in coordinating and structuring of organizations</i>	L'étudiant n'est pas capable d'identifier les mécanismes de coordination et les types de structures organisationnelles  <i>Student is not able to identify coordination mechanisms and types of organizational structures</i>	L'étudiant est capable d'identifier et de classer les mécanismes de coordination et les types de structures organisationnelles  <i>The student is able to identify and classify coordination mechanisms and types of organizational structures</i>	L'étudiant est capable d'identifier et de classer les mécanismes de coordination et les types de structures organisationnelles et est capable à proposer des solutions d'amélioration  <i>The student is able to identify and classify coordination mechanisms and types of organizational structures and is able to propose solutions for improvement.</i>

## Hackaton

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Hackathon</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022 - 2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Management</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	<b>Michele Dell'Era</b>
<b>Course level</b>	<b>Graduate</b>
<b>Pré-requis / Pre-requisites</b>	<b>Aucun / None</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>12</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Work Hours</b>	<b>30</b>
<b>ECTS</b>	<b>2</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>English</b>
<b>BLOC RNCP CORRESPONDANT</b> <b>BLOC 4 : Mise en place de projet de sa conception à sa clôture / Implementation of a project from its conception to its closing</b>	<b>COMPETENCE(S)</b> <b>B4 C5 Définir un projet concret et le mener à bien de sa conception à sa clôture / Define a concrete project and carry out from its conception to its conclusion</b>

### **1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

### **2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

Acquisition de Acquisition of	Intended Learning Objectives	Importance / Relevance 0, 1, 2, 3
Compétences / Skills	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	1
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	3
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	2
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	2
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	0

### 3. Objectifs détaillés du cours / Precise course's objectives

#### Descriptif du cours / Course description

Le premier objectif est de familiariser les étudiants avec la notion de Business Plan. Le concept de Business Plan sera défini et la grande question « Comment construire son Business Plan » sera abordée. Dans le cadre de ce cours, et à titre d'exemple, les questions suivantes seront traitées : Qu'est-ce qu'un Business Plan ? Quelle est la structure d'un Business Plan ? Comment développer mon Business Plan ? Quelles sont les questions/les points à aborder dans mon Business Plan et pourquoi ? Le second objectif sera de permettre aux étudiants de réaliser un premier Business Plan (en s'intéressant tout particulièrement à la description de l'opportunité et de la réponse au(x) problème(s) identifié(s)).

En termes d'Objectifs de Développement Durable, le cours prépare les étudiants à devenir des entrepreneurs/intrapreneurs capable de lancer des projets innovants qui contribuent à la croissance économique.

*The first objective is to familiarize students with the concept of business plan. The concept of business plan will be defined and the big question "how to build your business plan" will be addressed. As part of this course, the following questions will be addressed: What is a business plan? What is the structure of a business plan? How to develop my business plan? What are the questions/points to be addressed in my business plan and why?*



The second objective will be to allow students to carry out a first business plan (especially with a description of the opportunity and the response to the identified problem (s)).

In terms of sustainable development goals, the course prepares students to become entrepreneurs/intrapreneurs capable of launching innovative projects that contribute to economic growth.



### **Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)**

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les capacités suivantes / At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:

- e) Travailler en équipe
- f) Développer son esprit entrepreneurial
- g) Structurer ses idées/ sa vision d'un projet sous la forme d'un Business Plan
- h) Développer des soft skills (prise de parole)

- e) *Work in team*
- f) *Develop your entrepreneurial spirit*
- g) *Structure your ideas and vision of the project through a Business Plan*
- h) *Develop soft skills (speaking)*

### **4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Power Point, articles de presse, études de cas sont disponibles sur Moodle / Syllabus, Power Points, news articles, case studies are available on Moodle

### **5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

Séances	Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials
1	La première séance sera consacrée à l'étude de la notion de « Business Plan » et de la méthodologie à suivre pour réussir à construire un Business Plan sous la forme d'un document pouvant intéresser un investisseur potentiel. Différentes structures de Business Plan seront discutées et analysées / <i>The first sessions will be devoted to the study of the concept of "Business Plan" and the methodology to follow to successfully build a business plan in the form of a document that may interest a potential investor. Different structures of Business Plan will be discussed and analyzed.</i>
2	Lors de seconde séance, la problématique orientée « Besoin du marché » sur laquelle les étudiants devront travailler et construire un Business Plan sera exposée / <i>During the</i>

	<i>second session, the "market needs" oriented issue on which students will have to work and build a business plan will be exposed.</i>
3-4	Les séances trois et quatre seront consacrées à la question « Que dois-je communiquer lors de la présentation de mon Business Plan à un investisseur ? ». Les séances trois et quatre seront aussi consacrées à des moments de coaching durant lesquels les étudiants seront accompagnés dans la construction du Business Plan / <i>Sessions three and four will be devoted to the question "What do I have to say when presenting my Business Plan to an investor? ". Sessions three and four will also be devoted to coaching moments during which students will be accompanied in the construction of the Business Plan</i>
5	La dernière séance sera consacrée à la présentation des Business Plan réalisés par chaque équipe / <i>The last session will be devoted to the presentation of the Business Plans made by each team.</i>

## 6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods

- Cours, coaching, projet de groupe
- *Courses, coaching, team project*

## 7. Evaluation / Assessment

Assessment's type	Assessment's method	Individual	Collective	Total	Course's obj. assessed
Contrôle Continu / <i>Continuous Assessment</i>	Présence, participation aux cours / <i>Attendance, participation to the courses</i>	20%		20%	a, b, c
Travail Final / <i>Final Work</i>	Document écrit, Business Plan / <i>Written document, Business plan</i>		40%*	40%	a, b, c
Présentation Finale / <i>Final Exam</i>	Présentation orale / <i>Oral presentation</i>		40%*	40%	a, b, c, d
<b>Total</b>		<b>20%</b>	<b>80%</b>	<b>100%</b>	

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

*\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student.*

## 8. Bibliographie / Bibliography

De nombreux ouvrages sont disponibles sur le Learning Center de l'EBS. Lecture régulière de la presse et de l'actualité économique.

*Books available from EBS Learning Center. Read news articles on a regular basis.*

McKeever M. (2012), « How to Write a Business Plan », éditions Nolo, p. 274

Osterwalder A. et Pigneur Y. (2010), « Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers », éditions Wiley, p. 288

Abrams, R. M. (2003). The successful business plan: secrets & strategies. The Planning Shop.

## **9. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'appropriier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

## **10. Grille générale d'évaluation / General assessment grid (voir ci-dessous / see below)**

<b>Course's pedagogical objectives</b>	<b>Below expectations</b>	<b>Meet expectations</b>	<b>Above expectations</b>
Travailler en équipe <i>/ Work in team</i>	L'étudiant n'est pas capable de travailler en équipe <i>/ Student is not able to work in team</i>	L'étudiant est capable de travailler en équipe <i>/ Student is able to work in team</i>	L'étudiant est capable de travailler en équipe et est à l'écoute de ses co-équipiers <i>/ Student is able to work in team and is listening to his team members</i>
Développer son esprit entrepreneurial <i>/ Develop his entrepreneurial spirit</i>	L'étudiant n'a pas développé son esprit entrepreneurial <i>/ Student has not developed his entrepreneurial spirit</i>	L'étudiant a développé son esprit entrepreneurial <i>/ Student has developed his entrepreneurial spirit</i>	L'étudiant a développé son esprit entrepreneurial et créatif <i>/ Student has developed his entrepreneurial and creative spirit</i>
Structurer ses idées, sa vision du projet sous la forme d'un Business Plan <i>/ Structure his ideas and vision of the project through a Business Plan</i>	L'étudiant n'est pas capable de structurer ses idées, sa vision du projet sous la forme d'un Business Plan <i>/ Student is not able to structure his ideas and vision of the project through a Business Plan</i>	L'étudiant est capable de structurer ses idées, sa vision du projet sous la forme d'un Business Plan <i>/ Student is able to structure his ideas and vision of the project through a Business Plan</i>	L'étudiant est capable de structurer ses idées, sa vision du projet sous la forme d'un Business Plan <i>/ Student is able to structure his ideas and vision of the project through a Business Plan</i>
Développer des soft skills (prise de parole) <i>/ Develop soft skills (speaking</i>	L'étudiant n'a pas développé des soft skills (prise de parole) <i>/ Student has not developed soft skills (speaking</i>	L'étudiant a développé des soft skills (prise de parole) <i>/ Student has developed soft skills (speaking)</i>	L'étudiant a développé des soft skills (prise de parole et dynamisme) <i>/ Student has developed soft skills (speaking with dynamism)</i>

## Negotiation

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Négociation / Negotiation</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Management</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	<b>Nina BATAILLE</b>
<b>Format</b>	<b>Face à face / Face to face</b>
<b>Course level</b>	<b>Graduate</b>
<b>Pré-requis / Pre-requisites</b>	<b>None</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>12 h</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Working/Learning Hours</b>	<b>12 h</b>
<b>ECTS</b>	<b>2</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Anglais / English</b>
<b>BLOC RNCP CORRESPONDANT / RELATED RNCP BLOCK</b> <b>BLOC 5 SPECILISATION 3 : Conduite des projets de développement à l'international / Implementation of a project from its conception to its conclusion</b>	<b>COMPETENCE(S) / COMPETENCY</b> <b>B5S3C6</b> Organiser les stratégies de prospection et de négociation dans un contexte international, multiculturel et multilingue dans un objectif d'optimisation de l'efficience des projets / Define a project and implement it out from its conception to its end

### **1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

### **2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

Acquisition de Acquisition of	<i>Intended Learning Objectives</i>	Importance / Relevance 0, 1, 2, 3
Compétences / Skills	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	2
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	3
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite du changement et la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	0
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	2
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	2

### **3. Objectifs détaillés du cours / *Precise course's objectives***

#### **Description du cours / *Course's description***

Toutes les professions nécessitent de convaincre ses interlocuteurs à la fois en interne ou externe. Ce séminaire permet de connaître les bases de la négociation, les principales techniques à utiliser selon les cas, et offre la possibilité aux étudiants de mettre en pratique les concepts exposés immédiatement au travers d'une mise en situation de négociation faite en groupe

*All jobs need to convince your counterparts both internally and externally. This seminar allows to know the basics of negotiation, the main techniques to be used according to different situations, and offers the possibility to the students to practice the negotiation concepts immediately through a practical negotiation role game done in groups.*

#### **Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / *Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)***

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les connaissances et les compétences suivantes / *At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:*

- a. Savoir préparer efficacement sa consultation et sa stratégie avant une négociation
- b. Savoir adapter son comportement dans une négociation
- c. Savoir argumenter, répondre aux objections, et conclure une négociation

- a. *Know how to effectively prepare your consultation and strategy before negotiations*
- b. *Know how to adapt your behavior in a negotiation*
- c. *Know how to argue, answer to objections, and conclude a negotiation*

#### **4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Présentations Power Point sont disponibles sur Moodle / *Syllabus, Power Points presentations are available on Moodle.*

#### **5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

Presentation & Discussion avec Exercices

- Préparation de la négociation
- Questionnement
- Comportement
- La négociation est un jeu de pouvoir
- Maîtriser le process de discussion
- Les strategies de négociation
- L'argumentation
- L'objection
- Les règles d'or des techniques de négociation
- Les tactiques de contrôle

Préparation du jeu de rôle de négociation en groupe + jeu de rôle de négociation en groupe

*Presentation & Discussion with Exercises*

- *Negotiation preparation*
- *Questioning*
- *Behaviour*
- *Negotiation is a power game*
- *Mastering the discussion process*
- *Negotiation strategies*
- *Argumentation*
- *Objection*
- *Golden rules of negotiation techniques*
- *Control tactics*

*Group Negotiation case preparation + group Negotiation role play.*

#### **6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

Présentation, discussions en groupe, Jeux de rôle  
*Lecture, Group discussions, Role Play*

## 7. Evaluation / Assessment

Assessment's type	Assessment's method	Individual	Collective	Total	Course's obj. assessed
Travail Individuel de compréhension du cours/ <i>Individual work based on course understanding</i>	Evaluation individuelle/ <i>Individual Evaluation</i>	50 %		50 %	a, b, c
Jeu de rôle en groupe/Group role play	Group evaluation *		50 %*	50 %	a, b, c
Total		50% minimum	50% maximum	100%	

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student.

## 8. Bibliographie / Bibliography

- Lionel Bellenger, Les fondamentaux de la négociation, (2011) Edition ESF
- Lempereur Alain Les limites de la négociation de positions », (2003) Gestion 2000
- Fisher R., Ury W., Patton B. Brahem L., Comment reussir une négociation, (2006) Seuil
- *Fisher Roger, Ury William & Patton Bruce (1981). Getting To Yes. Negotiating Agreement Without Giving In. New York: Penguin*
- *Raiffa, Howard with John Richardson and David Metcalfe, The Art and Science of Collaborative Decision Making, (2003) Cambridge: Belknap Press*
- *Lax, David A. and Sebenius, James K. (2006), 3-D Negotiation, Cambridge: Harvard Business School Press*

## 9. Plagiat / Plagiarism

Le plagiat consiste à s'appropriier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In*



*cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

**10. Grille générale d'évaluation / General assessment grid (voir ci-dessous / see below)**

Course's pedagogical objectives	Below expectations 0-9	Meet expectations 9-13	Above expectations 13-20
Obj.a: Savoir préparer efficacement sa consultation et sa stratégie avant une négociation <i>Know how to effectively prepare your consultation and strategy before negotiations</i>	L'étudiant ne sait pas préparer efficacement sa consultation et sa stratégie avant une négociation. <i>The student does not know how to effectively prepare his consultation and strategy before negotiations</i>	L'étudiant sait préparer efficacement sa consultation et sa stratégie avant une négociation. <i>The student knows how to effectively prepare his consultation and strategy before negotiations</i>	L'étudiant sait préparer efficacement sa consultation et sa stratégie avant une négociation, et l'appliquer dans un cas concret. <i>The student knows how to effectively prepare his consultation and strategy before negotiations and apply this in a practical case</i>
Obj.b: Savoir adapter son comportement dans une négociation <i>Know how to adapt your behavior in a negotiation</i>	L'étudiant ne sait pas adapter son comportement dans une négociation <i>The student does not know how to adapt his behavior in a negotiation</i>	L'étudiant sait adapter son comportement dans une négociation <i>The student knows how to adapt his behavior in a negotiation</i>	L'étudiant sait adapter son comportement dans une négociation, et l'appliquer dans un cas concret <i>The student knows how to adapt his behavior in a negotiation and apply this in a practical case</i>
Obj.c: Savoir argumenter, répondre aux objections, et conclure une négociation <i>Know how to argue, answer to objections, and conclude a negotiation</i>	L'étudiant ne sait pas argumenter, répondre aux objections, et conclure une négociation . <i>The student does not know how to argue, answer to objections, and conclude a negotiation</i>	L'étudiant sait argumenter, répondre aux objections, et conclure une négociation . <i>The student knows how to argue, answer to objections, and conclude a negotiation</i>	L'étudiant sait argumenter, répondre aux objections, et conclure une négociation , et l'appliquer dans un cas concret . <i>The student knows how to argue, answer to objections, and conclude a negotiation and apply this in a practical case</i>

## Entrepreneurship & Intrapreneurship

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Entrepreneurship &amp; Intrapreneurship</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022 - 2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Management</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	<b>Michele Dell'Era</b>
<b>Course level</b>	<b>Graduate</b>
<b>Pré-requis / Pre-requisites</b>	<b>Aucun / None</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>36</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Work Hours</b>	<b>36</b>
<b>ECTS</b>	<b>6</b>
<b>RNCP35177-312-32054</b>	<b>Management</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Anglais / English</b>

### **1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

### **2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

Acquisition de Acquisition of	Intended Learning Objectives	Importance / Relevance 0, 1, 2, 3
----------------------------------	------------------------------	--------------------------------------

Compétences / Skills	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	3
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	3
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	3
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	3
	Raisonnement de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	2
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	1

### **3. Objectifs détaillés du cours / Precise course's objectives**

#### **Descriptif du cours / Course description**

L'objectif du cours est d'expliquer le processus d'innovation, la relation entre innovation et croissance, la relation entre financement et stratégies de croissance des entreprises et d'entraîner les futurs managers/entrepreneurs à développer un plan financier et le présenter aux investisseurs.

The objective of this course is to explain the innovation process, the relationship between innovation and growth, the relationship between financing and growth strategies of companies as well as to train future managers/entrepreneurs to develop a financial plan and present it to investors.

En termes d'Objectifs de Développement Durable, le cours prépare les étudiants à devenir des entrepreneurs/intrapreneurs capable de lancer des projets innovants qui contribuent à la croissance économique.

*In terms of sustainable development goals, the course prepares students to become entrepreneurs/intrapreneurs capable of launching innovative projects that contribute to economic growth.*

**Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)**

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les capacités suivantes / At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:

- a) Comprendre et gérer le processus d'innovation
- b) Développer le business model d'une entreprise innovante
- c) Développer le business plan d'une entreprise innovante
- d) Pitcher le projet

- a) *Understanding and managing the innovation process*
- b) *Develop the business model of an innovative company*
- c) *Develop the business plan of an innovative company*
- d) *Pitch the project*

**4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Power Points, livres / Syllabus, Power Points, books. Le matériel peut être en Anglais/ Material can be in English.

**5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

Séances	Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials
6h	Le processus d'innovation (créativité, invention, innovation Types d'innovation (radicale, incrémentale); management de l'innovation (principes, méthodes) <i>/ Innovation process (creativity, invention, innovation ; types of innovation (disruptive, incremental); innovation management (principles, methods)</i>
8h	Business Models Canvas /BMC: theory session (classic BM + digital platforms' BM+digital platform examples in class)
6h	Trouver idée startup innovante et développer son BM en équipe (coaching)/ Find idea for an innovative startup & develop its business model in teams (coaching)
2h	Développer un Business Plan: théorie/ Strategic planification+ Develop a Business Plan: theory
3h	Students' Business Plan Development in Teams (coaching): Strategic Plan
3h	Students' Business Plan Development in Teams (coaching): Action Plan
3h	Students' Business Plan Development in Teams (coaching): Financial Plan
3h	Students' Business Plan Development in Teams (coaching): Pitch preparation
2h	Pitch/Pitch

**6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

- Power Points disponibles sur Moodle, coaching
- Power points available on Moodle, coaching

## 7. Evaluation / Assessment

	semestre / semester			rattrapage / re-sit		
	pondération / weighting		pondération / weighting			
Type d'évaluation / Assessment type	Méthode d'évaluation Assessment method	individuelle individual	collectif / in-group	Conservé oui / non retained yes/no	%	Objectifs d'apprentissage évalués / Assessed Learning objectives
Evaluation 1 / Assessment1						
	BP		50%	no		abcde
Evaluation 2 / Assessment2						
	Pitch BP		50%	no		abcde
Evaluation 3 / Assessment3						
Examen Final / Final Exam						
Total			<b>100%</b>			
<b>Rattrapage / re-sit</b>	Redo slides BP			<b>Total</b>	<b>100%</b>	abcde

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

(malus=-20% de la note finale pour chaque session avec mauvaise performance, 1session=2hours course)

\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student. (malus=-20% from final grade for each session with poor performance, 1session=2hours course)

## 8. Bibliographie / Bibliography

De nombreux ouvrages sont disponibles sur le Learning Center de l'EBS. Lecture régulière de la presse et de l'actualité économique.

*Books available from EBS Learning Center. Read news articles on a regular basis.*

Joe Tidd, John R. Bessant (2020) *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*

McKeever M. (2012), « How to Write a Business Plan », éditions Nolo, p. 274

Osterwalder A. et Pigneur Y. (2010), « Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers », éditions Wiley, p. 288

St-Pierre, J. (2019). *Gestion financière des PME: théories et pratiques*. PUQ.

Watson, J. (2010). *SME performance: Separating myth from reality*. Edward Elgar Publishing.

Barneto, P., Gregorio, G. (2011) *DSCG 2 Finance: Manuel et Applications*. Dunod

## **9. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'approprier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

## **10. Grille générale d'évaluation / General assessment grid**

<b>Course's pedagogical objectives</b>	<b>Below expectations 0-9</b>	<b>Meet expectations 9-13</b>	<b>Above expectations 13-20</b>
<i>a</i>	<i>Poor understanding of the innovation process</i>	<i>Ok understanding of the innovation process</i>	<i>Excellent understanding of the innovation process</i>
<i>b</i>	<i>Poor understanding of the growth strategy of a company</i>	<i>Ok understanding of the growth strategy of a company</i>	<i>Excellent understanding of the growth strategy of a company</i>
<i>c</i>	<i>Poor understating of control of the financing needs of a growing company</i>	<i>Ok understanding of control of the financing needs of a growing company</i>	<i>Excellent understanding of control of the financing needs of a growing company</i>
<i>d</i>	<i>Poor understanding of financing solutions</i>	<i>Ok understanding of financing solutions</i>	<i>Excellent understanding of financing solutions</i>
<i>e</i>	<i>Poor understanding of company's financial plan and pitch</i>	<i>Ok understanding of copany's financial plan and pitch</i>	<i>Excellent understanding of company's financial plan and pitch</i>



## ACCOUNTING

### Financial Management

Intitulé du cours / Course Title	Financial Management
Année / Year	2022-2023
Semestre / Semester	Fall
Département / Department	Finance/Finance
Responsable du cours /Course Coordinator	David Patrice NGONGA
Format	Face à face/ <i>Face to face</i>
Pré-requis / Pre-requisites	Comptabilité Générale / <i>General accounting</i>
ECTS	6
Heures de face à face pédagogique / Contact Hours	36 heures /36 hours
Heures de travail personnel / <i>Personal Work Hours</i>	36 heures /36 hours
Langue d'enseignement / Language	Anglais /English
Blocs de compétences (RNCP) / <i>Skills blocks</i>	<p><b>BLOC RNCP CORRESPONDANT</b>  <b>BLOC 1/CORRESPONDING RNCP BLOCK 1</b>          INTEGRER DES COMPETENCES ETHIQUES ET DE RSE-DD DANS SA PRATIQUE MANAGERIALE /  <i>INTEGRATING ETHICAL AND CSR-SD COMPETENCIES INTO MANAGEMENT PRACTICE</i>  <b>B1C4</b> Réaliser des processus interpersonnels favorables à l'éthique, RSE-DD / Carry out interpersonal processes to ethics, CSR-SD  <b>BLOC 3 : ELABORER ET METTRE EN ŒUVRE LA STRATEGIE FINANCIERE /DEVELOP AND IMPLEMENT THE FINANCIAL STRATEGY</b></p>

	<p><b>B3.C2</b> Etablir un diagnostic financier de l'entreprise en utilisant les principes de comptables et financiers appropriés / Develop a financial diagnosis of the company using appropriate accounting and financial principles</p> <p><b>B3.C3</b> Construire et mettre en œuvre des outils d'analyse et de reporting. Afin de mettre en œuvre le pilotage financier opérationnel de l'entreprise/ Build and implement analysis and reporting tools. In order to implement the operational financial management of the company</p> <p><b>B3.C5</b> Préparer la planification stratégique et construire les tableaux de bord de gestion nécessaires. / Prepare strategic planning and build the necessary management dashboards</p>
--	--

### **1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives**

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

*The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.*

### **2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

Acquisition de <i>Acquisition of</i>	Objectifs d'apprentissage <i>Learning Objectives</i>	Importance Relevance <i>0, 1, 2, 3</i>
	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	3
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	1
	Travailler efficacement en groupe, être moteur dans la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	1

Compétences / Skills	Être acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	0
	Raisonner de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	2
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	2

### **3. Objectifs détaillés du cours / Detailed course's objectives**

#### **Descriptif du cours / Course description**

Le cours a pour objectif de : renforcer les fondamentaux de la finance

La comptabilité analytique est un mode de traitement des données comptables et financières, dont les objectifs essentiels sont de connaître les coûts des différentes fonctions assumées par l'entreprise, expliquer les résultats en calculant les coûts des produits et des services, afin de les comparer aux prix de vente. Elle permet aussi d'analyser les coûts sur un marché segmenté et de prendre des décisions à court terme, en matière de maintien ou d'abandon d'une activité, de risque d'exploitation et de modulation du prix de vente. Un accent est mis sur l'encadrement et l'accompagnement des étudiants en s'appuyant sur des apports théoriques et des cas pratiques traités en classe. Ce cours encourage la prise de décision des managers dans le cadre de modulation des prix et abandon des produits.

La gestion financière est une activité très importante pour l'entreprise, elle permet de traduire en termes financiers sa stratégie globale. Il est important que les décisions impliquant le futur de l'entreprise assurent sa rentabilité à court terme et sa pérennité à long terme.

La gestion financière s'intéresse à tous les flux financiers de l'entreprise, de leurs origines et de leur utilisation. Elle permet aux dirigeants de mettre en place des outils cohérents aussi bien dans le cadre de la prévision que du contrôle, afin de rendre compte de la situation de l'entreprise à un instant donné.

Un accent est mis sur l'encadrement et l'accompagnement des étudiants en s'appuyant sur des apports théoriques et des cas pratiques traités en classe. Le cours propose des outils de gestion à la base des contrats de partenariat avec des institutions.

*The aim of this course is: to strengthen the fundamentals of finance*

*Managerial accounting is a tool for presenting accounting and financial information with the several essential objectives including: understanding the cost structure of the different functions undertaken by the firm, understanding earnings by calculating cost of production of goods and service with the goal of comparing to the corresponding sale price. It is also useful for forecasting and decision-making, and well adapted to analyzing costs in a segmented market. The accent is on the supervision and the support of students, and is based on a mix of theoretical concepts and practical case studies. This course teaches*

students to act as managers able to implement price strategies and to adapt the product portfolio to market conditions.

Long-term financial management is a very important activity for the company, as it allows translating in financial terms its global strategy. It is important that decisions involving the future of the company ensure its short-term profitability and long-term sustainability.

Long-term financial management is concerned with all the financial flows of the company, their sources and uses. Therefore, it allows managers to put in place appropriate tools for both forecasting and control, in order to report on the situation of the company at a given moment. The accent is on the supervision and the support of students, and is based on a mix of theoretical concepts and practical case studies. The course introduces managerial tools that support partnership contracts with different institutions.

Contribution du cours aux objectifs de développement durable de l'ONU, (indiquez les numéros concernés) :

Contribution of the course to the UN Sustainable Development Goals (numbered items concerned):  
4,8,16 and 17



**Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) /Course's learning objectives (Knowledge & Skills)**

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les capacités suivantes

- a) Comprendre l'organisation fonctionnelle de l'entreprise et les coûts associés.
- b) Procéder à l'inventaire permanent des stocks.
- c) Calculer le coût de revient des produits et des services.
- d) Appliquer la méthode pertinente afin d'identifier les produits ou les services à privilégier ou à supprimer
- e) Comprendre l'intérêt économique des investissements et maîtriser les outils visant à s'assurer de la rentabilité d'un projet d'investissement
- f) Identifier les sources de financement
- g) Connaître les outils qui permettent d'assurer l'équilibre entre investissements et financements

At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:

- a) Understand the functional organization of the firm and associated costs

- b) Undertake a stock inventory valuation
- c) Calculate the full cost of goods and services
- d) Apply appropriate methods to identify profitable/unprofitable products
- e) Understand the importance of investment decisions and master the tools to ensure the profitability of an investment project
- f) Identify the financing sources
- g) Use the tools that ensure the balance between investments and financing

#### **4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Power Point, articles de presse, études de cas sont disponibles sur Moodle / *Syllabus, Power Points, news articles, case studies are available on Moodle.*

#### **5. Contenu des séances (susceptible d'être modifié) / Content of Sessions (subject to changes)**

Séances /sessions	Durée / Duration	Sujets traités / topics	Evaluation formative/ Formative assessment
1	2h	<p>I. COMPTABILITE ANALYTIQUE-COMPTABILITE DE GESTION</p> <p>Introduction : Le résultat d'ensemble de l'entreprise, tel qu'il peut apparaître au compte de résultat, suscite, de la part du chef d'entreprise, deux interrogations principales : quels sont les produits et familles de produits qui contribuent à améliorer le résultat ? Quels sont ceux qui contribuent à le détériorer ?</p> <p>1. 1ère PARTIE : LA METHODE DES COÛTS COMPLETS - Introduction</p> <p>1.1. Fondements de la méthode : des travaux de Taylor à la comptabilité industrielle, le découpage de l'entreprise en centres de responsabilité</p> <p>1.2. Définition des charges et distinction entre charges directes et charges indirectes</p> <p>Exercices</p> <p><i>I.MANAGEMENT ACCOUNTING</i> <i>Introduction: the profit of the company, as calculated by the income statement, rises two questions for managers: what are the products that bust the profit? What about product with negative impact?</i></p>	

		<p><b>1. 1<sup>st</sup> SECTION : THE FULL COSTING SYSTEM</b></p> <p><i>Introduction :</i></p> <p><i>1.1. The historical roots of the methodology: the work of Taylor and the development of industrial accounting, division of the firm into cost centers.</i></p> <p><i>1.2. Costs in the full cost method : direct and indirect costs</i></p> <p><i>Exercises</i></p>	
2	2h	<p>1.3. Mesure du résultat analytique par type de produit ou de service dans une entreprise multi-activités.</p> <p>a) Calcul du coût d'achat des marchandises ou des matières premières et inventaire permanent des stocks</p> <p>Exercice d'application</p> <p><i>1.3. Analysis of earnings: compiling a series of cost calculations</i></p> <p><i>a) Cost of goods and raw materials and stock inventory valuation</i></p> <p><i>Exercises</i></p>	
3	2h	<p>b) Calcul du coût de production des produits finis de la période.</p> <p><i>Exercises</i></p> <p><i>b) Production costs of finished goods</i></p> <p><i>Exercises</i></p>	
4	2h	<p>c) Calcul du coût de revient des produits ou services vendus.</p> <p>d) Détermination du résultat analytique et interprétation des résultats</p> <p>Exercices</p> <p><i>c) Fully allocating costs of goods and services</i></p> <p><i>d) Costing based profitability analysis: profit and loss</i></p> <p><i>Exercises</i></p>	
5	2h	<p><b>2. 2<sup>ème</sup> PARTIE : LA METHODE DES COÛTS PARTIELS</b></p> <p><i>Introduction :</i></p> <p><i>2.1. Fondements de la méthode</i></p> <p><i>2.2. Charges variables et charges fixes</i></p> <p><i>2.3. Méthode des coûts variables</i></p> <p><i>Exercises</i></p> <p><b>2<sup>nd</sup> SECTION : MARGINAL COST ANALYSIS</b></p> <p><i>Introduction:</i></p> <p><i>2.1. The importance of the method</i></p> <p><i>2.2. Variable costs vs. fixed costs</i></p> <p><i>2.3. Variable cost method</i></p>	<p>Procéder à l'inventaire permanent des stocks et Calculer le coût de revient des produits et des services/ Undertake a stock inventory valuation and calculate the full cost of goods and services</p>

		<i>Exercices</i>	
6	2h	2.4. Méthode des coûts spécifiques Exercices  <i>2.4. Specific costing method Exercices</i>	
7	2h	2.5. Seuil de rentabilité, calcul et analyse du risque d'exploitation : prévision d'un niveau minimum d'activité pour être profitable. Exercices  <i>2.5. Calculating and analyzing the break-even point Exercices</i>	
8	2h	2.6. Coût marginal Exercices  <i>2.6. Marginal cost approach Exercices</i>	
9	2h	Exercice d'application  <i>Review exercises</i>	Méthode des coûts variables et méthodes des coûts spécifiques/Marginal cost and specific costing method
10		II. GESTION FINANCIERE A LONG TERME 1. LA NOTION D'ACTIF ECONOMIQUE 1.1. Définition et nécessité des investissements 1.2. Typologie des investissements 1.3. Les différents paramètres qui précèdent l'étude de la rentabilité d'un projet d'investissement  II. LONG TERM FINANCIAL MANAGEMENT <i>1. NOTION OF CAPITAL INVESTMENT 1.1. Choice of investments: Definition 1.2. Classification of investments 1.3. Variables used to study the profitability of an investment project</i>	
11		Exercices  <i>Exercices</i>	
12		1.4. Les critères de sélection d'un projet d'investissement : la valeur actuelle nette, l'indice de profitabilité, le taux de rentabilité interne et le délai de récupération des capitaux investis.	

		<p>Exercices</p> <p><i>1.4. Investment selection criteria: net present value (NPV), profitability index (PI), internal rate of return (IRR) and the time for return on capital employed (TROCE).</i></p> <p><i>Exercises</i></p>	
13		<p>2. LES SOURCES DE FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS.</p> <p>2.1. Sources de financement interne.</p> <p>2.2. Sources de financement externe.</p> <p>2.3. Financement mixte et coût moyen pondéré du capital</p> <p><i>2. INVESTMENT FINANCING AND SOURCES</i></p> <p><i>2.1 Internal financing</i></p> <p><i>2.2 External financing</i></p> <p><i>2.3. The financing mix and the weighted average cost of capital</i></p>	
14		<p>3. RENTABILITE, RISQUE ET EFFET DE LEVIER FINANCIER.</p> <p>3.1. Lien entre rentabilité et risque.</p> <p>3.2. Rentabilité économique et risque d'exploitation</p> <p>3.3. Rentabilité financière et risque financier.</p> <p>3.4. Effet de levier financier.</p> <p>Exercice</p> <p><i>3. PROFITABILITY, RISK AND FINANCIAL LEVERAGE EFFECT</i></p> <p><i>3.1 Link between profitability and risk</i></p> <p><i>3.2. Return on capital employed and operating risk</i></p> <p><i>3.3 Return on equity and financial risk</i></p> <p><i>3.4. Financial leverage effect.</i></p> <p><i>Exercises</i></p>	<p>Etude de la rentabilité d'un projet d'investissement et des modalités de financement/Study of the profitability of an investment project and financing methods.</p>
15		<p>Exercices</p> <p><i>Exercises</i></p>	
16		<p>4. PLAN DE FINANCEMENT</p> <p>4.1. Définition et intérêt</p> <p>4.2. Composition : besoins à financer et sources de financement</p> <p>4.3. Interprétation</p> <p><i>4. FINANCING PLAN</i></p> <p><i>4.1. Definition and importance</i></p> <p><i>4.2. Content: needs and sources of financing</i></p> <p><i>4.3. Analysis</i></p>	
17		<p>Exercices</p>	



		<i>Exercises</i>	
18		Exercices d'application <i>Review exercises</i>	

## 6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods

Cours, Exercices, Cas pratiques

*Courses, Exercises, Case studies*

## 7. Evaluation / Assessment

	semestre / semester		rattrapage / re-sit			
	Méthode d'évaluation <i>Assessment method</i>	pondération / <i>weighting</i>		pondération / <i>weighting</i>		
<b>Type d'évaluation / Assessment type</b>		<b>individuel <i>individual</i></b>	<b>collectif / in-group</b>	Conservé oui / non <i>retained yes /no</i>	%	<b>Objectifs d'apprentissage évalués / Assessed Learning objectives</b>
<b>Evaluation 1 / Assessment1</b>	Cas d'application/Practical case	15%		oui/yes	15%	
<b>Evaluation 2 / Assessment2</b>	Cas d'application/Practical case	15%		oui/yes	15%	
<b>Evaluation 3 / Assessment3</b>	Cas d'application/Practical case	20%		oui/yes	20%	
<b>Examen Final / Final Exam</b>	Cas de sythèse/Case study	50%			50%	
<b>Total</b>		<b>Total</b>	<b>100%</b>			
<b>Rattrapage/ re-sit</b>				<b>Total</b>	<b>100%</b>	

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student.

**Les notes finales doivent être transmises à la Scolarité, ou saisies sur la plate-forme dédiée, 14 jours ouvrés au plus tard après la date des examens finaux.**

***Final grades must be sent to the Students Office, or entered on the dedicated platform, no later than 14 working days after the final exam date***

#### **10. Bibliographie / Bibliography**

DRURY C. (2007) Management and cost accounting, 7<sup>th</sup> Edition, Cengage Learning EMEA  
GRANDGUILLOT , B., GRANDGUILLOT F., (2013), La comptabilité de gestion, Les ZOOM'S, Edition Gualino  
GRANDGUILLOT , B., GRANDGUILLOT F., (2013), Exercices avec corrigés détaillés de comptabilité de gestion, Les ZOOM'S, Edition Gualino  
MAHER, M.W., STICKNEY, C.P., and WEIL R.L., (2011) Managerial Accounting: An introduction to Concepts, Methods and Uses, South-Western College Publishing  
BAZET J.C., FAUCHER P., (2007) Finance d'entreprise, Nathan  
DELAHAYE F. et DELAHAYE J. Finance d'entreprise DCG cas pratiques, 2ème édition, Dunod.  
VERNIMMEN P.,QUIRY P., DALLOCCHIO M.,Le FUR Y., SALVI A. (2014) Corporate Finance: Theory and Practice, John Wiley & Sons Ltd  
ZAMBOTTO, C., ZAMBOTO, C. Gestion financière en 22 fiches, 8ème édition, Dunod  
ZAMBOTTO, C., ZAMBOTO, C. Exercices de gestion financière en 26 fiches, 6 ème édition, Dunod

#### **6. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'approprier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

## 7. Grille générale d'évaluation / General assessment grid

Course's pedagogical objectives	Below expectations 0-9	Meet expectations 9-13	Above expectations 13-20
a-Comprendre l'organisation fonctionnelle de l'entreprise et les couts associés/ <i>Understand the functional organization of the firm and associated costs</i>	L'étudiant n'est pas capable de calculer et répartir les coûts des fonctions de l'entreprise / <i>The student is not able to calculate the costs associated with the functions of the company</i>	L'étudiant est capable de calculer et répartir les coûts des fonctions de l'entreprise / <i>The student is able to calculate the costs associated with the functions of the company</i>	L'étudiant est capable de calculer et répartir les coûts des fonctions de l'entreprise et de les interpréter / <i>The student is able to calculate the costs associated with the functions of the company and to interpret the results</i>
b-Procéder à l'inventaire permanent des stocks / <i>Undertake a stock inventory valuation</i>	L'étudiant n'est pas capable de procéder à l'inventaire permanent des stocks/ <i>The student is not able to apply the methods of stock inventory valuation</i>	L'étudiant est capable de procéder à l'inventaire permanent des stocks/ <i>The student is able to apply the methods of stock inventory valuation</i>	L'étudiant est capable de procéder à l'inventaire des stocks à partir des différentes méthodes/ <i>The student is able to apply stock inventory valuation by using the appropriate method</i>
c- Calculer le coût de revient des produits et des services / <i>Calculate the full cost of goods and services</i>	L'étudiant n'est pas en mesure de réussir l'enchaînement du calcul du coût de revient/ <i>The student is not able to apply the full costing method</i>	L'étudiant est en mesure de réussir l'enchaînement du coût de revient / <i>The student is able to apply the full costing method</i>	L'étudiant maîtrise l'enchaînement des calculs du coût de revient et du résultat analytique/ <i>The student is able to apply the full costing method and to identify the profit or loss of the goods or services</i>
d- Appliquer la méthode pertinente afin d'identifier les produits ou les services à privilégier ou à supprimer / <i>Apply appropriate methods to identify profitable/unprofitable products</i>	L'étudiant n'est pas capable d'appliquer la méthode permettant de privilégier ou de supprimer certains produits et services/ <i>The student is not able to apply the appropriate method to identify the profitable/unprofitable products</i>	L'étudiant est capable d'appliquer la méthode permettant de privilégier ou de supprimer certains produits et services / <i>The student is able to apply the appropriate method to identify the profitable/unprofitable products</i>	L'étudiant est capable d'appliquer la méthode permettant de privilégier ou de supprimer certains produits et services et de formuler des recommandations / <i>The student is able to apply the appropriate method to identify the profitable/unprofitable products and to make recommendations</i>
e-Comprendre l'intérêt économique des investissements et maîtriser les outils visant à s'assurer de la rentabilité d'un projet d'investisse/ <i>Understand the</i>	L'étudiant n'est pas capable de comprendre et d'évaluer la rentabilité d'un projet d'investissement/	L'étudiant est capable d'évaluer la rentabilité d'un projet d'investissement / <i>The student is able to assess the profitability of an investment project</i>	L'étudiant est capable de calculer et d'évaluer la rentabilité d'un projet d'investissement à travers différentes approches/

<i>importance of investment decisions and master the tools to ensure the profitability of an investment project</i>	<i>The student is not able to understand and assess the profitability of an investment project</i>		<i>The student is able to assess the profitability of an investment project through different approaches</i>
<i>f-Identifier les sources de financement/ Identify the financing sources</i>	<i>L'étudiant n'est pas capable d'identifier les sources de financement adaptées au potentiel du projet / The student is not able to identify the appropriate sources of project financing</i>	<i>L'étudiant est capable d'identifier les moyens de financement adaptés à la situation de l'entreprise / The student is able to identify the appropriate sources of project financing</i>	<i>L'étudiant est capable d'identifier les moyens de financement adaptés à l'entreprise et d'en évaluer le coût/ The student is able to identify the appropriate sources of project financing and to evaluate the cost</i>
<i>g-Connaître les outils qui permettent d'assurer l'équilibre entre investissements et financements/ Use the tools that ensure the balance between investments and financing</i>	<i>L'étudiant n'est pas capable d'effectuer les calculs permettant d'assurer l'équilibre entre investissement et financement / The student is not able to apply the methods that ensure the balance between investments and financing</i>	<i>L'étudiant est capable d'effectuer les calculs permettant d'assurer l'équilibre entre investissement et financement/ The student is able to apply the methods that ensure the balance between investments and financing</i>	<i>L'étudiant est capable de reproduire les outils qui favorisent la prise de décision aussi bien pour l'entreprise que pour les investisseurs et de formuler des recommandations / The student is able to apply the methods that favor the decision making for both the company and the investors and to make recommendations</i>

## ECONOMICS

### Understanding New Markets and Business Models

<b>Intitulé du cours / Course Title</b>	<b>Comprendre les nouveaux marchés et modèles d'affaire / Understanding New Markets and Business Models</b>
<b>Année / Year</b>	<b>2022-2023</b>
<b>Semestre / Semester</b>	<b>Fall</b>
<b>Département / Department</b>	<b>Management / Entrepreneuriat</b>
<b>Responsable du cours / Course Coordinator</b>	<b>Michele Dell'Era</b>
<b>Format</b>	<b>Face à face/Face to face</b>
<b>Course level</b>	<b>Undergraduate</b>
<b>Pré-requis / Pre-requisites</b>	<b>Aucun / None</b>
<b>Heures de face à face pédagogique / Contact Hours</b>	<b>36</b>
<b>Heures de travail personnel / Personal Work Hours</b>	<b>24</b>
<b>ECTS</b>	<b>6</b>
<b>Langue d'enseignement / Language</b>	<b>Anglais / English</b>
<b>BLOC RNCP CORRESPONDANT / Corresponding RNCP Block</b> <b>BLOC 4 : Mise en place de projet de sa conception à sa clôture / Implementation of a project from its conception to his conclusion</b>	<b>COMPETENCE(S)</b> <b>B4 C5 Définir un projet concret et le mener à bien de sa conception à sa clôture. / Define a project and carry out from its conception to its conclusion</b>

#### 1. Objectifs généraux du programme / General programme objectives

L'objectif du Programme Grande Ecole est d'accomplir la mission d'EBS-Paris en formant de futurs managers à l'esprit entrepreneurial et innovant, soucieux d'éthiques et de responsabilité sociale, et habitués à travailler dans un environnement international, multiculturel et digital.

The aim of the Programme Grande Ecole is to advance the mission of EBS by training innovative and entrepreneurial managers, sensitive to ethics and their social responsibility, and accustomed to working in a global, multicultural and digital environment.

## **2. Contribution du cours aux Intended Learning Objectives / Course's contribution to the Intended Learning Objectives**

<b>Acquisition de Acquisition of</b>	<b>Intended Learning Objectives</b>	<b>Importance / Relevance 0, 1, 2, 3</b>
Compétences / Skills	Savoir utiliser les principaux outils et concepts des domaines clés du Management <i>Be able to use the key tools and concepts in all key areas of management</i>	1
	Faire preuve d'esprit d'entreprise, de créativité et de responsabilité <i>Develop a responsible and creative mindset, oriented toward entrepreneurship</i>	2
	Travailler efficacement en groupe et être moteur dans la conduite de projets <i>Be active team members, and lead projects</i>	2
	Etre acteur de la conduite du changement et de la transformation digitale <i>Be active to spur change and to foster digital transformation</i>	3
	Raisonner de façon globale, être capable de travailler dans un contexte multiculturel <i>Think globally and be used to working in a multicultural environment</i>	2
	Comprendre les enjeux de l'éthique des affaires, de la responsabilité sociale et de la diversité organisationnelle <i>Have an understanding of business ethics, social responsibility and organizational diversity</i>	0

## **3. Objectifs détaillés du cours / Precise course's objectives**

### **Descriptif du cours / Course description**

Depuis une dizaine d'années, principalement en raison de la place qu'occupe internet dans nos vies au quotidien et des changements de comportement des consommateurs, on constate l'émergence d'une nouvelle forme d'entreprise. Ces entreprises ne vendent plus un produit et/ou un service standard mais bien une intermédiation « peer to peer » délivrant et créant de la valeur. Pour y parvenir, les

entreprises « plateformes » doivent revoir la chaîne de valeur classique et donc adapter le business model classique à un business model « digital ».

A travers ce cours, nous étudierons comment passer d'un business model orienté « économie classique » à un business model orienté « économie digitale » et pourquoi de nombreuses entreprises échouent leur transformation digitale.

Les étudiants devront travailler sur l'élaboration d'un projet Digital et en présenter le Business Model.

En termes d'Objectifs de Développement Durable, le cours prépare les étudiants à devenir des entrepreneurs/intrapreneurs capable de développer des projets innovants qui contribuent à la croissance économique.

*For the past ten years, mainly because of the growing of Internet in our daily lives and changes in consumer behavior, we have seen the emergence of new form of businesses. These companies no longer sell a product and / or a standard service but a "peer to peer" intermediation platform. To achieve this, companies must revise the traditional value chain and thus adapt the traditional business model to a "digital" business model. Through this course, we will study how to move from a classical to a digital economy focused on new and emerging business model and why many companies are failing their digital transformation. Students will also work on the development of a Digital project.*

*In terms of sustainable development goals, the course prepares students to become entrepreneurs/intrapreneurs capable of developing innovative projects that contribute to economic growth.*



### **Objectifs pédagogiques du cours (connaissances et compétences) / Course's pedagogical objectives (Knowledge & Skills)**

A l'issue de ce cours l'étudiant aura développé les capacités suivantes / At the end of the course students will have developed the following knowledge and skills:

- a) Découvrir les raisons du basculement d'une économie classique vers une économie digitale
  - b) Analyser l'incidence de l'économie digitale sur la chaîne de valeur des entreprises
  - c) Etudier les types de Business Model de l'économie digitale
  - d) Identifier quelques « best-practices » en matière de business model digital
- 
- i) Discover the reasons for the shift from a classical economy to a digital economy
  - j) Analyze the impact of the digital economy on the business value chain

- k) Study the types of Business Model of the digital economy
- l) Identify some best practices in the digital business model

#### **4. Supports pédagogiques / Teaching materials**

Syllabus, Power Point, articles de presse, études de cas sont disponibles sur Moodle / *Syllabus, Power Points, news articles, case studies are available on Moodle*

#### **5. Contenu des séances / Content of Lectures or Tutorials**

Séances	Contenu des séances / <i>Content of Lectures or Tutorials</i>
1	La première séance sera consacrée à l'analyse des facteurs explicatifs du passage d'une économie dite "Classique" à une économie dite "Digitale" / The first session will be dedicated to the factors which explain the moving from a classical to a digital economy
2	La seconde séance s'intéressera aux "nouvelles règles du jeu" qu'impliquent l'économie digitale pour les entreprises / The second session will be devoted to the "new rules of the game" that the digital economy implies
3-4	Les troisième et quatrième séances aborderont les facteurs pouvant expliquer l'échec d'une stratégie digitale mais aussi les pistes pour réussir son passage à l'économie digitale à l'aide d'un Business Model adapté / The third and fourth sessions will address the factors that may explain the failure of a digital strategy but also the ways to make a successful transition to the digital economy with the help of an adapted Business Model.
5	La cinquième séance sera consacrée aux présentations des projets étudiants / The fifth session will be devoted to presentations of student projects.

#### **6. Méthodes Pédagogiques / Pedagogical Methods**

- Cours, exercices, coaching, projet de groupe
- *Courses, exercises, coaching, team project*

#### **7. Evaluation / Assessment**

Assessment's type	Assessment's method	Individual	Collective	Total	Course's obj. assessed
Contrôle Continu / <i>Continuous Assessment</i>	Présence, participation aux exercices / Attendance, participation to the exercises	20%		20%	a, b, c, d
Travail Final / <i>Final Workd</i>	Présentation d'un Business model dans l'économie du digital / Business model presentation in the digital economy		40%*	40%	a, b, c, d



Examen Final / <i>Final Exam</i>	Examen sur table / <i>Written exam</i>	40%		40%	a, b, c, d
Total		60%	40%	100%	

\*L'enseignant se réserve la possibilité d'attribuer un bonus/malus individuel selon le travail fourni par l'étudiant

\*The instructor reserves the right to give an individual bonus/penalty, in accordance with the quality of work provided by the student.

### **8. Bibliographie / Bibliography**

De nombreux ouvrages sont disponibles sur le Learning Center de l'EBS. Lecture régulière de la presse et de l'actualité économique.

*Books available from EBS Learning Center. Read news articles on a regular basis.*

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers.

John Wiley & Sons.Choudary S.P. (2015), Platform Scale: How an emerging business model helps startups build large empires with minimum investment, Kindle Edition, p.338.

Fayon D. & Tartar M. (2014), Transformation digitale : 5 Leviers pour l'entreprise, Pearson Education, p. 256.

Headley C. & Maalaoui A. (2012), La boîte à outils du digital Entrepreneur, Dunod, p. 192.

### **9. Plagiat / Plagiarism**

Le plagiat consiste à s'appropriier tout ou partie du travail d'une personne ou d'une organisation, sans citer de source et sans utiliser de guillemets. L'EBS-Paris utilise un logiciel de détection automatique du plagiat. Pour cette raison l'école peut exiger que l'étudiant remette ses travaux, et notamment son mémoire de fin d'étude, sous forme de fichier électronique (Word, PDF etc). En cas de doute sur un travail rendu le document doit nous être transmis pour contrôle. Toute tentative de plagiat entraîne une convocation devant le conseil de discipline, les sanctions prévues peuvent aller jusqu'à l'exclusion temporaire ou définitive de l'étudiant

*Plagiarism is the appropriation (copying) of the work of another person or institution, without citing a source and without using quotation marks. EBS-Paris uses automatic plagiarism detection software. For this reason, the school may require students to submit their work, especially the thesis, in the form of an electronic file (Word, PDF etc). In cases where the authenticity of a student's work is called into question, the student must submit the work electronically for inspection. Any attempt at plagiarism will result in a summons before the Disciplinary Board. Penalties may extend to the temporary or permanent expulsion of the student from EBS-Paris.*

### **10. Grille générale d'évaluation / General assessment grid (voir ci-dessous / see below)**

Course's pedagogical objectives	Below expectations	Meet expectations	Above expectations
Expliquer les raisons du basculement d'une économie classique vers une économie digitale / <i>Explain the reasons for the shift from a classical economy to a digital economy</i>	L'étudiant n'est pas capable d'expliquer les raisons du basculement d'une économie classique vers une économie digitale / <i>Student is not able to explain the reasons for the shift from a classical economy to a digital economy</i>	L'étudiant est capable d'expliquer les raisons du basculement d'une économie classique vers une économie digitale / <i>Student is able to explain the reasons for the shift from a classical economy to a digital economy</i>	L'étudiant est capable d'expliquer les raisons du basculement d'une économie classique vers une économie digitale avec un regard critique / <i>Student is able to explain the reasons for the shift from a classical economy to a digital economy with a critical view</i>
Analyser l'incidence de l'économie digitale sur la chaîne de valeur des entreprises / <i>Analyze the impact of the digital economy on the business value chain</i>	L'étudiant n'est pas capable d'analyser l'incidence de l'économie digitale sur la chaîne de valeur des entreprises / <i>Student is not able to analyze the impact of the digital economy on the business value chain</i>	L'étudiant est capable d'analyser l'incidence de l'économie digitale sur la chaîne de valeur des entreprises / <i>Student is able to analyze the impact of the digital economy on the business value chain</i>	L'étudiant est capable d'analyser l'incidence de l'économie digitale sur la chaîne de valeur des entreprises et donner des exemples / <i>Student is able to analyze the impact of the digital economy on the business value chain and provide concrete examples</i>
Connaitre les différents types de Business Model de l'économie digitale / <i>Know the different types of Business Models in the digital economy</i>	L'étudiant ne connaît pas les différents types de Business Model de l'économie digitale / <i>Student doesn't know the different types of Business Models in the digital economy</i>	L'étudiant connaît les différents types de Business Model de l'économie digitale / <i>Student knows the different types of Business Models in the digital economy</i>	L'étudiant connaît les différents types de Business Model de l'économie digitale ainsi que leurs avantages et inconvénients / <i>Student knows the different types of Business Models in the digital economy and their (dis)advantages</i>
Identifier quelques « best-practices » en matière de business model digital / <i>Identify some best practices in the digital business model</i>	L'étudiant n'est pas capable d'identifier quelques « best-practices » en matière de business model digital / <i>Student is not able to identify some best practices in the digital business model</i>	L'étudiant est capable d'identifier quelques « best-practices » en matière de business model digital / <i>Student is able to identify some best practices in the digital business model</i>	L'étudiant est capable d'identifier un grand nombre de « best-practices » en matière de business model digital / <i>Student is able to identify several best practices in the digital business model</i>

