

MSC

FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT

**International Project
Management**

(Programme bilingue Français/Anglais)

Programme : 2011/2012

Index

INDEX	2
PLANNING GENERAL 2011/2012	3
INTERVENANTS PERMANENTS ET INTERVENANTS ASSOCIES 2011/2012	4
BASIS OF INTERNATIONAL MARKETING	5
STRATEGY	6
BASIS OF FINANCE	8
INTERNATIONAL COMMERCE	10
HUMAN RESSOURCES MANAGEMENT	12
INTRODUCTION TO INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	14
COMPUTERING TOOLS AND RESSOURCES	15
INFORMATION SYSTEMS FOR MANAGERS	16
ELAN – IST PART & CREATIVITY INNOVATION AND TEAM BUILDING	17
COMMUNICATION AND ADVERTISING	19
COMMUNICATION PROJECT	20
ENGLISH LANGUAGE FOR BUSINESS COMMUNICATION – ENGLISH LANGUAGE SKILLS ONE	21
FRANÇAIS LANGUE 1 - FRANÇAIS LANGUE 2	23
LEARNING GOALS	
MSC INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	25

Planning général 2011/2012

Module	Fondamentaux du management	Spécialisations	Stage Rapport de stage
Dates	Du 10 Octobre 2011 au 6 Janvier 2012	Du 9 Janvier 2012 au 25 Mai 2012	Minimum 6 mois et maximum 12 mois
Credits	32 ECTS	32 ECTS	32 ECTS

**Minimum requis pour obtenir un diplôme MSc
90 ECTS Credits
(sur 96)**

Intervenants 2011/2012

Modules	Coordinateurs des Modules	Corps professoral
PROGRAM COORDINATOR PERSONEL FOLLOW UP/ ACADEMIC REPORTS, THESIS	SIMON MITCHELL	
INTERNATIONAL FINANCE	JOELLE RANDRIAMIARANA	<ul style="list-style-type: none"> • Abder Badaoui - Professeur permanent • Joëlle Randriamiarana - Professeur permanent • Sophie Marmorat - Professeur permanent • Papa Ibra Kébé - Professeur permanent
INTERNATIONAL COMMERCE & BUSINESS STRATEGY	VINCENT GIMET CATHERINE DOS SANTOS	<ul style="list-style-type: none"> • Vincent Gimet- Professeur associé • Catherine Dos Santos – Professeur permanent
INTERNATIONAL MARKETING	SIMON MITCHELL	<ul style="list-style-type: none"> • Philippe Chassagne – Professeur associé • Simon Mitchell – Professeur associé
INFORMATION SYSTEMS & COMPUTERING TOOLS	ARNAUD GORGEON	<ul style="list-style-type: none"> • Hakim Boumiza – Professeur permanent • Pascal Legrand – Professeur permanent
FOREIGN LANGAUGES AND CULTURES	KEVIN METZ CLAIRE HUBERT-GOUASDON	<ul style="list-style-type: none"> • Sheena BRUET-PATEL – Professeur associé • Richard CLAYTON – Professeur associé • Kathleen Marker – Professeur associé • Claire HUBERT-GOUASDON – Professeur associé • Anne-Cécile MARLEIX – Professeur associé
HUMAN RESSOURCES MANAGEMENT	MARC LECOUTRE	<ul style="list-style-type: none"> • Marc Lecoutre – Professeur permanent
PROJECT MANAGEMENT	DAVID MARKER	<ul style="list-style-type: none"> • Pascal Lièvre – Professeur Associé
ELAN – 1st Part & Creativity Innovation and Team Building	DEREK WRIGHT	<ul style="list-style-type: none"> • Derek Wright – Professeur associé • Farid Hmaid – Professeur associé • Eric Guillot – Professeur associé

Basis of International Marketing

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management. (version bilingue)		2	24 h	Simon Mitchell	MF09BEI-00
INTERVENANT	<p>Philippe Chassagne – Professeur Associé – Docteur en Sciences Economiques – Consultant en développement commercial</p> <p>Depuis 1999 Consultant 1988-1999 Professeur permanent de marketing à l'école supérieure de commerce de Clermont-Ferrand 1987-1988 Attaché de direction à la chambre d'agriculture du Puy de Dôme 1986-1987 Allocataire de recherche à l'Université des Sciences Economiques de Clermont-Ferrand 1984-1986 Adjoint à la direction commerciale de la société Dassaud</p>				
OBJECTIFS	Acquérir les connaissances des principaux concepts et démarches du marketing, en tenant compte de ses dernières évolutions.				
PROGRAMME	<p>1 – Introduction</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le marketing au 21e siècle - Comprendre le consommateur et le comportement d'achat - Les études et recherches en marketing <p>2 – Le marketing - mix</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le produit - Le service - Le prix et la commercialisation - La promotion <p>3 – La stratégie marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration d'une stratégie marketing - Le plan marketing 				
METHODE D'ENSEIGNEMENT	Cours, travail en sous-groupes, cas et exercices				
METHODE D'EVALUATION	Contrôle continu.				
LANGUE	Français				
BIBLIOGRAPHIE	<p>- KOTLER Philip, KELLER Kevin Lane, DUBOIS Bernard, MANCEAU Delhine, Marketing Management, Pearson, 12e éd.</p> <p>- LOVELOCK Christopher, WIRTZ Jochen, LAPERT Denis, Marketing des services, Pearson, 6e édition 2008</p> <p>- USUNIER Jean-Claude, LEE Julie Anne, Marketing Across Cultures, Prentice Hall, Denier éd.</p>				

Strategy

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management, (version bilingue)		2	18 h	Simon Mitchell	MF09BSI-00
INTERVENANT	<p>Catherine Dos Santos – Professeur permanent Enseignant en stratégie Docteur en Sciences Economiques</p>				
OBJECTIFS	<p>Ce cours a pour but de mieux comprendre les mécanismes, les théories et les pratiques de la stratégie d'entreprise. Grâce à l'énoncé des options stratégiques de la firme d'aujourd'hui et à l'accent mis sur les approches nouvelles en matière de décision et de prospective stratégique, Ce cours propose donc un état de l'art de la stratégie en adéquation avec la réalité des entreprises.</p> <p>L'enseignement dispensé permet aux étudiants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de comprendre les principaux enjeux et les mécanismes de la décision stratégique - d'acquérir les pré-requis indispensables à la mise en œuvre d'une démarche de réflexion stratégique - d'envisager une organisation de manière globale en la replaçant dans son environnement, dans une perspective dynamique et évolutive. 				
PROGRAMME	<p><u>Le cours est composé de 10 demi-journées d'enseignement, dont :</u></p> <p>6 demi-journées d'enseignements théoriques 2 demi-journées de travail en groupes sur une étude de cas 1 demi-journée de synthèse de l'étude de cas donnant lieu à évaluation finale 1 demi-journée d'évaluation individuelle</p> <p>Séance 1 : Séance introductive Définir la notion de stratégie Présentation des problèmes stratégiques Présentation du processus décisionnel Séance 2 : L'analyse de l'environnement L'analyse du macro-environnement L'analyse sectorielle (les forces de Porter) Les limites du modèle de Porter Séance 3 : La construction de l'avantage concurrentiel : les stratégies génériques Stratégie de domination par les coûts Stratégie de différenciation Stratégie de spécialisation Séance 4 : Le management de la chaîne de valeur Concept de chaîne de valeur Filière et création de valeur Séance 5 : L'internationalisation Les logiques de l'internationalisation Le dilemme global/local Séance 6 : Les voies de développement stratégique La diversification La spécialisation Intégration verticale/externalisation</p>				
METHOD D'ENSEIGNEMENT	<p>Apports théoriques Travail sur documents Etude de cas réalisée en petits groupes</p>				

METHODE D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> - L'étude de cas réalisée par petits groupes fera l'objet d'une restitution sous forme d'une synthèse orale notée (60 % de la note finale) - Un examen individuel écrit à partir d'un mini-cas (40 % de la note finale)
LANGUE	Français
BIBLIOGRAPHIE	<p>Les manuels de référence suivants vous permettront d'approfondir vos connaissances. Tous les ouvrages indiqués sont disponibles au Centre de Documentation de l'Ecole.</p> <p>Gervais M., Stratégie de l'entreprise, 5ème édition, Economica, 2003.</p> <p>Johnson G., Scholes K., Whittington R., Fréry F., Stratégique, 7ème édition, Pearson Education France, 2005.</p> <p>Ouvrage collectif, Stratégor, 3ème édition, Dunod, 2005.</p>

Basis of Finance

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management, (version bilingue)		3	24 h	Simon Mitchell	MF098F1-00
INTERVENANT	Coordinateur du Programme : Joëlle Randriamiarana Intervenants : Sophie Marmorat : Docteur en Sciences de Gestion, Professeur de Comptabilité, Finance Joëlle Randriamiarana : Docteur en Sciences de Gestion, Professeur de Finance, Contrôle de Gestion Abder Badaoui : Professeur de Finance, Responsable de la Filière ITB Papa Ibra Kébé : Docteur en Sciences de Gestion, Professeur de Contrôle de Gestion				
OBJECTIFS	1ère partie : la comptabilité financière Acquérir les notions de base pour établir les états financiers d'une entreprise en comprenant la structure du bilan (patrimoine) et du compte de résultat (revenus). Les états financiers permettent de mesurer la richesse dégagée au cours de l'exercice et de comprendre l'évolution de la structure de financement de la firme. Ce cours doit permettre de comprendre le principe de comptabilité d'engagement (accrual accounting) afin de préparer au cours de finance sur l'approche par les flux (cash-flows). 2ème partie : l'analyse financière Construire une première analyse financière à partir des informations données par les documents de synthèse en s'appuyant sur les fondamentaux de la comptabilité. Apprendre à lire le bilan et les comptes de résultat de manière transversale. Approche des soldes intermédiaires de gestion et de la capacité d'autofinancement 3ème partie : la comptabilité analytique Comprendre le système de comptabilité analytique d'une entreprise qui est basée sur l'analyse des charges et des produits, dans un objectif de prise de décision. Acquérir les principales notions de détermination des coûts : méthodes des coûts complets et méthode des coûts variables. 4ème partie : le contrôle de gestion Etudier les coûts standards, préétablis et procéder à l'analyse des écarts sur profits pour comprendre les baisses de compétitivité et de productivité industrielle.				
PROGRAMME	1ère partie : Comptabilité financière 1. Présentation de la partie double (emplois/ressources), des principes comptables français et du cadre conceptuel des normes IFRS qui sous-tendent l'élaboration des documents annuels (coût historique, permanence des méthodes, séparation des exercices, intangibilité du bilan d'ouverture). 2. Etablissement du bilan et du compte de résultat de l'entreprise à la clôture de l'exercice (écritures d'inventaires, décalage des charges et produits, dotations aux amortissements et provisions). 2ème partie : Analyse financière 1. Introduction aux notions d'analyse. 2. Approche fonctionnelle du bilan. 3. Analyse des soldes intermédiaires de gestion et appréhension de la capacité d'autofinancement. 3ème partie : Comptabilité analytique 1. Méthode des coûts complets : détermination des éléments constitutifs des coûts et du coût de revient, maîtrise de la répartition des charges. 2. Notions de coûts variables et de coûts spécifiques : distinction entre charges variables & charges fixes, calcul de la marge sur coût variable et du résultat analytique 4ème partie : Contrôle de gestion. 1. Coûts préétablis : détermination des coûts standards (budgétés) et des coûts préétablis. 2. Explication des écarts par rapport aux réalisations : détermination des écarts sur chiffre d'affaires et sur coûts ; des écarts sur prix et sur volumes (quantités) ; des écarts sur charges directes et indirectes (centres d'analyse).				
METHOD D'ENSEIGNEMENT	Polycopiés, cas pratiques.				
METHODE D'EVALUATION	1 QCM en comptabilité financière 1 QCM en analyse financière 1 QCM en comptabilité de gestion 1 QCM en contrôle de gestion				

LANGUE	Français
BIBLIOGRAPHIE	1ère partie : Comptabilité financière : Friedrich M. et Langlois G., Comptabilité Financière, Foucher, 10ème édition 2ème partie : Analyse financière : BARREAU J et DELAHAYE J. , Gestion Financière, Dunod (préparation au DECF) 3ème partie : Comptabilité analytique : Dubrulle, L et Jourdain, D. Comptabilité analytique de gestion. DUNOD 4ème partie : Contrôle de gestion : Contrôle de Gestion (préparation au DECF), DUNOD

International Commerce

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management. (version bilingue)		5	36 h	Simon Mitchell	MF09BS2-00
INTERVENANT	<p>Vincent Gimet – Professeur Associé Vincent GIMET: Fondateur et Directeur des sociétés France Alimentaire et France Trading, sociétés d'agences commerciales export 25 ans d'expérience terrain et de Management sur plus de 60 pays Vacataires de formation aux Masters ESC depuis 15 ans</p>				
OBJECTIFS	Acquérir les connaissances des principaux concepts et démarches export, en tenant compte de ses dernières évolutions.				
PROGRAMME	<p>I – Méthodologie Marketing Diagnostic export Forces et faiblesses de l'entreprise à l'export Définition des objectifs de l'entreprise Définition du budget export Sélection des marchés porteurs Identification et sélection des nouveaux marchés à prospector Analyse des marchés exports Choix des circuits de distribution Définition de la stratégie commerciale Prospection commerciale et suivi II – Méthodologie Commerciale Organiser sa prospection Incoterm (Termes commerciaux internationaux) Calculer son prix export III – Management de l'ordre Approche logistique Approche financière : mode et techniques de paiement IV – Management du risque export V – Etude de cas pluridisciplinaire</p>				
METHODE D'ENSEIGNEMENT	Cours, travail en sous-groupes, cas et exercices. Présentation assistée par ordinateur – Remise de support de cours.				
METHODE D'EVALUATION	Etude de cas - en individuel - noté.				
LANGUE	Français				

BIBLIOGRAPHIE

Barrelier - Duboin - Duphil - Gevaudan-Contal - Grataloup - Kuhn - Levy - Paveau - Sarhan et la collaboration du CFCE - Exporter : Pratique du Commerce International - Edition Foucher 2005

Human Ressources Management

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management. (version bilingue)		2	18h	Simon Mitchell	MFO98BHI-00
INTERVENANT	<p>Marc Lecoutre - Professeur permanent E-chercheur en sociologie et management, professeur au Groupe ESC Clermont et directeur du partenariat académique avec le DBA de Cleveland State University. Enseigne les théories des organisations. Il développe plus particulièrement ses recherches dans le champ des réseaux sociaux et des nouvelles formes de management s'appuyant sur les relations sociales des individus dans le cadre des régimes d'innovation sociales et organisationnelles imposé par l'économie de la connaissance.</p>				
OBJECTIFS	<p>Cette formation est l'occasion de s'interroger sur soi et de sortir des limites de l'espace confortable et quasi sacralisé des écoles de gestion. Vous souhaitez tous devenir managers, que ce soit de processus organisés, d'intérêts collectifs ou d'individus. Il est donc très important que vous puissiez acquérir les compétences vous permettant de faire face aux différentes situations dans lesquelles vous serez impliqués. Nous espérons qu'ensemble nous découvrirons et commencerons à comprendre une grande partie de la réalité des organisations à laquelle les individus sont confrontés dans nos sociétés. Nous passerons en revue les principales dimensions du management que toute personne impliquée dans la vie d'une organisation doit maîtriser. Tout en restant modeste face à l'illusoire désir de perfection dans les organisations, il s'agit en effet à la fois d'être le plus efficient possible dans sa propre vie quotidienne, et de soutenir le plus possible la performance de l'organisation dans laquelle on s'est engagée.</p>				
PROGRAMME	<p><u>Mercredi 27 octobre 2011</u> 09h00-10h15 1/ Introduction/Syllabus 10h30-12h00 2/ Les métiers du manager (Robbins & De Cenzo chap. 2)</p> <p><u>Mercredi 10 novembre 2011</u> 09h00-10h15 3/ Les structures organisationnelles (Robbins & De Cenzo chap. 6) 10h30-12h00 4/ Le changement et l'innovation (Robbins & De Cenzo chap. 7)</p> <p><u>Mercredi 8 décembre 2011</u> 09h00-10h15 5/ Les comportements individuels et collectifs (Robbins & De Cenzo chap. 8) 10h30-12h00 6/ Le travail en équipe (Robbins & De Cenzo chap. 9)</p> <p><u>Mercredi 8 décembre 2011</u> 13h30-15h00 7/ La motivation (Robbins & De Cenzo chap. 10) 15h30-17h00 8/ Le leadership (Robbins & De Cenzo chap. 11)</p> <p><u>Mercredi 15 décembre 2011</u> 09h00-10h15 9/ Communication (Robbins & De Cenzo chap. 12) 10h30-12h00 10/ La culture organisationnelle (MJ Hatch, chap. 7)</p> <p><u>Mercredi 15 décembre 2009</u> 13h30-15h00 11/ La prise de décision #1 (MJ Hatch chap. 9 + Robbins & De Cenzo chap. 5) 15h30-17h00 12/ La prise de décision #2 Exercice collectif</p> <p>Examen final dans la semaine du 3 au 7 janvier 2011</p> <p>Les documents de cours sont disponibles sur l'intranet de l'ESC (http://Intranet/, puis « supports en lignes », puis « supports cours », puis MS_MSC, puis sur « tronc commun_FR », puis « Management Fondamentaux ».</p>				
METHOD D'ENSEIGNEMENT	<ul style="list-style-type: none"> - En cours : alternance de cours, discussions, cas et exercices de groupes. - Travail personnel : lectures impératives avant les cours, à partir des matériaux qui seront fournis lors de la première séance. - Le cours s'appuiera sur des articles ainsi que le manuel de Robbins et De Cenzo, complété par l'ouvrage de MJ Hatch, cités en bibliographie, chaque séance d'1h30 correspondant à un chapitre. 				

<p style="text-align: center;">METHODE D'EVALUATION</p>	<p>60% - <u>Examen final</u> : Un examen final (1h30) clôturera le cours. Le contenu des questions aura été couvert dans le cours.</p> <p>30% - <u>Exposés en cours et travaux d'équipe</u> : Un accent sera mis sur les travaux réalisés par équipe. Un exposé sera à réaliser en anglais à partir des articles mis en ligne sur le réseau Intranet de l'ESC à partir du 12 octobre 2011. Une grande part des tâches des managers est consacrée à animer, organiser, piloter des équipes. Et cela peut s'apprendre... Outre les exposés par équipe, d'autres travaux réalisés en classe donneront lieu à une évaluation.</p> <p>10% - <u>Participation</u> : La note finale prendra en compte la qualité et la fréquence de votre participation dans les discussions en classe.</p> <p>"ADDITIFS" ET SUPER "ADDITIFS" D.C.B.: D.C.B. est un acronyme pour "organizational citizenship behavior." C'est un concept très largement utilisé dans les organisations pour décrire les comportements allant au-delà du strict minimum demandé ou prescrit. Le bon fonctionnement des organisations - et des classes donc - dépend du bon-vouloir de personnes qui acceptent de prendre en charge des tâches allant au delà de la simple description formelle de leur poste de travail. Les manifestations d'O.C.B. généreront une amélioration des évaluations.</p> <p>« REDUCTIONS » Présence: la vérification des présences sera effectuée, et donc le constat des absences. Une grande partie du temps d'enseignement s'appuie sur des exercices pratiques et la participation de chacun. En conséquence, la présence au cours est obligatoire, et nécessaire pour garantir une bonne compréhension des sujets traités. Cette vérification sera assurée chaque cours.</p> <p><u>O.C.B. négatif</u>: comme tous types de comportements, « O.C.B. » peut être aussi bien positif que négatif. Les élèves manifestant un comportement anticonductif recevront peu d'attention de la part des enseignants et ce comportement sera pris en compte au moment de l'évaluation finale.</p>
<p style="text-align: center;">LANGUE</p>	<p>Français, certains exercices ou lectures en anglais</p>
<p style="text-align: center;">BIBLIOGRAPHIE</p>	<p>Principale (les deux ouvrages existent en anglais) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Robbins Stephen et David DeCenzo, 2004, Management, l'essentiel des concepts et des pratiques, Pearson Education, 524 p., 4ème ed. (traduction française par P. Gabilliet de Fundamentals of Management, Prentice Hall). - Hatch Marie-Joe ,Théorie des organisations, De Boeck Université, 2000, 418 p. (traduction française de Organization Theory, Oxford University Press, par M. De Coster, A. Cornet et C. Delhaye). <p>Complémentaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Livian Yves-Frédéric, Organisations. Théories et pratiques. 2nde éd., 2001, Dunod, 322 p. - Gibert Patrick (dir), Guérin F., Pigeyre F., Organisations et comportements. Nouvelles approches, nouveaux enjeux. 2005, Dunod, coll. Gestion Sup, 464 p.

Introduction to International Project Management

Program : 2011/2012		Credits ECTS:	Number of hours:	Program Coordinator :	Code :
MSc International Project Management		2	12 h	Simon Mitchell	IP09BJ5-00
LECTURERS	<p>Pascal Lièvre – Professeur permanent Doctor en Sciences de Gestion</p>				
OBJECTIVES	<p>Etudier et comprendre le rôle de la gestion de projets dans les organisations de nos jours Comprendre comment les projets sont structurés et appréhender la complexité des projets de nos jours Comprendre la place stratégique de la gestion de projets dans les organisations de nos jours Etudier les appliquer les outils et les techniques actuels de la gestion de projet</p>				
PROGRAM	<p>Quatre séances chacune desquelles sont divisées en deux séances de 90 minutes. Dans la première sera proposé un mélange d'enseignement et d'échanges entre le professeur et les étudiants. Ensuite, les étudiants travailleront en groupe sur la mise en pratique de ces connaissances.</p>				
TEACHING METHODS	<p>Enseignement Exercices; Travaux de groupe Projet final</p>				
METHODS OF ASSESSMENT	<p>Projet final - 50% de la note totale Travaux individuels de réflexion - 25% de la note totale Exercices en classe - 15% de la note totale Participation en classe - 10% de la note totale</p>				
LANGUAGE	<p>Français</p>				
BIBLIOGRAPHY	<p>Une bibliographie sera fournie ultérieurement.</p>				

Computering Tools and Ressources

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management. (version bilingue)		1	18 h	Simon Mitchell	MFO98BEI-00
INTERVENANT	<p>Pascal Legrand – Professeur permanent. Chercheur associé à Bentley University. Ingénieur et docteur en Sciences Pour l'Ingénieur. Domaine de compétence : le traitement de données, que ce soit pour la robotique, la synthèse d'image, la Compatibilité Electromagnétique, ainsi que pour le traitement de données issues d'enquêtes ou extraites de l'ERP de l'entreprise. Activités de recherches : traitement des données quantitatives et qualitatives ainsi que le Data Mining.</p>				
OBJECTIFS	<p>Savoir utiliser efficacement les tableurs, outils de base en entreprise pour traiter les données. Comprendre la philosophie de création des bases de données, cœur des Progiciel de Gestion Intégrés (ERP), en vue d'une utilisation efficace et afin de pouvoir rédiger un cahier des charges.</p>				
PROGRAMME	<p>Utilisation avancée du tableur EXCEL pour synthétiser des données, calculer des indicateurs, réaliser des graphiques pour la création de tableaux de bords. Présentation de la méthodologie de modélisation des bases de données inspirée de la méthode MERISE.</p>				
METHOD D'ENSEIGNEMENT	<p>Approche en premier lieu méthodologique puis exclusivement pratique. Les séances permettront une progression rapide mais dense. L'apprentissage se base sur la mise en œuvre par l'exemple. Ces enseignements se déroulent dans des salles entièrement équipées d'outils multimédia et en réseau.</p>				
METHODE D'EVALUATION	<p>L'évaluation est constituée par un examen sur table, sans documents en fin d'enseignement.</p>				
LANGUE	<p>Français</p>				
BIBLIOGRAPHIE	<p>Ouvrages ENI disponibles au CDI. Se former à MERISE. La modélisation conceptuelle LOUVET Gérard LES EDITIONS D'ORGANISATION , 1990, 246 p Appliquer MERISE. Exercices et études de cas CHARTIER-KASTLER Cyrille EYROLLES , 1990, 184 p.</p>				

Information Systems for managers

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management, (version bilingue)		3	24 h	Simon Mitchell	MF09BII-00
INTERVENANT	<p>Hakim Boumiza – Professeur Associé Responsable de projet MDA Rating Tools for Corporate de BNP Paribas depuis 2008 a travaillé au contrôle de gestion (mise en place des règles Bâle II) et à la gestion de portefeuille titre (Actions/obligations) de BNP Paribas Il travaille par ailleurs en tant que consultant auprès de clients comme GE / Danone Enfin il Intervient depuis 2010 au sein de l'ESC Clermont en tant que « visiting professor » auprès des étudiants de 3eme année d'ESC en Management de projet SI dans le secteur bancaire</p>				
OBJECTIFS	<p>Ce cours d'introduction aux Systèmes d'Information (SI) examine le management stratégique et opérationnel des Technologies de l'Information (TI) dans son environnement commercial. Les étudiants appréhenderont les éléments fondamentaux du SI à un niveau technique, organisationnel et managérial approfondi. Les objectifs globaux de ce cours sont les suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtenir une solide compréhension des Systèmes d'Information d'aujourd'hui • Découvrir les tendances actuelles dans les domaines du management et de l'utilisation stratégique des SI • Comprendre comment les Technologies de l'Information peuvent créer de la valeur 				
PROGRAMME	<p> <input type="checkbox"/> 1.1 Compréhension de l'environnement des organisations et de leur mode de fonctionnement ; analyse et gestion courante des opérations <input type="checkbox"/> 1.2 Capacité à adopter une vision stratégique du fonctionnement des organisations : pour contribuer efficacement à leur pilotage ; pour participer à leurs évolutions <input type="checkbox"/> 2.1 Connaissance des méthodes de collecte et de gestion de l'information <input type="checkbox"/> 2.2 Connaissance des technologies de l'information et de leurs impacts sur les organisations <input type="checkbox"/> 2.3 Capacité à intégrer ces instruments dans le fonctionnement des organisations <input type="checkbox"/> 3.1 Connaissance des enjeux en matière d'éthique et de responsabilité associés au fonctionnement des organisations et aux métiers qui y sont présents <input type="checkbox"/> 3.2 Intégration de la dimension éthique dans les pratiques de travail <input type="checkbox"/> 4.1 Capacité à transmettre et à recevoir des informations et des connaissances <input type="checkbox"/> 4.2 Possession de l'intelligence sociale nécessaire à tout manager dans un contexte multiculturel <input type="checkbox"/> 5.1 Capacité à intégrer un groupe de travail <input type="checkbox"/> 5.2 Capacité à diriger un groupe de travail <input type="checkbox"/> 6.1 Capacité à s'adapter à son environnement <input type="checkbox"/> 6.2 Capacité à projeter son évolution professionnelle </p>				
METHODE D'ENSEIGNEMENT	<p>Le cours alternera cours magistraux avec discussions de cas pratiques. Les étudiants travailleront seuls et en groupe. Une attention particulière sera donnée aux études de cas qui examineront des exemples concrets de compagnies diverses. La préparation aux cours fait partie intégrante du processus d'apprentissage. Les étudiants devront se préparer avant chaque session en lisant attentivement les chapitres du livre et autre matériel fournis en classe, et en étudiant en profondeur les études de cas. La participation en classe est aussi très importante, et les étudiants devront être prêts à répondre aux questions posées durant les discussions d'études de cas et sur les éléments requis de lecture.</p>				
METHODE D'EVALUATION	<p>La note finale se décline comme suit: Deux études de cas en groupe: 40% (20% chacun) Une étude de cas individuelle: 20% Trois quizz : 30% (10% chacun) Participation en classe: 10% Tout travail demandé doit être rendu aux dates et heures spécifiées. Aucun travail rendu en retard ne sera accepté. L'absentéisme a un effet négatif sur la performance des étudiants. Les étudiants assidus obtiennent généralement de meilleures notes. Le plagiat et toute autre malhonnêteté académique sera sanctionné avec une extrême sévérité. Nous rappelons aux étudiants que leurs travaux seront régulièrement analysés par un logiciel anti-plagiat.</p>				
LANGUE	Français / Anglais				
BIBLIOGRAPHIE	<p>Piccoli, Gabrielle, "Information Systems for Managers: Text and Cases," Wiley, 2007. D'autres documents pédagogiques seront fournis en cours.</p>				

ELAN – 1st Part & Creativity Innovation and Team Building

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management. (version bilingue)		Rapport personnalité 2 Présentation écrite 3	32h	Simon Mitchell	IP09J3-00 IP09BJ200
		0	12h		IP09BJ1-00
INTERVENANT	<p>Derek Wright – Professeur associé Dirige le programme ELAN depuis les dix dernières années. Directeur de plusieurs écoles de commerce en France, encourageant une approche entrepreneuriale des affaires, particulièrement dans les PME.. Auparavant, a aiguisé son expérience dans le développement et la gestion des relations entreprises, des stages et la taxe d'apprentissage au sein de l'EM Normandie. Il met l'accent tout particulièrement sur le management dans un environnement interculturel.</p> <p>Farid Hmaid – Professeur Associé</p>				
OBJECTIFS	<p>Créer et développer un projet original et inédit en 6 mois. Dégager la théorie à partir d'expériences pratiques. Apprendre le management de projet. Adopter une approche entrepreneuriale du management d'entreprise. Développer de nouvelles compétences. Développer le sens de l'initiative. Intégrer les différences interculturelles dans la vie de tous les jours. Apprendre à manager une équipe, notamment multiculturelle. Affiner la prise de décision. Apprendre à gérer le changement.</p>				
PROGRAMME	<p>Le programme comprend deux parties distinctes :</p> <p>L'étudiant rédige en équipe un projet à orientation internationale destiné à être mis en œuvre dans les mois suivant la fin du programme L'étudiant rédige un court mémoire consacré à ses compétences et capacités personnelles. Ce document met en exergue les points forts et ceux qui demandent un travail complémentaire, et évalue les progrès effectués en cours d'année. Il est évalué à titre individuel.</p> <p>A tout moment, le programme met l'accent sur l'approche pragmatique de la création d'entreprise (ELAN : Entreprendre et Lancer des Activités Nouvelles). Le programme aborde tous les aspects de la création, de la recherche d'idées à l'étude de faisabilité, du marketing aux questions financières et juridiques. Il intègre le management de projet, la prise de décision, la prise de risque, la gestion du temps, le travail en équipe, le management de conflit, et la préparation de rapports et de présentations professionnels. Le programme aborde tous les éléments du business plan, et met l'accent sur l'importance d'une bonne connaissance de l'environnement économique, du marché et des clients potentiels. Il est demandé aux participants de définir clairement leur stratégie dès le début du projet. Les participants apprennent à développer leurs capacités entrepreneuriales à travers une approche terrain de la création d'entreprise. Ils sont amenés à évaluer leur personnalité afin de garantir une parfaite cohérence entre créateur et projet. Les équipes sont obligatoirement composées de participants de différentes nationalités, cultures et langues, et le programme aborde en particulier les questions susceptibles de créer des difficultés managériales. A tout moment, les étudiants sont maîtres de leur projet. Le rôle de l'intervenant est plus celui de coach que d'enseignant et il apporte des conseils et des informations selon les besoins des équipes et des individus. C'est pour cette raison que la structure interne du programme est susceptible de modification à tout moment en fonction de l'état d'avancement des projets.</p>				
METHOD D'ENSEIGNEMENT	Interventions classiques (cours, apports conceptuels), coaching individuel et collectif, vidéo.				
METHODE D'EVALUATION	Deux rapports de projet en équipe (un intermédiaire, un final) avec note d'équipe, soutenance individuelle avec note individuelle. En outre, chaque participant rédige une étude de sa personnalité (rapport seul sans soutenance orale).				
LANGUE	Français				

BIBLIOGRAPHIE

- APCE, Créer ou reprendre une entreprise, éditions d'organisation, Paris 2001
- AXTELL Roger Ed, Do's and taboos around the world, Wiley, New York 1985
- BARNARD Grégory, Cross cultural communication : a practical guide, Cassell 1985
- BIRLEY Sue & MUZYKA Daniel, Mastering enterprise, Prentice hall 1997
- BLOOD Helen et al , L'art de management européen, Editions d'organisation, Paris 1994
- BRADBURY Andrew, Successful presentation skills, Kogan Page London 2000
- BRAME Geneviève, Chez vous en France : living and working in France, Kogan Page, London 2002
- BROOKSON Stephen, Understanding accounts, Dorling Kindersley, London 2001
- BRUCE Abdy & LANGDON Ken, Project management, Dorling Kindersley, London 2001
- CRANE Robert, European Business cultures, Prentice Hall, London 1999
- CLARCK Timothy, European Human Resource management, Blackwell, 1996
- CLEGG Brian & Birch Paul, Crash course in creativity, Kogan Page, London 2002
- CZINKOTA, RONKAINEN, MOFFET, International Business, Hartcourt College, 2000
- DEAKINS David, Entrepreneurship and small firms, Mc Graw Hill, 1996
- DRUCKER Peter, Managing in a time of a great change, Truman Talley, New York, 1995
- FINCH Brian, How to write a business plan, Kogan Page, London 2001
- GARRISON, REES, TROUVE, Managing people across Europe, Butterworth, 1994
- HERBIG Paul, Handbook of cross cultural marketing, Intern Business Press, 1997
- JACKSON Jacky Ed, Essential manager's writing skills, Dorling Kindersley, London 2002
- JOHNSON Spencer, Who moved my cheese ?, Vermillon, London 1999
- KEENAN Kate, The management guide to communicating, Ravette, Horsham 1996
- KOHLIS L. Robert, Survival Kit of overseas living, Intercultural Press, Yarmouth 1984
- LEAT Mike, Human resource issues of the European Union, Pitman, 1998
- LILLEY Roy, Dealing with difficult people, Kogan Page, London 2001
- MADDUX Robert, Delegating for results, Kogan Page, London 1994
- MADDUX Robert, Successful negociation, Kogan Page, London 1994
- MARX Elisabeth, Breaking through culture shock, Nicolas Brealey, London 2001
- MATTHEWS Clifford, Managing international joint ventures, Kogan Page, London 2001
- MATTOCK John, International Management, Kogan Page, London 1999
- MAYLOR Harvey, Project Management, Pitman, 1996
- Mc MULLAN David, Be your own boss, Kogan Page, London 2002
- MEAD Richard, International management cross-cultural dimensions, Blackwell, 1998
- MEAD Richard, Cases and projects in international management, Blackwell 2000
- MILLAR Roderick ed., Doing Business with France, Kogan Page, London 1998
- PAPIN Robert, Stratégie pour la creation d'entreprise, Dunod, Paris 2005
- PIPE Steve, 101 ways to make more profits, Kogan Page, London 1995
- RIBBENS & THOMPSON, Body language in a week, Hodder & Stoughton, Abington 2002
- ROGET, Roget's thesaurus, Penguin, London 2002
- SCHAEFFER John H & BRASHEAR M.A, Impact: a guide to public speaking, 1989
- SCHNEIDER S.C & BARSOUX J-L, Managing across cultures, Prentice Hall, 1987
- TROMPENAARS & HAMPEN TURNER, Riding the waves of culture, Nicholas Brealey, London 2002
- YOUNG Trevor, Successful project management, Kogan Page, London 2000
- Entrepreneurial web sites (non exhaustive list)
- Apce = ideal for french-based information and advice
- Businesskit.com = paying service
- Entrepreneur.com = US advice service
- Eqmoney.com = paying service
- Howtoadvice.com = good general advice
- Nvision.com = Canadian business start up advice
- Sba.gov = US small administration site : very complete
- Smallbusinessbc.ca = Canadian (British Columbia) site : very complete, excellent ideas
- Smallbusiness.co.uk = general advice
- Startinbusiness.co.uk = not usable
- Thinkkentucky.com = interesting site, good advice

Communication and Advertising

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management. (version bilingue)		2	12 h	Simon Mitchell	MF09BM2-00
INTERVENANT	<p>Simon Mitchell – Professeur Associé Consultant britannique à Londres depuis 1992. Intervenant en marketing et stratégie.</p>				
OBJECTIFS	<p>La communication et la publicité continuent à se développer en complexité et importance Il est important de comprendre les défis et les opportunités pour que les entreprises puissent améliorer leurs ciblage et créativité, identifier d'autres solutions et être plus performantes L'objectif est de mieux comprendre l'environnement et les enjeux de l'entreprise en communication</p>				
PROGRAMME	<p>Rappels sur les fondamentaux de la communication Les choix pour l'entreprise Enjeux et impacts d'une stratégie de communication Identifier et utiliser les éléments clés pour communiquer Développer et concevoir des concepts, pour communiquer vers un public ciblé</p>				
METHOD D'ENSEIGNEMENT	<p>Documents à analyser Exemples de plans et actions de communication Etudes de cas</p>				
METHODE D'EVALUATION	<p>Concepts et présentations de communication en groupes (1 ECT)</p>				
LANGUE	<p>Français</p>				
BIBLIOGRAPHIE					

Communication Project

Programme : 2011/2012		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme	Code :
MSc International Project Management. (version bilingue)		1	18 h	Simon Mitchell	MFO9BJI-00
INTERVENANT	<p>Simon Mitchell – Professeur Associé Consultant britannique à Londres depuis 1992. Intervenant en marketing et stratégie.</p>				
OBJECTIFS	<p>Effectuer de la recherche marketing Comprendre les principes de base de la communication Construire une stratégie de communication</p>				
PROGRAMME	<p>Il s'agit de contribuer à la notoriété et à l'image des masters et mastères spécialisés du Groupe ESC Clermont pour favoriser les demandes d'information et les inscriptions. Chaque groupe d'étudiants : -proposera un pays "à prospecter" -réalisera une mini analyse de marché concernant ce territoire (cibles : étudiants en poursuite d'études et cadres en recherche de formation complémentaire) -présentera une stratégie de communication et un plan d'action</p>				
METHODE D'ENSEIGNEMENT	<p>L'accompagnement se réalisera : par courriel, à la demande des étudiants au cours de quelques réunions de coordination.</p>				
METHODE D'EVALUATION	<p>Les étudiants restitueront (en groupes de 2/3) : En décembre 2011 (avant le 17/12), un rapport d'étude (mini-analyse de marché, objectifs et cibles de communication, plan d'action). Pour ce dossier, 1 crédit ECTS pourront être affectés (semestre 1). En janvier 2011, soutenance orale du rapport d'étude. 1 crédit ECTS (semestre 2).</p>				
LANGUE	<p>Français pour l'accompagnement (possibilité de rédiger les documents en anglais).</p>				
BIBLIOGRAPHIE					

English language for business communication

English language skills one

Program : 2011/2012	ECTS credits :	Duration :	Academic Director	Code :
MSc International Project Management, MSc International Business Development, MSc Finance and Auditing	Language 1 : 2 Language 2 : 2	Language 1 : 18 h Language 2 : 18 h	Simon Mitchell Joëlle Randriamiarana	MF09BL2-00 MF09BL1-00
LECTURERS	<p>Sheena Bruet-Patel -- Professeur Associé Richard Clayton -- Professeur Associé Kathleen Marker -- Professeur Associé</p>			
OBJECTIVES	<p>Language 1 This course is designed to improve your capacity to communicate in English in a business context. Communication is the successful conveyance of information or ideas and a means of connection between people. It includes both cultural and linguistic elements. This course will enhance your knowledge of and skill in both elements.</p> <p>Language 2 To improve English Language levels to enable students to take part in an 'All in English' programme. To improve listening and speaking skills in the business environment. To focus on grammatical accuracy in business situations. To extend business vocabulary by integrating it into all lessons. To improve students' use of the formalities of business correspondence and meetings.</p>			
PROGRAMS	<p>Language 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • To extend communication skills in English by: <ul style="list-style-type: none"> ○ improving listening skills in English ○ improving speaking skills in English ○ improving writing skills in English: ○ improving reading skills in English ○ extending business vocabulary ○ learning cultural aspects of communicating in English ○ reviewing grammar points • To develop a marketing plan in English • To make a formal presentation <p>Put into practice essential business communication skills Use the language and communication skills developed in class to prepare and discuss case studies based on realistic business problems or current affairs.</p> <p>Language 2 Each lesson will contain:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Speaking b) Listening c) Grammar, functions and vocabulary d) Reading e) Writing - either in class or for homework 			
TEACHING METHODS	<p>Language 1 Sera présenté par le Professeur</p> <p>Language 2 Communicative approach using only the target language.□</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Listening – using authentic and semi-authentic materials in business situations. b) Speaking – in business situations (pairs/groups/discussion/simulations/roleplay) c) Reading – from a variety of publications either in class or for homework.□ d) Writing – various types in business situations, usually for homework or assessment 			

METHOD OF ASSESSMENT	<p>Language 1</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Homework Preparation and Class Participation 20% 2) CV 20% 3) Letter writing 20% 4) Oral Presentation 20% 5) Final Exam: Attend a Meeting 20% <p>Language 2</p> <ul style="list-style-type: none"> Classwork (effort, participation) 50% Quizzes 50%
LANGUAGE	<p>English</p>
BIBLIOGRAPHY	<p>A confirmer</p>

Français langue 1

Français langue 2

Program : 2011/2012		ECTS credits :	Duration :	Academic Director	Code :
MSc International Project Management, MSc International Business Development, MSc Finance and Auditing		Language 1 : 2 Language 2 : 2	Language 1 : 18 h Language 2 : 18 h	Simon Mitchell Joëlle Randriamiarana	MFO9BL3-00 MFO9BL4-00
LECTUREURS	<p>Claire Hubert-Gouasdon Professeur associé de Français Langue étrangère Coordinatrice Pôle Français langue étrangère, ESC Clermont</p> <p>Anne-Cécile Marleix Professeur associé de Français Langue étrangère</p>				
OBJECTIVES	<p>Language 1 Cours permettant d'acquérir une compétence de communication générale afin de faire face à des situations simples de la vie quotidienne ou professionnelle et se construire des repères sur la culture française.</p> <p>Language 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre des situations de la vie quotidienne et pouvoir dialoguer et demander des renseignements lors de ces situations. - Communiquer lors de tâches simples et habituelles ne demandant qu'un échange d'informations simples et directes sur des sujets familiers et habituels. - Découvrir et comprendre la vie culturelle et la civilisation française. - Connaître la presse française - Prononcer de façon à être intelligible. 				
PROGRAMS	<p>Language 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre un langage clair et standard relatif à la vie quotidienne ou au travail. - Décrire en termes simples, des personnes, des conditions de vie, sa formation et son activité professionnelle actuelle ou récente. - Communiquer dans des situations courantes. - Rédiger des notes et des messages simples dans un domaine familier ou professionnel. - Maîtriser les structures de base de la langue qui permettent de communiquer de manière efficace. <p>Language 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acquérir le vocabulaire et les structures liées à la vie quotidienne. - Savoir s'exprimer de façon claire lors de situations de la vie quotidienne - Faire des présentations orales synthétiques sur des points travaillés en cours. - Pouvoir parler de points de civilisation française. 				
TEACHING METHODS	<p>Language 1 Une approche actionnelle et le développement de l'autonomie. L'apprenant est amené à acquérir de véritables compétences de communication, réaliser des tâches authentiques, interagir dans des situations diversifiées aux thématiques variées. A partir de dialogues, enregistrements ou textes simples il s'agit de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conceptualiser la formulation des actes de parole, - Adopter une démarche inductive pour introduire la grammaire et le lexique - Reprendre l'essentiel des points étudiés pour réaliser une tâche - Se construire des repères sur la culture française - Travailler sur la phonétique <p>Language 2 Les dossiers traités sont articulés autour d'un thème dominant. Les documents utilisés sont variés (documents authentiques écrits et oraux, presse française, documents vidéo).</p>				

METHOD OF ASSESSMENT	<p>Language 1 10% Participation en classe 30 % Contrôle continu écrit 30 % Contrôle continu oral 30 % Test final (écrit et oral)</p> <p>Language 2 10% Participation en classe 30 % Contrôle continu écrit 30 % Contrôle continu oral 30 % Test final (écrit et oral)</p>
LANGUAGE	Français
BIBLIOGRAPHY	<p>Language 1</p> <p>Objectif Express, CLE International Travailler en français en entreprise, Didier Français.com, CLE International Affaires à suivre, Hachette Alter Ego 1, Hachette Vocabulaire du français des affaires, CLE International Compréhension Orale 1, CLE International Exercices d'Oral en Contexte, Hachette Grammaire en dialogues, CLE International Grammaire progressive, CLE International Phonétique progressive, CLE International Presse française</p> <p>Language 2</p> <p>Documents authentiques La presse française Sites Internet utiles : la caf, tv5, le point du fle, l'agenda des spectacles, etc. Vocabulaire en dialogues, CLE INTERNATIONAL Vocabulaire progressif du français, CLE INTERNATIONAL</p>

Learning Goals : MSc International Project Management

1. LG 1: "Managing and Operating Organizations"

- 1.1 Understanding the environment of organizations and the way they function; Analysis and management of operating standards.
- Understanding of the international stakes and consequences of globalization on the organization
 - Knowledge of the different individuals involved in and elements of the international environment of the organization
 - Knowledge of the different core functions of organizations
 - Knowledge of the different concepts and management tools that enable one to understand the operation of organizations and develop them at an international level
 - Ability to identify management situations which organizations confront, to diagnose these situations, and initiate methods leading to appropriate solutions for the context (managerial and cultural)
 - Understanding of information technology and its impact on organizations (collecting and managing information)
- 1.2 Ability to adopt a strategic vision of the way organizations function, in order to:
- Effectively contribute to their management;
 - Participate in their development.
 - Integrate different organizational functions, conceived as open systems in the organizational environment
 - Ability to assess an organization's future and modify its operation
 - Develop an initiative and innovative outlook with the aim of improving the competitiveness of organizations

2. LG2: "Interpersonal Communication"

- 2.1 Ability to transmit and receive information and knowledge
- Mastery of at least two foreign languages, in their linguistic and cultural dimensions
 - Ability to create and analyze written documents on complex subjects
 - Ability to give professional oral presentations
- 2.2 Acquire the emotional intelligence necessary to manage in a multicultural context
- Ability to listen and show empathy
 - Ability to present arguments and be persuasive
 - Ability to negotiate
 - Mastery of interpersonal relations and emotions [Culture of relational and emotive intelligence]
 - Integration of the intercultural dimension into work practices, openness to others and to the world

3. LG3: "Team Work and Leadership"

- 3.1 Ability to work on a team
- Master the personal skills necessary for team work
 - Ability to integrate oneself into and participate in a multidisciplinary or multicultural group
- 3.2 Ability to lead a work group or sales team
- Be able to set up, manage, control, and motivate a work group or sales team
 - Be able to lead the group decision-making process
 - Be able to evaluate the results obtained, point out areas for improvement, and initiate corrective processes
 - Integrate the ethical dimension into work practices

4. LG4: "Identification of intra- and entrepreneurial opportunities"

- 4.1 Be able to detect opportunities for international development
- Ability to analyze the international environment and the regulation of international exchanges
 - Ability to analyze socio-economic, politico-legal, and cultural aspects of international markets
 - Ability to spot business opportunities and deal with offers
- 4.2 Master the creational process of new business activities
- Capacity for innovation and creativity
 - Ability to take risks

5. LG5: "Elaboration, set-up, and management of international development strategies"

- 5.1 Define and put into practice international development strategies
- Be able to construct an international development strategy
 - Be able to define the axes and objectives for development

<ul style="list-style-type: none"> • Be able to identify and choose partners • Be able to find financing for development projects
<p>5.2 Master the set-up of a plan of action</p> <ul style="list-style-type: none"> • Be able to construct a plan of action • Be able to use information technology as a tool in project management • Be able to plan a project • Be able to evaluate the results obtained, point out areas for improvement, and initiate corrective processes

<p>6. LG6: "Elaboration, negotiation, and contract follow-up"</p>
<p>6.1 Ability to identify the legal impacts of strategic decisions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Be able to elaborate the clauses of a sales contract, a purchasing contract, or a partnership contract • Be able to negotiate contracts
<p>6.2 Ability to oversee contracts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perform contract follow-up • Analyze the results obtained and the initiation of corrective measures

<p>7. LG7: "Management of International Projects"</p>
<p>7.1 Ability to manage the group project</p> <ul style="list-style-type: none"> • Be able to <ul style="list-style-type: none"> ○ Constitute the group ○ Motivate its members ○ Delegate responsibility ○ Bring about the group project • Sense of responsibility • Decision-making capability
<p>7.2 Ability to manage the project</p> <ul style="list-style-type: none"> • Be able to identify financial, monetary, legal, commercial, and (inter)cultural aspects of the project (interdisciplinary or transversal dimensions) • Elaborate the procedures and work methodology • Be able to set individual and collective objectives • Be able to evaluate the performance of individuals and the group • Be able to direct organizational changes

