

MSC

International Project Management

(Programme bilingue Français/Anglais)

Avec spécialisations en Management de
Projets et Entrepreneuriat

Programme : 2010/2011

INDEX

INDEX	2
OBJECTIVES	3
PLANNING GENERAL 2010/2011	4
INTERVENANTS 2010/2011	5
FONDAMENTAUX	6
DU MANAGEMENT	6
BASES DU MARKETING INTERNATIONAL.....	7
BASES DE LA FINANCE - COMPTABILITE.....	8
STRATEGIE	10
BUSINESS SIMULATION GAME ON LINE	12
ELABORER UN PRIX EXPORT (1 CREDIT ECTS) - TECHNIQUES DE PAIEMENT INTERNATIONAL (1 CREDIT ECTS) – DIAGNOSTIC EXPORT ; SELECTION DES MARCHES ; MODES D’IMPLANTATION ; INCOTERMS ; ETUDE DE CAS DEVELOPPEMENT DE STRATEGIE INTERNATIONALES ; STRATEGIE MARKETING INTERNATIONALE D’ACHAT (3 CREDITS ECTS).....	13
GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	15
INTRODUCTION AU MANAGEMENT DE PROJETS INTERNATIONAUX	17
OUTILS INFORMATIQUES ET RESSOURCES.....	18
SYSTEMES D’INFORMATION POUR MANAGERS	19
ELAN - 1ERE PARTIE	21
COMMUNICATION STRATEGIQUE ET OPERATIONNELLE.....	23
PROJET DE COMMUNICATION - 1ERE PARTIE	24
LANGUES ET CULTURES ETRANGERES	25
SPÉCIALISATION EN MANAGEMENT DE PROJETS INTERNATIONAUX	26
BUSINESS NEGOTIATIONS.....	27
STRATEGIC AND OPERATIONAL MARKETING	29
MARKETING B TO B	30
MS PROJECT.....	32
INTERNATIONAL TRANSPORT AND LOGISTICS	33
INTERNATIONAL FINANCE.....	35
PROJECT MANAGEMENT AND ITS INTERNAL CONTROL	36
EUROPEAN COMPETITION LAW	37
CORPORATE LAW	38
BASIS OF TAXATION AND LAW.....	39
HUMAN RESOURCES MANAGEMENT - 2 ND PART	40
INDUSTRIAL PROJECT MANAGEMENT.....	42
PROJECT MANAGEMENT IN A VIRTUAL WORLD	44
SECTORIAL ANALYSIS	45
INTERNATIONAL WEEK	46
FOREIGN LANGUAGES AND CULTURES.....	47
DRIVE PROJECT - 2 ND PART	48
MASTERS CONTACT	50
INTERNSHIP : PROFESSIONAL REPORT AND ORAL PRESENTATION.....	51

Objectives

As companies are now being faced with intense competition brought about by the globalisation of economic trade, they are forced to look for new profile executives. These future entrepreneurs have to be capable of giving a fresh impetus to their development projects, which are unavoidably placed in an international context.

In order to succeed in the tasks they will be assigned, these executives must possess the following complimentary skills :

- Technical skills adapted to the company's profession
- Established managerial skills in order to supervise projects

Traditionally found in industry and computing, the international development project manager is now extending to all sectors of activity. All over the world, companies of every kind are being confronted with the necessity to widen the range of their activities to guarantee their development. From this point of view, detecting business opportunities, creating new activities, the conception and the managing of new national, European and International projects, all represent an essential condition to their success.

"International managers" are project managers able to:

- Analyse an ever changing environment
- Master international Management business technics
- Define an international development strategy
- Develop a plan of action
- Put theory into practise / Implement the adequate solutions
- Analyse the results and find corrective actions if necessary
- Continuously improve quality

Planning général 2010/2011

Module	Les Fondamentaux du Management	Programme Spécialisé en Management de projets internationaux et entrepreneuriat	Expérience professionnelle Projets + Stage rapport professionnel
Dates	11 octobre - 17 décembre 2010 (validations en cours de semestre et début janvier)	3 janvier - 20 mai 2011 (validations en cours de semestre et mi-mai)	Projets tout au long de l'année + Stage de 6 à 12 mois maximum
Crédits	32 ECTS	32 ECTS	32 ECTS

Intervenants 2010/2011

Modules	Coordinateurs des Modules	Corps professoral
Responsable de programme	SIMON MITCHELL RESPONSABLE DE PROGRAMME IPM Bilingue	
COMPTABILITE ET FINANCE	MOURAD MOUSLI PROFESSEUR PERMANENT	<ul style="list-style-type: none"> • Abder Badaoui - Professeur permanent • Mahassen Aissa - Professeur permanent • Sophie Marmarat - Professeur permanent • Papa Ibra Kébé - Professeur permanent
DROIT ET FISCALITE INTERNATIONALE EN PARTENARIAT AVEC FIDAL	FABRICE BIEN PROFESSEUR PERMANENT	<ul style="list-style-type: none"> • Dominique Andrieux - Avocat Fidal • Isabelle Butelot- Professeur Associé • Nathalie Boyer- Professeur Associé • Lisa Dumoulin - Professeur Associé
COMMERCE INTERNATIONAL ET STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT	CATHERINE DOS SANTOS PROFESSEUR PERMANENT	<ul style="list-style-type: none"> • Catherine Dos Santos - Professeur permanent • Geoff Heels - Professeur Associé • Vincent Gimet- Professeur Associé
MARKETING INTERNATIONAL	PASCALE BOREL PROFESSEUR PERMANENT	<ul style="list-style-type: none"> • Philippe Chassagne - Professeur Associé • Christophe Benaroya - Professeur associé • Jean-Michel Ranchon - Professeur associé • Simon Mitchell - Professeur associé
SYSTEMES D'INFORMATION	ARNAUD GORGEON PROFESSEUR PERMANENT	<ul style="list-style-type: none"> • Pascal Legrand - Professeur permanent • Arnaud Gorgeon - Professeur permanent
LANGUES ET CULTURES ETRANGERES	MARY VIGIER PROFESSEUR PERMANENT	<ul style="list-style-type: none"> • Kevin Metz - Professeur permanent • Isabelle Jourdièr- référent langues
MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES	MARC LECOUTURE PROFESSEUR PERMANENT	<ul style="list-style-type: none"> • Marina Bourgain - Professeur permanent • David Slack - Professeur Associé
MANAGEMENT DE PROJETS		<ul style="list-style-type: none"> • Walid Cherifi - Professeur Associé • Bernard Huguiès - Professeur Associé • Raphaël Mallecourt - Professeur Associé • Eric Guillot - Professeur Associé
ENTREPRENEURIAT	DEREK WRIGHT PROFESSEUR ASSOCIE CONSULTANT EN ENTREPRENEURIAT	<ul style="list-style-type: none"> • Derek Wright - Professeur Associé • Farid Hmaid - Professeur Associé

FONDAMENTAUX

DU MANAGEMENT

Bases du Marketing International

Programme : 2010/2011		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)		3	24 h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	Philippe Chassagne – Professeur Associé				
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	A CONFIRMER				
LANGUE	Français				
BIBLIOGRAPHIE	<ul style="list-style-type: none"> - KOTLER Philip, KELLER Kevin Lane, DUBOIS Bernard, MANCEAU Delhine, Marketing Management, Pearson, 12e éd. - LOVELOCK Christopher, WIRTZ Jochen, LAPERT Denis, Marketing des services, Pearson, 6e édition 2008 - USUNIER Jean-Claude, LEE Julie Anne, Marketing Across Cultures, Prentice Hall, Denier éd. 				

Bases de la Finance - Comptabilité

Programme : 2010/2011	Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)	3	24 h	Simon Mitchell	

INTERVENANTS	Mahassen Aïssa ; Abder Badaoui ; Papa Ibra Kébé ; Sophie Marmorat – Professeurs permanents
---------------------	--

OBJECTIFS	<p>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).</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
------------------	---

PROGRAMME	<p>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).</p> <p>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.</p> <p>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</p> <p>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).</p>
------------------	--

METHODE D'ENSEIGNEMENT	Polycopiés, cas pratiques.
-------------------------------	----------------------------

METHODE D'EVALUATION	<p>1 QCM en comptabilité financière</p> <p>1 QCM en analyse financière</p> <p>1 QCM en comptabilité de gestion</p> <p>1 QCM en contrôle de gestion</p>
LANGUE	Français
BIBLIOGRAPHIE	<p>1^{ère} partie : Comptabilité financière : Friedrich M. et Langlois G., <i>Comptabilité Financière</i>, Foucher, 10^{ème} édition</p> <p>2^{ème} partie : Analyse financière : BARREAU J et DELAHAYE J. , <i>Gestion Financière</i>, Dunod (préparation au DECF)</p> <p>3^{ème} partie : Comptabilité analytique : Dubrulle, L et Jourdain, D. <i>Comptabilité analytique de gestion</i>. DUNOD</p> <p>4^{ème} partie : Contrôle de gestion : <i>Contrôle de Gestion</i> (préparation au DECF), DUNOD</p>

Stratégie

Programme : 2010/2011		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)		2	18 h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	Gatherine Dos Santos – Professeur permanent				
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>Le cours est composé de 10 demi-journées d'enseignement, dont :</p> <p>6 demi-journées d'enseignements théoriques</p> <p>2 demi-journées de travail en groupes sur une étude de cas</p> <p>1 demi-journée de synthèse de l'étude de cas donnant lieu à évaluation finale</p> <p>1 demi-journée d'évaluation individuelle</p> <p>Séance 1 : Séance introductive</p> <p>Définir la notion de stratégie</p> <p>Présentation des problèmes stratégiques</p> <p>Présentation du processus décisionnel</p> <p>Séance 2 : L'analyse de l'environnement</p> <p>L'analyse du macro-environnement</p> <p>L'analyse sectorielle (les forces de Porter)</p> <p>Les limites du modèle de Porter</p> <p>Séance 3 : La construction de l'avantage concurrentiel</p> <p>Les stratégies génériques</p> <p>Le management de la chaîne de valeur</p> <p>Séance 4 : Les nouvelles sources de l'avantage concurrentiel</p> <p>Innovation stratégique</p> <p>Efficacité organisationnelle</p> <p>Séance 5 : L'internationalisation</p> <p>Les logiques de l'internationalisation</p> <p>Le dilemme global/local</p> <p>Séance 6 : Les voies de développement stratégique</p> <p>La diversification</p> <p>La spécialisation</p> <p>Intégration verticale/externalisation</p>				
METHODE D'ENSEIGNEMENT	<p>Apports théoriques</p> <p>Travail sur documents</p> <p>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>

Business Simulation Game On Line

Program : 2010/2011		ECTS credits :	Duration :	Academic Director :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)		2	18 h	Simon Mitchell	
LECTURERS	Geoff Heels – Professeur Associé				
OBJECTIVES	<p>CORPORATE STRATEGY This course is designed to allow students: To understand the principles and mechanisms of strategic decisions To acquire the indispensable tools to create a strategic position To identify an organization in a global way and to place it in his environment, in a dynamic and evolutionary perspective.</p>		<p>BUSINESS SIMULATION GAME Reinforce the learning efficiency and help the students to act thanks to a pedagogy of experimentation Increase managerial competences Help the students to acquire a global vision and a better understanding of the companies, its process, its activities (industrial, commercial and logistical aspects) Learn to take commercial and financial decisions</p>		
PROGRAMS	<p>The knowledge of the strategy of enterprises is a necessity within a program which leads to a master of international affairs. The course gives to the coming managers the global and dynamic cadre of understanding the enterprise, to enlarge their vision and to acquire a proactive approach. The capacity to understand and to work with strategic orientations of their enterprise and of their clients will be a supplemental tool to realize their missions. The course contents a general approach to the concepts and the used analytic models mostly used in defining strategies. The students will adopt these elements by analyzing a number of examples, and by making a case study in small groups.</p>		<p>Identify the main activities of a business and situate it in its environment Create work groups and identify responsibilities Organise work Analyse a situation Set objectives Define a strategy Determine means and action plan Make decisions Evaluate financial and commercial decisions Be reactive and have contingency plans React to external variables Negotiate both internally and externally Have a long-term vision Make a professional presentation</p>		
TEACHING METHODS	<p>Lessons with presentation of visuals Working on documents A case study in small groups</p>		<p>Multidisciplinary business game Teamwork : the teams are in competition with each other and/or partners</p>		
METHOD OF ASSESSMENT	<p>The case study by small groups and the oral presentation (60 %) An individual written examination on a mini case (40 %)</p>		<p>The results of each group will be given by the professors with feedback and comments. Students will make an oral presentation.</p>		
LANGUAGE	English				

Elaborer un prix export (1 Crédit ECTS) - Techniques de paiement International (1 Crédit ECTS) – Diagnostic export ; Sélection des marchés ; Modes d’implantation ; Incoterms ; Etude de cas développement de stratégie internationales ; Stratégie Marketing internationale d’achat (3 Crédits ECTS)

Programme : 2010/2011		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)		5	36 h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	Vincent Gimet – Professeur Associé				
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 a 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</p> <p>II – Méthodologie Commerciale Organiser sa prospection Incoterm (Termes commerciaux internationaux) Calculer son prix export</p> <p>III – Management de l’ordre Approche logistique Approche financière : mode et techniques de paiement</p> <p>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

Gestion des Ressources Humaines

Programme : 2010/2011	Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)	2	18h	Simon Mitchell	

INTERVENANT	Marc Lecoutre - Professeur permanent
--------------------	--------------------------------------

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 efficace 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 2010</u> 09h00-10h15 1/ Introduction/Syllabus 10h30-12h00 2/ Les métiers du manager (Robbins & De Cenzo chap. 2)</p> <p><u>Mercredi 10 novembre 2010</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 2010</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 2010</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 2010</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>
------------------	---

METHODE 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.
-------------------------------	--

METHODE D'EVALUATION	<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 2010. 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><u>"ADDITIFS" ET SUPER "ADDITIFS"</u> <u>O.C.B.</u>: O.C.B. est un acronyme pour "<i>organizational citizenship behavior</i>." 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. génèreront une amélioration des évaluations.</p> <p><u>« REDUCTIONS »</u> <u>Présence</u>: 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 anticon collectif recevront peu d'attention de la part des enseignants et ce comportement sera pris en compte au moment de l'évaluation finale.</p>
LANGUE	Français, certains exercices ou lectures en anglais
BIBLIOGRAPHIE	<p>Principale (les deux ouvrages existent en anglais) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Robbins Stephen et David DeCenzo, 2004, <i>Management, l'essentiel des concepts et des pratiques</i>, Pearson Education, 524 p., 4^{ème} ed. (traduction française par P. Gabilliet de <i>Fundamentals of Management</i>, Prentice Hall). - Hatch Marie-Joe , <i>Théorie des organisations</i>, De Boeck Université, 2000, 418 p. (traduction française de <i>Organization Theory</i>, Oxford University Press, par M. De Coster, A. Cornet et C. Delhaye). <p>Complémentaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Livian Yves-Frédéric, <i>Organisations. Théories et pratiques</i>, 2^{nde} éd., 2001, Dunod, 322 p. - Gibert Patrick (dir), Guérin F., Pigeyre F., <i>Organisations et comportements. Nouvelles approches, nouveaux enjeux</i>, 2005, Dunod, coll. Gestion Sup, 464 p.

Introduction au Management de Projets Internationaux

Programme : 2010/2011	Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)	1	12 h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	Walid Cherifi – Professeur associé			
OBJECTIFS				
PROGRAMME	Programme mis à la disposition des étudiants en début de cours			
METHODE D'ENSEIGNEMENT				
METHODE D'EVALUATION				
LANGUE	Français			
BIBLIOGRAPHIE				

Outils informatiques et ressources

Programme : 2010/2011		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)		1	18 h	Simon Mitchell	
INTERVENANTS	Pascal Legrand - Professeur permanent				
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>				
METHODE 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'ÉVALUATION	<p>L'évaluation est constituée par un examen sur table, sans documents en fin d'enseignement.</p>				
LANGUE	Français				
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>				

Systèmes d'Information pour Managers

Programme : 2010/2011	Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)	3	24	Simon Mitchell	

INTERVENANT	Arnaud Gorgeon – Professeur permanent
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.</p> <p>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 <p style="text-align: center;">Comprendre comment les Technologies de l'Information peuvent créer de la valeur</p>
PROGRAMME	<p>- Après avoir suivi ce cours les étudiants auront acquis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des compétences managérielles au travers de leur compréhension de la valeur que peut apporter les Systèmes d'Information à l'entreprise • Des compétences de communication orale et écrite grâce aux analyses de cas et à leurs discussions en classe <p>Après avoir suivi ce cours les étudiants sauront:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyser le rôle du SI dans son environnement commercial • Définir le SI du point de vue technique, métier et organisationnel • Démontrer comment le SI soutient les fonctions et processus majeurs de l'entreprise • Déterminer comment le SI soutient les activités et les tâches des managers • Expliquer comment le SI transforme l'organisation • Expliquer les avantages et les challenges de l'utilisation du SI au sein des organisations • Analyser comment les organisations utilisent les SI pour créer un avantage compétitif • Identifier les challenges majeurs associés au développement et utilisation du SI au sein des organisations • Evaluer la valeur commerciale du SI au sein des organisations
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 examinerons des exemples concrets de compagnies diverses.</p> <p>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 fourni 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deux études de cas individuels: 40% (20% chacun) • Une étude de cas en groupe: 20% • Trois quizzes: 30% (10% chacun) • Participation en classe: 10% <p>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.</p> <p>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	<p>Français</p>
BIBLIOGRAPHIE	<p>Piccoli, Gabrielle, "Information Systems for Managers: Text and Cases." Wiley, 2007. Additional readings will be provided in class.</p>

ELAN - 1ère Partie

Programme : 2010/2011		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)		Rapport écrit 2 Rapport personnalité 2	33 h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	Derek WRIGHT – Professeur associé Farid Hmaid – Professeur Associé				
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.</p> <p>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>				
METHODE 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				

- 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
- BLOOM Helen et al , L'art de management européen, Editions d'organisation, Paris 1994
- BRADBURY Abdrew, 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 Aedy & 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 negotiation, 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 création 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 Stratégique et Opérationnelle

Programme : 2010/2011		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)		1	12 h	Simon Mitchell	
LECTURERS	Simon Mitchell – Professeur Associé				
OBJECTIVES	<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>				
PROGRAMS	<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>				
TEACHING METHODS	<p>Documents à analyser Exemples de plans et actions de communication Etudes de cas</p>				
METHOD OF ASSESSMENT	Concepts et présentations de communication en groupes (1 ECT)				
LANGUAGE	Français ou Anglais				
BIBLIOGRAPHY					

Projet de Communication - 1ère partie

Programme : 2010/2011		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)		1	18 h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	Simon Mitchell – Professeur Associé				
OBJECTIFS	Effectuer de la recherche marketing Comprendre les principes de base de la communication Construire une stratégie de communication				
PROGRAMME	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				
METHODE D'ENSEIGNEMENT	L'accompagnement se réalisera : par courriel, à la demande des étudiants au cours de quelques réunions de coordination.				
METHODE D'EVALUATION	Les étudiants restitueront (en groupes de 2/3) : En décembre 2010 (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).				
LANGUE	Français pour l'accompagnement (possibilité de rédiger les documents en anglais).				
BIBLIOGRAPHIE					

Langues et Cultures Etrangères

Programme : 2010/2011		Crédits ECTS:	Durée :	Responsable de programme :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT (version bilingue)		Langue 1 : 2 Langue 2 : 2	Langue 1 : 18 h Langue 2 : 18 h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	Kevin Metz, Claire Hubert Isabelle Jourdièr- Professeurs permanents				
OBJECTIFS	<p>1ère langue : anglais ou français les objectifs du cours seront donnés en fonction du choix de langue</p> <p>2ème langue : au choix de l'étudiant les objectifs du cours seront donnés en fonction du choix de langue</p>				
PROGRAMME	<p>1ère langue : anglais ou français le programme sera donné en fonction du choix de langue</p> <p>2ème langue : au choix de l'étudiant le programme sera donné en fonction du choix de langue et du niveau de l'étudiant en début de cours</p>				
METHODE D'ENSEIGNEMENT	<p>1ère langue : anglais ou français les méthodes d'enseignement seront données en fonction du choix de langue</p> <p>2ème langue : les méthodes d'enseignement seront données en fonction du choix de langue</p>				
METHODE D'EVALUATION	<p>1ère langue : anglais ou français Oral participation during classes Written assignments Final Oral written examination</p> <p>2ème langue : la méthode d'évaluation sera donnée en fonction du choix de langue</p>				
LANGUE	<p>1ère langue : anglais ou français</p> <p>2ème langue : en fonction du choix de l'étudiant</p>				
BIBLIOGRAPHIE					

SPÉCIALISATION EN MANAGEMENT DE PROJETS INTERNATIONAUX

Business Negotiations

Program : 2010/2011		Credits ECTS:	Number of hours :	Program Coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT		2	18 h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	Jean-Michel RANCHON – Associated Professor				
OBJECTIFS	<p>To know how to negotiate and sell is fundamental nowadays, in every circumstances of your professional and personal life: convincing a firm to recruit you or co-workers to participate on your project, acquiring a new customer, etc.</p> <p>These techniques will be applied in different situations: to sell your competences, a collective project, a professional service, a product to consumers, etc. In consequence, it's designed for every student who has a various relationship environment in his (her) professional life.</p>				
PROGRAM	<ul style="list-style-type: none"> - Identifying the elements of a negotiation and/or selling situation - Knowing the key stages of a process of trade negotiation - Using the necessary tools to win a negotiation: <ul style="list-style-type: none"> - Preparing the negotiation - Discovering your partner, and his (her) needs and expectations - Your elocution abilities - Questioning and reformulating techniques - Handling objections - Closing the negotiation 				
METHODE D'ENSEIGNEMENT					
METHODE D'EVALUATION	Negotiation simulations, personal written work, participation and assiduity				
LANGUE	English				

BIBLIOGRAPHIE

Essential Textbook to be acquired:

- GREHALVA Richard, Unleashing the Power of Consultative Selling, ebook, 2004
- THOMPSON Leigh L., The Mind & Heart of the Negotiator, PEARSON PRENTICE HALL, 2005

Supplementary Readings:

- Becoming a Skilled Negotiator, REARDON Kathleen, WILEY, 2005
- The fundamentals of business to business. Sales and marketing, COE John M., MCGRAW-HILL, 2003
- Selling and sales management, JOBBER David, LANCASTER Geoff, PITMAN PUBLISHING, 1997
- Beyond negotiation: redeeming customer-supplier relationship, CARLISLE John A., PARKER Robert C., WILEY, 1989
- Successful negotiation. How to create a win-win, MADDUX Robert. B., KOGAN PAGE, 1988
- Selling: principles, practice and management, COOPER Simon, PITMAN PUBLISHING, 1996
- How to master the art of selling, HOPKINS Tom, GRAFTON, 1983
- Harvard Business Review on negotiation and conflict resolution, COLLECTIF, HARVARD BUSINESS REVIEW, 2000
- International business negotiations, GHOURI Pervez N., USUNIER Jean-Claude, ELSEVIER SCIENCE, 1996

Strategic and Operational Marketing

Program : 2010/2011		Credits ECTS:	Number of hours :	Program Coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT		1	12 h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	Jean-Michel Ranchon – Associated Professor				
OBJECTIFS	<p>Market segmentation is one of the cornerstones of any Sales and Marketing Strategy. It lies at the heart of product management, positioning, pricing, channel strategy and promotion, i.e. the Marketing Mix. Markets are not homogeneous and are generally populated by customers who react to different stimuli. Defining the different segments/users to which a product or service responds allow subsequent marketing plans to be developed. The objective of this course is to give students a first insight into marketing segmentation by combining theory and appropriate examples from the business world</p>				
PROGRAM	<p>The duration of this course is one full day, split into two sessions : Theory and background relating to market segmentation in the morning Group work with a case study and presentation by each group in the afternoon</p>				
METHODE D'ENSEIGNEMENT	Lesson and case-studies				
METHODE D'EVALUATION					
LANGUE	English				
BIBLIOGRAPHIE	<p>Documents written by the professor will be given at the beginning of the class</p> <p>Available in Centre de Documentation et d'Information:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cases in strategic marketing/ ROSENTHAL David; BROWN Lew G; PRENTICE HALL, 2000 - Competitive marketing. A strategic approach/ O'SHAUGHNESSY John; ROUTLEDGE, 1988 - Strategic marketing problems. Cases and comments / KERIN Roger A. ; PETERSON Robert A.; PRENTICE HALL, 1997 - The essence of international marketing/ PALIWODA Stan J... PRENTICE HALL, 1994 				

Marketing B to B

Program : 2010/2011		ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :																						
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT		3	24 h	Simon Mitchell																							
LECTURERS	Christophe Benaroya - Associated Professor																										
OBJECTIVES	<p>To identify B2B Marketing features.</p> <p>To identify the diverse BtoB contexts</p> <p>To understand the industrial purchasing process and the organization buying behaviour.</p> <p>To sensitize to most recent trends in terms of professional purchasing.</p> <p>To know and exploit the marketing techniques used and to understand how to gain new clients.</p> <p>To understand and use marketing tools to build-up customer loyalty.</p> <p>To know the main characteristics of BtoB communication tools.</p> <p>To clearly understand B2B and B2C links and boundaries.</p>																										
PROGRAMS	<table border="0"> <tr> <td>Introduction to B2B Marketing</td> <td>Innovation</td> </tr> <tr> <td>B2B Characteristics</td> <td>Surveys</td> </tr> <tr> <td>Purchasing trends</td> <td>Design Management</td> </tr> <tr> <td>Introduction to the case</td> <td>Green Marketing</td> </tr> <tr> <td>Business Marketing Communication</td> <td>Quality and Norms</td> </tr> <tr> <td>Trade shows</td> <td>Marketing Tools to build customer loyalty</td> </tr> <tr> <td>Trade Press</td> <td>Maintenance</td> </tr> <tr> <td>Direct Marketing</td> <td>Customers Training</td> </tr> <tr> <td>Other tools</td> <td>Lycra Case</td> </tr> <tr> <td>B2B branding</td> <td></td> </tr> <tr> <td>VALED Case</td> <td></td> </tr> </table>					Introduction to B2B Marketing	Innovation	B2B Characteristics	Surveys	Purchasing trends	Design Management	Introduction to the case	Green Marketing	Business Marketing Communication	Quality and Norms	Trade shows	Marketing Tools to build customer loyalty	Trade Press	Maintenance	Direct Marketing	Customers Training	Other tools	Lycra Case	B2B branding		VALED Case	
Introduction to B2B Marketing	Innovation																										
B2B Characteristics	Surveys																										
Purchasing trends	Design Management																										
Introduction to the case	Green Marketing																										
Business Marketing Communication	Quality and Norms																										
Trade shows	Marketing Tools to build customer loyalty																										
Trade Press	Maintenance																										
Direct Marketing	Customers Training																										
Other tools	Lycra Case																										
B2B branding																											
VALED Case																											
TEACHING METHODS	<p>Articles.</p> <p>Powerpoint and videos.</p> <p>Case study and exercises (applying theory to solve case studies).</p>																										
METHOD OF ASSESSMENT	<p>Written examination (multiple choice questions).</p> <p>And/or Classwork (participation) and case study (documents and oral presentation).</p>																										
LANGUAGE	English																										

(handout written by the professor will be given at the beginning of the class)

- Bénaroya, Ch. & Lagrasse, H., (2010), *L'efficience commerciale en BtoB*, EMS
- Fill, Ch. et Fill, K.E., (2005), *business to business Marketing*, Pearson Education – Financial Times
- Ford, D. et Snehota, I., (2000), *Business Marketing Strategy*, John Wiley & Sons
- Håkansson, H. et Snehota, I., (1995), *Developing relationships in business networks*, Routledge, London.
- Hutt, M. D. et Speh, T.W., (2007), *Business Marketing Management : B2B*, 9th Ed., Thomson Higher Education
- Mahin, P.W., (1991), *Business-to-Business Marketing*, Boston, Allyn and Bacon
- Malaval, P. and Bénaroya, C., (2001), *Aerospace Marketing Management*, Boston, Kluwer Academic Publishers.
- Malaval, P. and Bénaroya, C., (2009), *Marketing Business to Business*, Pearson Education France
- Reeder, R.R., Brierty, E.G. et Reeder, B.H., (1991), *Industrial Marketing, Analysis, Planning and Control*, 2nd. Ed., Prentice-Hall International Editions

Available in Centre de Documentation et d'Information:

- Business to business marketing. Relationships, systems and communications/ FILL Chris; FILL Karen E.; PRENTICE HALL, 2004
- The fundamentals of business to business. Sales and marketing/ COE John M.; McGRAW-HILL, 2003
- Marketing business to business/ MALAVAL Philippe. PEARSON EDUCATION;VILLAGE MONDIAL, 2001

MS Project

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	1	12h	Simon Mitchell	
LECTURERS	Martial Signorino – Associated Professor			
OBJECTIVES	Efficient use Microsoft Project (define a project, plan project activities, plan and procedure resources, plan project costs, plan for quality and risk, plan communication and security, optimize a project plan, distribute a project plan, track progress, manage a schedule, manage resources, manage costs, manage costs, manage risks, report project status, close a project.			
PROGRAMS	Advanced use of MS-Project to track a project.			
TEACHING METHODS	The methodological approach of the beginning will lead to an exclusively practical teaching. Progression will be fast and dense throughout the session. Teaching is based on implementing examples seen during the lessons The lessons will take place in fully equipped multimedia and network classrooms.			
METHOD OF ASSESSMENT				
LANGUAGE	English			
BIBLIOGRAPHY	MicroSoft documentation			

International Transport and Logistics

Program : 2010/2011		ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT		2	24 h	Simon Mitchell	
LECTURERS	Jacques Pons – Associated Professor				
OBJECTIVES	In a changing environment, with pressures from increased competition, increasingly high levels of service expectations, worldwide deregulation, and advances in computer and communication technology, companies leaders must urgently and imperatively change their organisation rules: Nowadays KSF and managerial skills are encompassing both an international perspective as well as knowledge of all distribution, production and procurement process and new IT (ERP approach, EDI,APS...). The cross-functional profession which coordinates manages and controls physical and information flows is the SUPPLY CHAIN MANAGER. The goal of this Program is to train the students in an international context and introduce them to the tools and provide in-depth knowledge of legal aspects.				
PROGRAMS	<p>Introduction Teacher's cross-functional curriculum presentation: by GONDRAND: learning of the importance of mastering custom's aspects for international supply chain: SAD, transit (TI), Common Tariff, economic customs arrangements by ALCATEL : learning how logistics improves purchasing and procurement functions by CEZM automotive supplier in cable bundles : coping with the challenge and constraints of "Seven Rs" imposed by BOSCH GmbH (right amount of the right product at the right place at the right time in the right condition at the right price with the right information) JIT, lower inventory, EOQ, make to order, make to stock, assemble to order, inventory management.</p> <p>I. Functional and operational links. Prerequisite: Logistics splits up in 5 layers - upperdownstream logistics : e-commerce & e-logistics, "last mile" issue. - downstream logistics (DRP, ECR, bare-coding, CRM, CPFR, postponement, crossdocking, 3 PL, 4 PL, 5PL): leadtime - internal logistics (MPS, MRP2, VMI, SMED, OTED, Jidoka, Poka Yoke, Takttime, dependant and independant demands, capacity planning...): flexibility - upstream logistics (supply of raw material, purchasing policy) - upper- stream logistics (concurrent or simultaneous engineering, reverse-logistics)</p> <p>2. Logistics & Transportation Transport policy aims to save procurement or delivery costs and to enhance fulfilment rate and better customer service. How to purchase transport and logistics services : role of freight forwarders, carrier's positioning matrix 3. Interfaces between physical and financial flows International transport contract : CMR, CIM, Warsaw, Montreal, Brussels Convention and future Rotterdam rules for sea carriage Transport contract & international commercial contract (Incoterms 2010, Vienna ou UNO Convention) Transport contract & international payment techniques (UCP 500, ISP) Transport contract & insurance contract (ILLU) 4. Transport contract and legal aspects The main clauses to insert into a dispute mechanisms. Presumption, Exoneration, Debarment, Limitation 5. European Union environment Evolution of the European exchanges since January 1st, 1993 Special invoice mentions VAT declaration (CA3 in France) Declaration of trade in goods (DEB in France) and of Services (DES for Déclaration Européenne de Service since 2010) 6. Setting up an international supply chain from EXW to DDP Description of actors, document chain</p>				
TEACHING METHODS	Topics are organized into courses at three levels: basic awareness, core knowledge, and detailed applications (drill down SCM courses, in the field problem-solving experiences, summary of results). The overall goal is to produce graduates who can systematically about the SCM				
METHOD OF ASSESSMENT	Case-study or MCQ depending on the choice of the professor				
LANGUAGE	English				

BIBLIOGRAPHY

Documents written by the professor will be given at the beginning of the class

PONS J. & CHEVALIER P. La logistique intégrée HERMES 1966

PONS J. Transport & Logistique, HERMES 2005

MOCI Magazine: numerous articles

LECTURERS dedicated to each area

Available in Centre de Documentation et d'Information:

- Logistics. An introduction to supply chain management/ WATERS Donald, PALGRAVE MACMILLAN
- Business logistics management. Theory and practice / VOGT J. J.; PIENAAR W. J... OXFORD UNIVERSITY PRESS, 2002
- The handbook of logistics and distribution management/ RUSHTON Alan; OXLEY John; CROUCHER Phil. KOGAN PAGE, 2000
- Logistics and extended enterprise: benchmarks and best practices for the manufacturing professional/ BOYSDON Sandor; CORSI Thomas M.; DRESNER Martin E.; HARRINGTON Lisa H... JOHN WILEY & SONS, INC, 1999.
- Incoterms 2000; ICC, 1999
- Incoterms 2000; Tous les mécanismes, 2000
- Techniques du Commerce International/ BENAMMAR Jean-Marc. -Nouvelle Imprimerie Laballery - 58500 Clamecy : TECHNIPLUS, 1995

International Finance

Program : 2010/2011		Credits ECTS:	Number of hours :	Program Coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT		2	18h	Simon Mitchell	
INTERVENANT	François Aubert - Associated professor				
OBJECTIFS	<p>The aim of this seminar is to explain " how to manage financial risks in purchasing / selling "</p> <p>It enables student :</p> <ul style="list-style-type: none"> - to understand the financial implications of the purchasing / selling acts. - to be able to apply the techniques of financial calculations. - to know the special tools available in international companies and to know in which cases they should used them. 				
PROGRAM	<p>I - Introduction</p> <p>II - Value of time</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reminders - The cost of 1 day <p>III - Currencies</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spot exchange rates <p>IV - Options</p> <ul style="list-style-type: none"> - What is an option - How to value an option - Why options are important to buyers / sellers <p>V - Conclusion</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ideas to forget - Ideas to remember 				
METHODE D'ENSEIGNEMENT	<p>Designed for non-professional of the financial domain, these topics are taught with a concrete pedagogy illustrated with numerous professional examples .</p> <p>Theoretical teaching.</p> <p>Study and analysis of cases.</p> <p>Supply of materials.</p>				
METHODE D'EVALUATION	Final Examination - Individual.				
LANGUE	English				
BIBLIOGRAPHIE	Will be given at the beginning of the class				

Project Management and its Internal Control

Program : 2010/2011		ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT		2	12 h	Simon Mitchell	
LECTURERS	Jean-Louis Vincent - Doctor in Economical Business Management Former Corporate Vice President Internal Audit - Michelin Group Former Member of the Board IFACI				
OBJECTIVES	Explain concretely organization and practises of Internal Control, Internal Audit, Risk Management in a large international Company evolution towards Corporate governance. Build Project teams and implement their control at each phase of their developments				
PROGRAMS	I/ Notions of Internal Control II/ Notions of Internal Audit III/ Notions of Risk Management IV/ Project teams, organization and Control				
TEACHING METHODS	Power Point (copy to each student) An Audit Mission - Business Case Many examples - International practises				
METHOD OF ASSESSMENT	Written exam				
LANGUAGE	English				
BIBLIOGRAPHY	I I A Documentation (Institute of Internal Audit) IFACI Documents (French Institute of Audit Control)				

European Competition Law

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	4 (for the whole module)	6 hours	Simon Mitchell	A COMPLETER

LECTURERS	Dominique Andrieux - Associated Professor
OBJECTIVES	<ol style="list-style-type: none"> 1. History 2. European Community Institutions 3. Sources, Particularities and Objectives of EC Law
PROGRAMS	<ol style="list-style-type: none"> 1 - Main objectives of EU Law <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Opening of the Markets 1.2 Basics on EU laws : Competition and Distribution Law 2 - Impacts of EU laws on contracts <ol style="list-style-type: none"> 2.1. EU standards integrated into contracts 2.2. Application of EU Law in day-to-day contracts 3. Introduction to European Contractual Law 4. European Company Law : European social forms and European insolvency
TEACHING METHODS	<p>Designed for non-professional of the legal domain, these topics are taught with a concrete pedagogy illustrated with numerous examples</p> <p>Alternated Theoretical teaching and Study and analysis of cases</p>
METHOD OF ASSESSMENT	Juridical project Law examination.
LANGUAGE	English
BIBLIOGRAPHY	<p>GB :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Global Counsel Handbooks Practical Law Company <p>FR :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Commerce international Guide Pratique, Sylvie Graumann-Yettou, LITEC, Coll. Affaires Finances, 6e éd., 2005. - Mémento Communauté européenne, FRANCIS LEFEBVRE, 2005. - Sur le droit européen des contrats v. Droit de l'entreprise, Partie 3 : Droit des contrats, Jacques Delga et Fabrice BIEN, Lamy 2004/2005, 2005. <p>www.europa.eu</p> <p>Documents written by the professor will be given at the beginning of the class</p>

Corporate Law

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	4 (for the whole module)	6 hours	Simon Mitchell	

LECTURERS	Lisa Dumoulin - Associated Professor
OBJECTIVES	Present and analyse the French Corporate Laws, focusing on Corporate Governance issues.
PROGRAMS	Corporate creation, organisation and liquidation (including collective bargaining) Internal Corporate processes : governance, relations between stakeholders (shareholders, employees, managers); conflictivity Foreseen evolutions of the Corporate legislation (actual adaptations)/ European regulations impacts.
TEACHING METHODS	
METHOD OF ASSESSMENT	
LANGUAGE	English
BIBLIOGRAPHY	Will be given by the teacher

Basis of Taxation and Law

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	4 (for the whole module)	6 hours	Simon Mitchell	
LECTURERS	Isabelle Butelat - Associated Professor			
OBJECTIVES	Will be given at the beginning of the courses			
PROGRAMS				
TEACHING METHODS				
METHOD OF ASSESSMENT	Juridical project Law examination.			
LANGUAGE	English			
BIBLIOGRAPHY				

Human Resources Management - 2nd Part

Program : 2010/2011		ECTS credits :	Duration :	Academic Director :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT		1	Lesson : 12 hours PW : 48 h		
LECTURERS	David Slack, Associated Professor				
OBJECTIVES	<p>This course is pursuing and completing the course on Fundamentals you had on the 1st semester. It is anticipated that most of you enrolled in this course will soon be seeking opportunities beyond those found within the comfy confines of this ancient building. This, it is my hope that together we will reveal and begin to understand many of the realities that befall individuals and organizations involved in social situations. At the conclusion of this seminar you should be familiar with some methods used to measure and motivate behaviour in organizations. Further, you should be able to discuss their value and offer suggestions for improvement. Additionally, you should be able to recognize various phenomena that exist in organizations and apply concepts that you have learned to a business or other organizational setting</p>				
TEACHING METHODS	<p>This course is intended to blend theory and application. This will be achieved through reading, group presentations, group and individual experiential exercises, and lectures. It is important that the material is meaningful to you and to your social environment. This, you are encouraged you to bring your experiences to class - do not leave them at the office or at home. Please, feel free to share any news item that is pertinent to the topic.</p>				
METHODS OF ASSESSMENT	<p>Grading 75% - Individual Working Note: The purpose of this note is to be trained to adopt a reflexive attitude upon your own professional experiences, to learn from what has been observed or realized. This note will consist of three points :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1/ identify a practical problem of management which you have been concerned with; 2/ tell how it has been solved at the time ; 3/ then tell how you would solve it today, with more experience, as time has passed and with the benefits of hindsight, tell your (new) solution (with the help of one management tool). <p>The note will be five pages long maximum. And it must be returned one month maximum after the end of your internship. It can be before if you want and have the possibility.</p> <p>25% - Participation: Every person is expected to be prepared for every class. Preparation for a class is demonstrated by voluntary, articulate participation. Attending and participation, particularly works in group during the class.</p> <p>ADDITIVES AND SUPER-ADDITIVES: (Items in this section can enhance your grade.) O.C.B.: O.C.B. is an acronym for "organizational citizenship behaviour." It is a concept widely used in organizations to describe behaviour that goes beyond what is required or prescribed. Organizations - and classes - depend on people who are willing to take certain tasks upon themselves that are not a part of their formal job description. Individuals who engage in O.C.B. will be rewarded.</p> <p>REDUCTIONS: (Items which will negatively affect your grade.) Attendance: Attendance will be taken and your presence - or lack thereof - will be noted. Much of this class relies on experiential exercises and participation. This, attendance is mandatory and necessary to garner an understanding of the subject. Attendance will be taken each class time. I will follow the regulations of the school regarding grade reductions. No participation points will be earned while absent..</p> <p>Negative O.C.B.: As with other types of behaviour, O.C.B. can be either positive or negative. Individuals who are not good members of society will receive negative attention and their behaviour will be considered at the time of final grading.</p> <p>Code of Conduct Much of the work in this course involves working in groups. However, quizzes, individual assignments, and examinations are the responsibility of the individual. Any person that gives or receives assistance in an individual assignment is guilty of academic misconduct. I will not tolerate activities that undermine academic integrity. If you are guilty of academic misconduct, you will not receive any credit for this course and your case will be forwarded to the academic council for additional sanctions.</p>				
LANGUAGE	English				

Main :

- Robbins Stephen & David DeCenzo, 2005, *Fundamentals of Management*, 5th ed, Prentice Hall, Pearson Education.
- Hatch Marie-Joe, 2000, *Organization Theory*, Oxford University Press.

Management, Cooperation and Networks:

- Bouty, I., Interpersonal and Interaction Influences on Informal Resources Exchanges Between R&D Researchers Across Organizational Boundaries, *Academy of Management Journal*, 43/1, 2000, 50-65.
- Burt, R.S., *Structural Holes. The social structure of competition*, Harvard University Press, Cambridge Mass. & London England., 1992.
- Dameron, S., Opportunisme ou besoin d'appartenance? La dualité coopérative dans le cas d'équipes projet, *M@n@gement* 7(3), 2004,137-160.
- Huault, I. (dir.), *La construction sociale de l'entreprise. Autour des travaux de Mark Granovetter*, éditions EMS - Management et Société, 2002.
- Kreiner, K., Schultz, M., Informal Collaboration in R&D. The Formation of Networks Across Organization, *Organization Studies*, 14/2, 1993,189-209.

Documents written by the professor will be given at the beginning of the class

Available in Centre de Documentation et d'Information:

- Managing human resources in cross-border alliances/ SCHULER Randall S.; JACKSON Susan E.; LUD Yadong, ROUTLEDGE, 2003
 - Managing human resources/ R.GOMEZ-MEJIA Luis; B.BALKIN David; L.CARDY Robert, PEARSON EDUCATION;PRENTICE HALL, 2005
- Les ressources humaines / WEISS Dimitri, EDITIONS D'ORGANISATION (Les), 2003
- Ressources humaines. La boîte à outils de l'entrepreneur/ PUJOL Marie-Dominique, EDITIONS D'ORGANISATION, 2000

Industrial Project Management

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	2	24 h	Simon Mitchell	

LECTURERS	Eric Guillot - Associated Professor
OBJECTIVES	<p>Understand why work should be organised and managed in a project structure</p> <p>Identify the various roles and responsibilities associated with projects</p> <p>Define the various aspects of a project</p> <p>Build and maintain an appropriate project workplan</p> <p>Proactively identify and manage scope, issues and resources</p> <p>Identify and manage project risks</p> <p>Determine the appropriate methods to manage project documentation</p>
PROGRAMS	<p>Day one</p> <ul style="list-style-type: none"> Overview Defining a project Building a workplan <p>Day two</p> <ul style="list-style-type: none"> Managing the workplan Managing issues Managing scope <p>Day three</p> <ul style="list-style-type: none"> Managing communication Managing Risk Managing project documentation <p>Utilizing project management processes allows a project manager to proactively manage scope, issues, risk, quality and communication. The emphasis is on gaining an awareness of fundamental concepts, issues, and terminology to help the participant guide the definition, planning and implementation of international projects. The program emphasizes understanding three critical projects parameters: scope, schedule and resources, and how to adequately document the project.</p>
TEACHING METHODS	The class contains numerous exercises, as well as case studies that are worked on throughout the course.
METHOD OF ASSESSMENT	Evaluation of class and homework assignments
LANGUAGE	English

BIBLIOGRAPHY	<p>Real World Lessons Lessons in Project Management by Tom Mochal, Jeff Mochal – 2002 Edition Apress, Inc A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK guide) – 2002 edition, by Project Management Institute. Microsoft Project Version 2002 Step by Step, by Carl S. Chatfield, Timothy D. Johnson, Microsoft</p> <p>Documents written by the professor will be given at the beginning of the class</p> <p>Available in Centre de Documentation et d'Information:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project management. A managerial approach/ MEREDITH Jack R.; MANTEL Samuel J... JOHN WILEY & SONS, INC, 2002 - Cases and project in international management: cross cultural dimensions/ MEAD Richard. BLACKWELL, 2000
--------------	---

Project Management in a Virtual World

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	2	18h	Simon Mitchell	

LECTURERS	Walid Cherifi – Associated Professor
------------------	--------------------------------------

OBJECTIVES	To Work within a WW virtual environment. To Build a WW virtual team with a Project.
-------------------	--

PROGRAM	<p>Day one VIRTUAL TEAM environment Understanding Communication – Some Tips Leadership</p> <p>Day two Team Building – Know each other Communication Strategy Clarify roles and responsibilities</p> <p>Day three Debriefing Post Mortem (+/-) Celebrate – Project Closure</p>
----------------	---

TEACHING METHODS	<p>Lesson wit power point presentations. 4 Team-meetings per Net-meeting. 1 debriefing.</p>
-------------------------	---

METHOD OF ASSESSMENT	Evaluation of class and homework assignments.
-----------------------------	---

LANGUAGE	English
-----------------	---------

BIBLIOGRAPHY	<p>Internal HP documents Documents written by the professor will be given at the beginning of the class</p> <p>Available in Centre de Documentation et d'Information: - Output, behaviour and social controls in virtual teams/ LANGEVIN Pascal. EDHEC BUSINESS SCHOOL, 2004 - Open road: proposing a migration path to the digital construction virtual enterprise/ WILSON Ian E. ; VAKOLA Maria. GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT, 2003 - The strategy of conflict/ SCHELLING Thomas C... HARVARD UNIVERSITY PRESS, 2002</p>
---------------------	---

Sectorial Analysis

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	3	30 h	Simon Mitchell	

LECTURERS	Bernard Huguères and Raphaël Mallecourt – Associated Professors
OBJECTIVES	<p>To train Managers for International Projects, able to drive simultaneously a team and a project: to develop their capacities for analyzing correctly the international moving environment; to determine a strategy and an action plan, and to monitor the project since the conception unto the achievement.</p> <p>The main accent is focused on discovering the positive reciprocity between private firms and public administrations for economic and social development</p>
PROGRAMS	Will be given to the students at the beginning of the session
TEACHING METHODS	<p>This special “one week’s module” is oriented around “the crossed stakes between enterprises and territories”, and is built around 3 phases:</p> <ul style="list-style-type: none"> a conceptual presentation and international comparisons of the topics; a practical period, based on meeting managers, organizations, and enterprises in Auvergne Region; a synthetic phase, in which the students – organized in little groups – redact a short report about their observations and suggestions (discoveries’ and propositions’ report).
METHOD OF ASSESSMENT	Written report and oral presentation by each group of students
LANGUAGE	English
BIBLIOGRAPHY	General bibliography about local and economic development; more peculiar documents are furnished, according to the meetings of organizations and enterprises.

International Week

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	1	18 heures	Simon Mitchell	

LECTURERS	Different foreign professors or professionals experts
OBJECTIVES	<p>International Week is a strong force of the ESC stressing on the international aspect of the school. Its objectives are :</p> <ul style="list-style-type: none"> - To integrate an innovative & different approach amongst the pedagogical tools - To offer to all the students, especially those who haven't had the opportunity to study abroad an opportunity to pursue management courses in a foreign language - To immerse the students in a real multicultural environment : The presence of numerous visiting professors from our partner universities enforces our willingness & presents us with opportunities to strengthen our international master programs. - Visiting foreign professors & ESC permanent professors work together to exchange ideas & conceive better teaching methods keeping in mind the ongoing strides in management. - Everyone is invited to partake of this unique opportunity held once each year
TEACHING METHODS	Depending upon the module chosen
METHOD OF ASSESSMENT	Depending upon the module chosen : - Exam - Presentation - Written Report - Multiple choice exam
LANGUAGE	English
BIBLIOGRAPHY	Documents will be given during the classes

Foreign Languages and Cultures

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	2	18h	Simon Mitchell	

LECTURERS	Coordinator : Mary Vigier Lecturers : Kevin Metz, Claire Hubert, Isabelle Jourdiere – Professeurs permanents
OBJECTIVES	English or French Objectives depend upon the choice of language. They will be presented by the teacher.
PROGRAMS	English or French The program will depend upon the choice of language. It will be presented by the teacher.
TEACHING METHODS	English or French The teaching methods depend upon the choice of language. They will be presented by the teacher.
METHOD OF ASSESSMENT	English or French The method of assessment depends upon the choice of language. It will be presented by the teacher.
LANGUAGE	English or French
BIBLIOGRAPHY	<p>Will be given by the professors, (Depending on the choice of the student)</p> <p><u>Available in Centre de Documentation et d'Information:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mieux connaître le français ... pour bien apprendre les langues étrangères/ VASSEUR Jean-Pierre. JEAN-PIERRE VASSEUR, 1999 - Le guide du CV en langues étrangères. Pour réussir sa candidature à l'expatriation/ LACHENAUD Valérie. JEUNES EDITIONS, 1996 - Dictionnaire sélectif de la langue allemande/ VASSEUR Jean-Pierre. JEAN-PIERRE VASSEUR, 2000. - Anglais, vocabulaire et expressions. Marketing, négociation/ RENUCCI Claude. NATHAN, 1994 - Grammaire du russe contemporain/ COMTET Roger. PRESSES UNIVERSITAIRES DU MIRAIL, 2002 - Entraînement à la compréhension du russe parlé/ VIELLARD Stéphane. EDITIONS GROUPE DE LORRAINE, 1996

DRIVE Project - 2nd Part

Program : 2010/2011		ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT		7		Simon Mitchell	
LECTURERS	Derek Wright - Associated Professor				
OBJECTIVES	<p>Set up and run a new, untried, untested project in 6 months</p> <p>Learn theory from practice</p> <p>Learn project management</p> <p>Adopt an entrepreneurial approach to management</p> <p>Develop new skills</p> <p>Develop initiative</p> <p>Develop intercultural awareness</p> <p>Learn to manage a team (especially an transcultural team)</p> <p>Develop the ability to make decisions</p> <p>Manage change.</p>				
PROGRAMS	<p>The course comprises two distinct parts :</p> <p>- The drawing-up of a fully-fledged internationally-orientated project designed to be implemented in the months following the end of the course. Assessment is on a team basis, with each student making an individual oral presentation and defense.</p> <p>The drawing-up of a short report on personal skills and competence, showing strong points and those requiring further work, together with progress made throughout the year. It is assessed on an individual basis.</p> <p>At all times, the emphasis is on a pragmatic approach to setting-up a new company (DRIVE = Develop and Run new International Ventures). The course touches on all aspects of this question, from finding an idea through feasibility studies to marketing, finance and legal points. It looks at project management, decision-making, risk-taking, time management, teamwork, conflict management and the preparation of professional reports and presentations. Work is done on all aspects of the business plan and particular emphasis is laid on the need to assess in depth the general economic background and on the importance of ensuring a potential market. Students are encouraged to lay down a clearly-defined strategy from the very inception of their projects.</p> <p>Students learn to develop their entrepreneurial ability through a hands-on approach to setting-up a new project. They are shown how to evaluate their personality and ensure there is complete coherence between initiator and project. Mixed-culture and mixed-language teams only are allowed, and time is spent on managing transcultural issues, especially those liable to lead to team-management difficulties. At all times, students do the work, with the LECTURERS acting as coach, not teacher. Information and advice is given to teams and individuals according to their needs at any given time. For this reason, the internal structure of the course may be modified and restructured at any time according to the progress of the projects.</p>				
TEACHING METHODS	Face-to-face teaching, team and individual coaching, video training.				
METHOD OF ASSESSMENT	Intermediate and final written reports (team grade), oral presentation (individual grade). Each student must further submit an individual personal analysis, in the form of a report (there is no oral presentation)				
LANGUAGE	English				

- 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
- BRADBURY Abdrew, 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
- KOHL 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 negotiation, 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
- 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 SC & BARSOUX J-L - Managing Cross Cultures - prentice Hall 1997
- 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)
- 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
- Available in Centre de Documentation et d'Information:
- Construction Business Development
- Meeting New Challenges, Seeking Opportunity/ PREECE Christopher; MOODLEY Krisen; SMITH Paul. ELSEVIER SCIENCE, 2003
- Entrepreneurship. Successfully launching new ventures/ BARRINGER Bruce R.; IRELAND Duane R.. PEARSON EDUCATION, 2006
- Entrepreneurship and small firms/ DEAKINS David; FREEL Mark. MCGRAW-HILL, 2003
- How to write a business plan/ FINCH Brian. -Londres : KOGAN PAGE, 2001
- International marketing strategy: analysis, development and implementation/ PHILIPS Chris; DOOLE Isobel; LOWE Robin. ROUTLEDGE, 1994
- International business strategy/ ELLIS John; WILLIAMS David. PITMAN PUBLISHING, 1995
- The strategy process: concepts, contexts, cases/ MINTZBERG Henry; LAMPEL Joseph; QUINN James. -United Kingdom : PEARSON EDUCATION, 2003
- The present condition and prospects of development./ SZABLOWSKI Jozef ; MERK Richard; BIRYUKOVA Anna V.; PENSKA Iryna A; PENSKA E.O.; NIKOLOV Georgi; SAMPAYO Ventura de Mello. Jozef Szablowski, 2005

Masters Contact

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	2	21 h	Simon Mitchell	

LECTURERS	Simon Mitchell – Associated Professor
OBJECTIVES	To establish communication objectives and strategies To carry out a communication action.
PROGRAMS	To develop the notoriety and image of the Masters and Specialised Masters programmes of the ESC Group Clermont to encourage contact and enrolment. Each group of students needs to: -participate in the drafting and realization of “Masters Contact”, the information/news letter for the Masters and Specialised Masters programmes of ESC Group Clermont (March, April and May 2011 issues).
TEACHING METHODS	Coaching will be by: email; contact from the students; through regular group sessions
METHOD OF ASSESSMENT	The students should do the following (in groups of 2/3) : In February 2011, all the necessary elements for the edition and distribution of “Masters Contact” news letter – text, iconography, presentation, illustrations, layout. The work evaluation will correspond to 2 ECTS credits (semester 2).
LANGUAGE	English
BIBLIOGRAPHY	

Internship : Professional Report and Oral Presentation

Program : 2010/2011	ECTS credits :	Duration :	Program coordinator :	Code :
MSc INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT	Report : 10 Oral presentation : 7 Company assessment : 5	At least 6 months	Simon Mitchell	i
PROFESSORS & COACHES	Simon Mitchell – Head of the Masters Programs Coaches : Derek Wright / Simon Mitchell / Pascal Brassier / Pascal Legrand / Vincent Gimet / Dominique Andrieux / Helga Fouré-Joopen / Marc Lecoutre			
RULES and METHOD OF ASSESSMENT	<p>In order to have his/her traineeship ratified by the school, the student must prove that his/her professional experience has been profitable to the company. Companies always expect that the student's work and report will represent a tool for future use.</p> <p>It follows that the report must not be simply a narrative or a catalogue and description of assignments and work undertaken by the student during his/her placement in the company. This type of report will be graded severely and will be given an Fx. In this case, the student will be given the opportunity (once and only once) to submit a second version of the report, within one month. It must meet all requirements. If this second version is deemed satisfactory, the student will be given an E grade. If not, he/she will be given an F.</p> <p>For the placement report, the student is requested : to think in depth about his/her placement, so as to identify one or several major themes within the assignment to select and analyse a specific question which will constitute the main subject of the report.</p> <p>Once this question has been identified, the student will develop his/her analysis, and will draw his/her information from two main sources :</p> <p>standard documentary research using material available within the company, within the Clermont Graduate Business School library, on the Internet or from the School's partner institutions experiments and experience resulting from his/her work within the company.</p> <p>→ The student's conceptual analysis and recommendations will be based on his/her assignment or his/her discovery of a job or jobs within the company.</p> <p>At some time during the placement, the professor acting as tutor will set a date on which the student will give him/her a succinct and suitably detailed working document in which he/she will introduce (for discussion and final agreement) :</p> <p>The question which will constitute the main subject of the report The detailed projected plan The chief sources of information.</p> <p>A note detailing the main management questions (an Abstract of 2 to 3 pages at most) must be included at the beginning of the final report. The latter will as a general rule be about 50 pages long (plus annexes).</p> <p>The oral examination : about 30 minutes succinct presentation and to-the point comments, plus a 20-25 minute question-and-answer session with the examiners in order to defend their arguments and recommendations.</p>			
LANGUAGE	English			

27/09/2010
