

Descriptifs des cours de gestion de MBA

■ Section 1.	Codification des cours de gestion	101
■ Section 2.	Cours de gestion en français	103
■ Section 3.	Cours de gestion en anglais	108
■ Section 4.	Comptabilité-Contrôle de gestion	112
■ Section 5.	Droit et Environnement de l'Entreprise	132
■ Section 6.	Economie	165
■ Section 7.	Finance	177
■ Section 8.	Management	201
■ Section 9.	Management des Opérations	246
■ Section 10.	Marketing	255
■ Section 11.	Systemes d'Information et de Décision	290
■ Section 12.	Hors département	317

Section 1. Codification des cours de gestion

A - Cours de gestion

Le code des cours se compose de 3 lettres (code du département) suivies d'une lettre indiquant la matière concernée, de deux chiffres indiquant le niveau et le programme et de trois chiffres à signification variable ou sans signification particulière.

Exemples de codes : DEVD31126 ; MGTP31100

- **Les trois premières lettres** indiquent généralement le département ou le domaine d'étude.
- **La quatrième lettre** indique la matière concernée, au sein du département (*Exemple* : CPTC : Comptabilité financière, CPTF : Fiscalité, etc.).

COM : M : chaire communication et management
D : chaire media & entertainment.

CPR : Culture, Politique, Responsabilité

E : esthétique
O : "neutre", politique
S : scientifique

CPT : Comptabilité, Contrôle de gestion

C : comptabilité financière
F : fiscalité
G : contrôle et comptabilité de gestion
O : instruments de gestion et organisation

DEV : Droit et Environnement de l'Entreprise

C : collectivités locales et économie urbaine
D : droit
E : entrepreneuriat
I : gestion immobilière
N : négociation

ECO : Economie

A : macroéconomie et économie internationale
I : microéconomie
S : économie sectorielle

EXP : Expérience en entreprise

I : projet interdisciplinaire d'entreprise (PIE)
R : stages, expérience professionnelle

FIN : Finance

A : actuariat
E : finance d'entreprise
G : finance en général
M : finance de marché
S : synthèse

MGT : Management

A : management et marketing des services
E : entrepreneuriat
M : management et processus organisationnels
P : psychologie et développement personnel
S : stratégie

MKG : Marketing

A : management et marketing des services
C : connaissance et analyse des marchés
F : fonctions du marketing
J : jeux et simulations (dept MKG)
M : management en marketing
S : marketing sectoriel

MOP: Management des Opérations

O : optimisation et qualité
P : achats, production, distribution

SANT : Chaires du pôle santé**SID : Systèmes d'information et de décision**

D : sciences de la décision
I : systèmes d'information
M : mathématiques
S : statistiques

- **Les deux premiers chiffres** indiquent le niveau et le nom du programme
- **Le premier des trois derniers chiffres** donne dans certains cas une indication sur le niveau du cours ou le genre auquel il appartient :
 - 0** : cours de la période initiale ou cours de pré-MBA
 - 1** : cours fondamental ou cours clé d'un département
 - 2** : cours d'approfondissement
 - 3** : cours transversal ou cours de synthèse
 - 4** : cours ou séminaire thématique
- **Les deux derniers chiffres** constituent un numéro d'ordre, sans signification.

B - Prérequis et cours équivalents

Les descriptifs de cours peuvent comporter l'une ou l'autre ou les deux mentions suivantes :

Prérequis : il s'agit d'un cours dont la validation préalable est nécessaire avant inscription dans le cours faisant l'objet du descriptif.

Equivalent : il s'agit d'un cours équivalent à celui faisant l'objet du descriptif (l'un étant enseigné en français, l'autre en anglais, par exemple ; ou bien l'un et l'autre étant destinés à des publics différents quoique couvrant le même sujet). Suivre un cours et son équivalent n'a donc pas de sens, sauf exception, et ne peut en tout cas donner lieu au plus qu'à une seule UV.

Section 2. Cours de gestion en français

(a) Réserve aux étudiants admis directement en MBA – (f) Cours fondamental

Comptabilité-Contrôle de gestion

- (a) CPTC31080 Pré-MBA Comptabilité
- (f) CPTC31124 Info comptables et financières
- CPTC31254 Audit et management
- CPTC31260 Information financière en IFRS (CPTC31263)
- CPTC31264 Etats financiers des groupes (CPTC31262)
- CPTC31354 Diagnostic financier et valeur
- CPTC31484 Séminaire recherche compta fi.
- CPTC31490 Sém. Chaire info. fin.
- CPTF31155 Fiscalité des affaires
- (f) CPTG31148 Contrôle de gestion
- CPTG31212 Comptabilité de gestion (CPTG31211)
- CPTG31222 Plan, projet et processus
- CPTO31333 Instr. gestion & comportements
- CPTO31420 Séminaire de recherche CDG
- CPTO31481 Créa. de valeur et gouvernance
- CPTO31482 Presse, photos et sémiotique

Droit & Environnement de l'Entreprise

■ Cours de base

- DEVC31110 Acteurs publics locaux
- DEVC31112 Enjeux de l'économie sociale
- DEVC31114 Economie urbaine et régionale
- DEVD31114 Droit pénal des affaires
- DEVD31116 Droit des contrats
- DEVD31120 Droit des sociétés
- DEVD31122 Droit & politiques de l'Europe
- DEVD31126 Droit des affaires
- DEVD31130 Droit public de l'entreprise
- DEVD31132 Droit fiscal interne & inter'l
- DEVI31130 Marchés & produits immobiliers
- DEVN31140 Atelier de négociation

■ Cours d'approfondissement

- DEVC31202 Gestion collectivités locales
- DEVC31204 Marketing urbain
- DEVC31206 Entrepreneuriat social
- DEVC31208 Urbanisme et aménagement
- DEVC31210 Entreprise & dévelop. durable
- DEVC31402 Sém. Chaire ent. social
- DEVC31404 Sém.applic entrepreneur social
- DEVC31406 Sém. application éco. urbaine
- DEVC31408 Sém. Chaire éco. urbaine
- DEVD31212 Pratique des affaires internat.
- DEVD31216 Droit concurrence et vente

DEVD31220 Droit bancaire et boursier
 DEVD31224 Droit européen des affaires
 DEVD31228 Propriété intellectuelle
 DEVD31232 Cursus droit – Droit civil 1
 DEVD31234 Cursus droit – Droit civil 2
 DEVD31242 Droit social
 DEVD31244 Institutions de l'UE&Lobbying
 DEVD31246 Droit des médias
 DEVD31420 Séminaire droit civil
 DEVI31250 Montage opération immobilière
 DEVI31252 Droit immobilier & urbain
 DEVI31254 Investissements immobiliers
 DEVI31256 Management immobilier
 DEVI31258 Finance immobilière (=FINM31208)
 DEVI31430 Sém. application immobilier
 DEVI31432 Sém. Chaire immobilier
 DEVN31260 Négociation, démocratie locale
 DEVN31262 Atelier de médiation

■ **Entreprenariat**

DEVE31200 Droit et entreprenariat
 DEVE31268 Créer un business plan social

Economie

ECOA31122 Théorie macroéconomique
 ECOA31157 Monnaie et banque
 (a) ECOA31180 Macroéconomie (introduction)
 ECOA31203 Economie du travail
 ECOA31226 Analyse de conjoncture
 (a) ECOI31080 Pré-MBA Microéconomie
 (f) ECOI31142 Economie managériale
 ECOI31230 Gouvernement d'entreprise
 ECOI31251 Théories du commerce int'l
 ECOI31268 Pensée éco. contemporaine
 ECOS31269 Grands enjeux énergiques

Finance

(f) FINE31124 Théorie financière
 FINE31125 Gestion financière court terme
 FINE31126 Finance d'entreprise
 FINE31252 Fusions et acquisitions
 FINE31254 Evaluation stratégique et fin
 (a) FING31080 Pré-MBA Finance
 FING31240 Gestion de patrimoine
 FING31259 Management bancaire
 FINM31163 Finance internationale
 FINM31164 Marchés financiers
 FINM31208 Finance immobilière (=DEVI31258)

- FINM31260 Gestion de portefeuille
- FINM31266 Trading & organis. des marchés
- FINM31271 Options
- FINS31353 Politique financière

- **Séminaire d'éthique**

- FING31402 Séminaire éthique en finance

Management

- **Management et marketing Services**

- MGTA31138 Management des services
 - MGTA31238 Management int'l des services

- **Entrepreneuriat**

- MGTE31282 Créer, manager et céder une PME
 - MGTE31360 Initiation à l'entrepreneuriat
 - MGTE31362 Construction de business plan
 - MGTE31364 Capital investissement

- **Ressources humaines**

- MGTM31212 Gestion ressources humaines
 - MGTM31222 Emplois et carrières
 - MGTM31300 Stratégies RH et performances
 - MGTM31302 Mobilité intle et expatriation

- **Management et processus organisationnels**

- MGTM31214 Philosophie et commerce
 - MGTM31220 Culture sociale contemporaine
 - MGTM31226 Management des organisations
 - MGTM31228 Direction et changement
 - MGTM31230 Changement organisationnel
 - MGTM31234 Management culturel
 - MGTM31350 Jeu de management
 - MGTM31402 Cynisme et management
 - MGTM31420 Séminaire de recherche MGT

- **Cours fondamentaux**

- (f) MGTP31100 Comportement organisationnel
- (f) MGTS31102 Stratégie et management

- **Psychologie et développement personnel**

- MGTP31200 Théorie de la personnalité
 - MGTP31202 Management interculturel
 - MGTP31204 Ethique et entreprise
 - MGTP31206 Profils personnels et carrière
 - MGTP31208 Travail, rôles et identités
 - MGTP31210 Mise en scène du comportement

- **Stratégie**

- MGTS31260 Stratégie et managt internat.
 - MGTS31266 Stratégie industrielle
 - MGTS31268 Les fondements de la stratégie
 - MGTS31404 Pratique du mangt. Stratégique

Management des Opérations

MOP031212	Logistique & Supply Chain Mngt (LPS031250)
MOP031320	Gestion de la qualité (LPS031230)
MOPP31100	Management logistique & SCM (LPSP31135)
MOPP31102	Gestion des opérations indust. (LPSP31136)
MOPP31230	Management des achats & appro. (LPSP31338)
MOPP31232	Gestion de projet (LPSP31240)
MOPP31234	Gestion de la technologie (LPSP31242)

Marketing

	MKGC31112	Etudes en marketing
	MKGC31125	Comportement du consommateur
	MKGC31442	Sémiotique et communication
	MKGF31211	Publicité
	MKGF31213	Stratégie de commercialisation
	MKGF31215	Gestion de la force de vente
	MKGF31218	Marketing des distributeurs
	MKGF31220	Marketing direct
	MKGF31222	Innovation & nouveaux produits
	MKGF31230	Création de produit innovant 1
	MKGF31232	Création de produit innovant 2
	MKGF31234	Création de produit innovant 3
	MKGJ31003	Jeu Mirage – Synthèse générale
	MKGJ31004	Focus Manager/Eurosim
	MKGJ31313	Jeu Intopia
(a)	MKGM31080	Pré-MBA marketing
(f)	MKGM31128	Marketing management
	MKGM31217	Chef de produit
	MKGM31321	Marketing stratégique
	MKGM31353	Partenariat Carrefour-Danone
	MKGM31354	Politique de marketing
	MKGM31355	Managt produits grande conso
	MKGM31356	Politique de marques internat
	MKGM31412	Gestion des marques de Luxe
	MKGM31420	Séminaire de recherche MKG
	MKGM31454	Relations industrie commerce
	MKGS31226	Marketing B to B et industriel
	MKGS31312	Marketing international
	MKGS31474	Sém. Chaire LVMH «Sémiotique»
	MKGS31484	Economie du sport et stratégie
■	Séminaires de chaire	
	MKGS31452	Sém. Chaire PGC (1)
	MKGS31453	Sém. Chaire PGC (2)
	MKGS31461	Sém. Chaire VSM «Synthèse»
	MKGS31462	Sém. Chaire VSM «Vente 1»
	MKGS31463	Sém. Chaire VSM «Vente 2»
	MKGS31472	Sém. Chaire LVMH «Fonda théor.»

- MKGS31473 Sém. Chaire LVMH «Métiers luxe»
- MKGS31482 Sém. Chaire Mkg Sportif (2)
- MKGS31483 Sém. Chaire Mkg Sportif (1)

Systemes d'information et de décision

- **Sciences de la décision**
 - SIDD31112 Aide à la décision
 - SIDD31373 Résolution des conflits
 - SIDD31374 Gestion et modèles de risque
- **Systemes d'Information**
 - (a) SIDI31084 Pré-MBA Conception de SI
 - (a) SIDI31086 Pré-MBA Informatique
 - SIDI31130 Bases de données
 - SIDI31132 Excel avancé pour managers
 - (f) SIDI31134 SI/TI pour les managers
 - SIDI31224 Langage C
 - SIDI31225 Projet & logiciels multimédia
 - SIDI31333 Création de sites Web
 - SIDI31375 Systemes décisionnels
 - SIDI31406 Visual Basic et approche objet
- **Mathématiques**
 - SIDM31182 Mathématiques pour la finance
- **Statistiques**
 - (a) SIDS31080 Pré-MBA Statistiques
 - (a) SIDS31082 Pré-MBA Math. & Stat.
 - SIDS31160 Introduction à l'économétrie
 - SIDS31163 Statistique multidimensionnell
 - SIDS31263 Méthodes statistiques
 - SIDS31266 Enquêtes par sondage

Hors département

- **Chaire Media & Entertainment**
 - COMD31440 Economie des médias
- **Chaire Communication et Management**
 - COMM31422 Médias et management
 - COMM31425 Sém. communication corporate
 - COMM31426 Sém. communication d'entreprise
- **Chaire ESSEC Santé**
 - SANT31421 Economie et gestion de la santé
 - SANT31422 Economie et gestion de la santé
 - SANT31423 Marketing des produits pharma
- **Culture, Politique, Responsabilité**
 - CPRO31400 Sport, dévpt perso & managt

Section 3. Cours de gestion en anglais

(a) Réservé aux étudiants admis directement en MBA - (f) Cours fondamental

Accounting and Management Control

- (a) CPTC31081 Pre-MBA Accounting
- (f) CPTC31125 Finl Accounting & Reporting
- CPTC31247 Financial Statement Analysis
- CPTC31261 Financial Reporting under IFRS
- CPTC31265 Group Financial Statements
- CPTC31355 Bus. Analysis & Value Creation
- CPTC31485 Research Seminar in Accounting
- CPTG31213 Strategic Cost Management (CPTG31139)
- (f) CPTG31149 Management Control
- CPTG31223 Plan, Project, Process

Public and Private Policy

- DEVD31227 Law and Globalisation
- DEVD31231 International Business Law
- DEVE31269 Create a Social Business Plan
- DEVI31129 Real Estate Economics
- DEVI31233 Int'l Property Market Analysis (DEVI31131)
- DEVN31141 Negotiation Workshop
- DEVN31263 Mediation Workshop

Economics

- ECO31129 Asian Economies
- (a) ECOI31081 Pre-MBA Microeconomics
- (f) ECOI31143 Business Economics

Finance

- (f) FINE31123 Financial Theory
- FINE31128 Corporate Financial Management
- FINE31247 Financial Statement Analysis (=CPTC31247)
- FINE31253 Mergers and Acquisitions
- (a) FING31081 Pre-MBA Finance
- FINM31162 Int'l Finance
- FINM31165 Financial Markets
- FINM31167 Int'l Financial Markets
- FINM31213 Agri-food Commodity Markets
- FINM31224 Exotic Options
- FINM31261 Portfolio Management
- FINM31270 Options
- FINM31273 Fixed Income and Credit Risk

■ **Chair Seminar**

- FINE31401 Private Equity Chair Seminar

Management

- **Services Marketing and Management**
 - MGTA31139 Services Marketing & Mngt
 - MGTA31239 Int'l Management of Services
- **Entrepreneurship**
 - MGTE31281 Internet-based Investing
 - MGTE31361 Entrepreneurship: Introduction
 - MGTE31363 Writing a Business Plan
 - MGTE31365 Introduction to Private Equity
- **Human Resources**
 - MGTM31213 Human Resources Management
 - MGTM31233 Managing Workforce Diversity
- **Management and Organizational Processes**
 - MGTM31215 Philosophy and Trade
 - MGTM31227 Management of Organizations
 - MGTM31231 Organizational Change
 - MGTM31305 Corporate Governance
 - MGTM31307 Capitalism and Globalization
 - MGTM31405 Innovation Process Management
 - MGTM31407 Diversity & Perf. Chair Sem.
 - MGTM31421 Research Seminar in MGT
- **Core courses**
 - (f) MGTP31101 Organizational Behaviour
 - (f) MGTS31103 Strategy and Management
- **Psychology and Personal Development**
 - MGTP31201 Personality Theory
 - MGTP31203 Intercultural Management
 - MGTP31205 Business Ethics
 - MGTP31207 Personality Styles and Careers
 - MGTP31209 Work, Roles and Identity
 - MGTP31211 Behaving in Public: a Training
 - MGTP31481 Team Building Seminar
- **Strategy**
 - MGTS31261 Int'l Strategy & Management
 - MGTS31263 Competitive Strategy
 - MGTS31265 Alliances and Partnerships
 - MGTS31267 Industry and Strategy Practice
 - MGTS31271 Managing Intl Business in Asia
 - MGTS31273 Business Environment in Asia
 - MGTS31401 Agri-food Sustainable Dvt

Operations Management

MOP031211	Revenue Management (LPS031261)
MOP031321	Management & Quality Control (LPS031237)
MOP031323	Risk Management in Operations (LPS031235)
MOPP31103	Operations Management (LPSP31137)
MOPP31105	Management of Int'l Operations (LPSP31247)
MOPP31231	Purchasing & Procurement Mngt (LPSP31339)
MOPP31235	New Product Devpt & Tech Mngt (LPSP31243)

Marketing

	MKGA31139	Services Marketing & Mngt
	MKGC31113	Marketing Research
	MKGC31126	Consumer Behavior
	MKGC31260	Product Policy
	MKGC31443	Semiotics and Communication
	MKGF31212	Brand Strategies
	MKGF31216	Sales Force Management
	MKGF31411	Int'l Luxury Distribution
(a)	MKGM31081	Pre-MBA Marketing
(f)	MKGM31129	Marketing Management
	MKGM31218	Product Management
	MKGM31225	eMarketing & Business Models
	MKGM31413	Luxury Brand Management
	MKGM31421	Research Seminar in Marketing
	MKGS31469	Luxury Retail Management (MKGF31219)
	MKGS31200	Contemporary Issues Luxury MKG
	MKGS31227	Industrial & B to B Marketing
	MKGS31228	B to B Agri-food Mkg Policy
	MKGS31311	International Marketing
	MKGS31471	LVMH Chair Sem. "Funda Luxury"
	MKGS31475	Luxury Brands Communication
	MKGS31481	Sport Mkg Chair Seminar (1)
	MKGS31485	Sport Economics and Strategy

Information Systems and Decision Sciences

- **Decision Sciences**
 - SIDD31375 Quantitative Risk Management
- **Information Systems**
 - (a) SIDI31085 Pre-MBA IS Design
 - (a) SIDI31087 Pre-MBA Computing Skills
 - SIDI31129 Database Management
 - SIDI31133 Advanced Excel for Managers
 - (f) SIDI31135 IS/IT for Managers
 - SIDI31227 eBusiness Principles & Techno
 - SIDI31377 IT-enabled Decision Support
 - SIDI31421 Seminar in Information Systems

- **Mathematics**

- SIDM31183 Financial Mathematics

- **Statistics**

- (a) SIDS31081 Pre-MBA Statistics

- (a) SIDS31083 Pre-MBA Math. & Stat.

- SIDS31165 Knowledge Extraction from Data

- SIDS31267 Financial Econometrics

Outside Departments

- **Corporate Project**

- EXPI31401 Asian Strategy Workshop

- **ESSEC sanofi-aventis Therapeutic Innovation Chair**

- SANT31427 Ethical Dilemma in Health Ind.

- SANT31425 Managing Therapeutic Innovat.1

- SANT31429 Managing Therapeutic Innovat.2

Section 4. Comptabilité-Contrôle de gestion

Professeurs responsables : Paul ANDRE, Nicolas MOTTIS

Secrétariat : Sophie GESLAND (Contrôle de gestion), Sylvie HEUMEZ (Contrôle de gestion), Sylvia POQUET (Comptabilité financière), Elisabeth GOZDIK (Chaire KPMG).

Ce département a pour vocation d'initier les étudiants aux démarches et méthodes de comptabilité et de contrôle de gestion et de les faire réfléchir sur leurs conditions d'utilisation dans des contextes variés : décisions stratégiques et suivis de gestion, communication financière, secteur privé (grande ou petite entreprise) et secteur public ou non lucratif...

Il offre également des cours dont le propos interdisciplinaire est de faire réfléchir sur les dimensions organisationnelles des instruments de gestion. Les instruments de gestion étudiés dans ces cours ne sont pas seulement ceux de la comptabilité et du contrôle de gestion, mais aussi ceux de la GRH, du changement organisationnel, ou les systèmes d'information intégrés (ERP). Enfin les cours prenant la forme de séminaires proposent d'associer les étudiants aux centres d'intérêt et thèmes de recherche actuels de professeurs du département.

Les cours proposés par le département préparent à l'expertise comptable (voir chapitre 9, «cursus expertise comptable») ainsi qu'aux différents métiers de l'audit, de l'analyse financière, de la gestion comptable et financière ou du contrôle de gestion.

Les disciplines ou « interdisciplines » sont identifiées par les préfixes suivants :

CPTC ↪ Comptabilité financière/*Financial Accounting*

CPTF ↪ Fiscalité/*Taxation*

CPTG ↪ Contrôle et comptabilité de gestion/*Cost Accounting and Management Control*

CPTO ↪ Instruments de gestion et organisation/*Management Systems and Organization*

• Cours fondamentaux

- CPTC31124 Info comptables et financières
- ou CPTC31125 *Finl Accounting & Reporting*
- CPTG31148 Contrôle de gestion
- ou CPTG31149 *Management Control*

• Autres cours ou séminaires thématiques

En comptabilité financière et fiscalité

- CPTC31247 *Financial Statement Analysis*
- CPTC31254 Audit et management
- CPTC31260 Information financière en IFRS
- ou CPTC31261 *Financial Reporting under IFRS*

- CPTC31264 Etats financiers des groupes
- CPTC31354 Diagnostic financier et valeur
- ou CPTC31355 *Bus. Analysis & Value Creation*
- CPTC31484 Séminaire recherche compta fi.
- ou CPTC31485 *Research Seminar in Accounting*
- CPTC31490 Séminaire Chaire info. fin.
- CPTF31155 Fiscalité des affaires

En contrôle de gestion

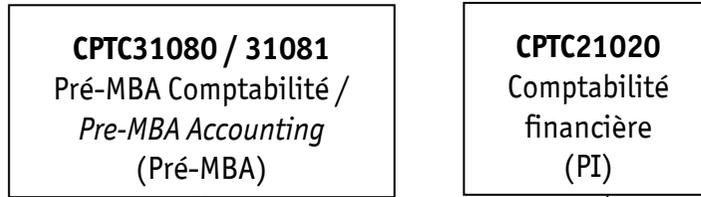
- CPTG31212 Gestion stratégique des coûts
- ou CPTG31213 *Strategic Cost Management*
- CPTG31222 Plan, projet et processus
- ou CPTG31223 *Plan, Project, Process*
- CPTO31481 Créa. de valeur & gouvernance (*séminaire*)

• Cours ou séminaires interdisciplinaires (Instruments de gestion et organisation)

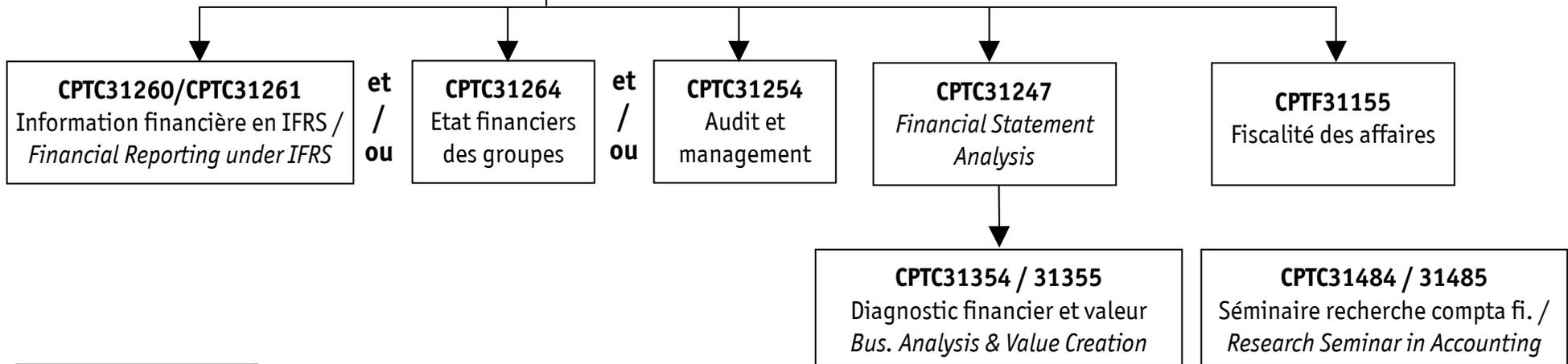
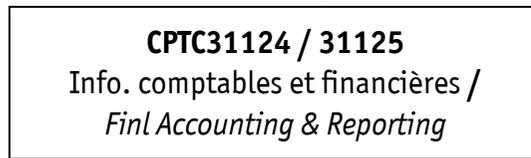
- CPTO31333 Instr. gestion & comportements (*également cours de gestion*)
- CPTO31420 Séminaire de recherche CDG
- CPTO31482 Presse, photos et sémiotique (*séminaire*)

1. Comptabilité financière

Prérequis/
Prerequisite:
bases
de comptabilité
financière /
basics of
financial
accounting



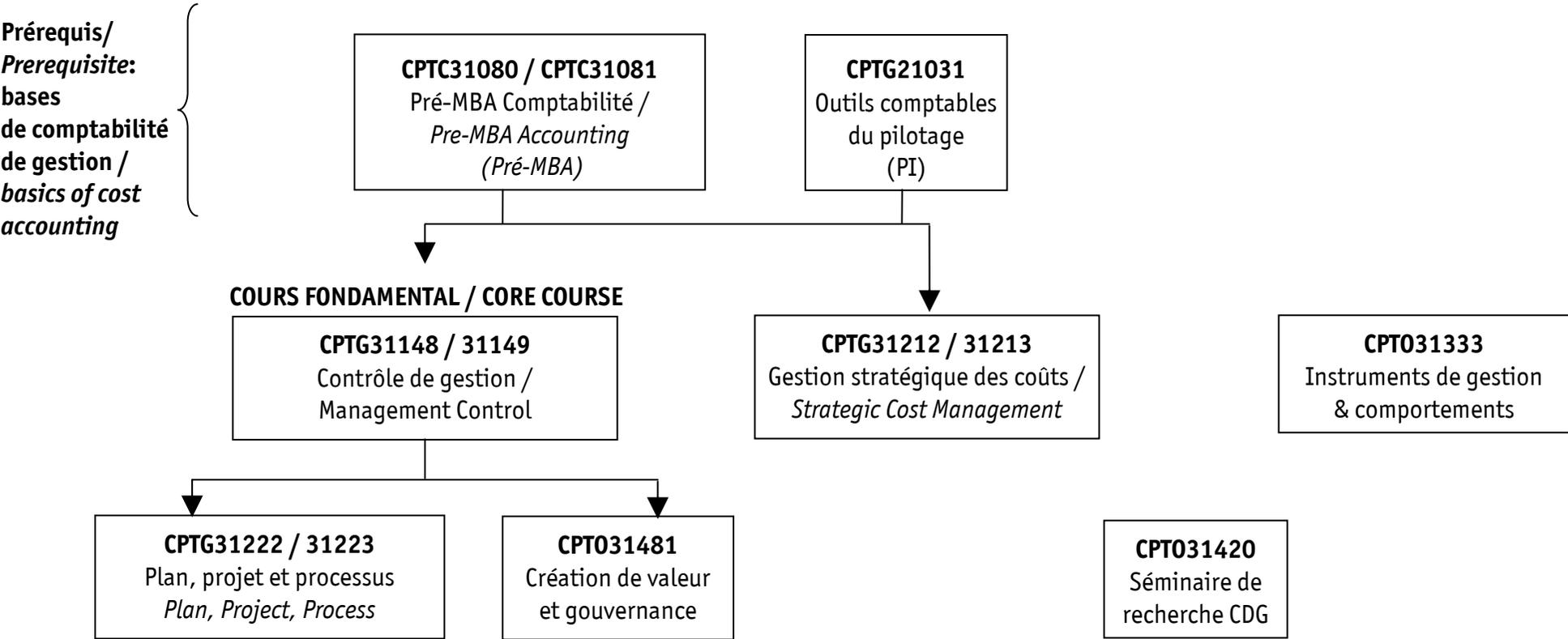
COURS FONDAMENTAL / CORE COURSE



Légendes

→ Prérequis

2. Contrôle de gestion



PLANNING DES COURS				T1	T2	T3
COMPTABILITE FINANCIERE				Nbre de sections		
(a)	CPTC31080	Pré-MBA Comptabilité		4		
ou (a)(e)	CPTC31081	Pre-MBA Accounting		1		
(f)**	CPTC31124	Info comptables et financières		1	4	3
ou (e)(f)**	CPTC31125	Finl Accounting & Reporting		1	2	3
(e)	CPTC31247	Financial Statement Analysis		1	1	1
	CPTC31254	Audit et management			1	1
	CPTC31260	Information financière en IFRS (CPTC31263)			1	1
ou (e)	CPTC31261	Financial Reporting under IFRS		1		
	CPTC31264	Etats financiers des groupes (CPTC31262)				1
ou (e)	CPTC31265	Group Financial Statements				1
(x)	CPTC31354	Diagnostic financier et valeur				
ou (e)	CPTC31355	Bus. Analysis & Value Creation			1	1
(x)	CPTC31484	Séminaire recherche compta fi.				
ou (e)(x)	CPTC31485	Research Seminar in Accounting				
(c)	CPTC31490	Sém. Chaire info. fin.				1
	CPTF31155	Fiscalité des affaires		1	1	1
CONTROLE ET COMPTABILITE DE GESTION						
(f)*	CPTG31148	Contrôle de gestion		1	4	4
ou (e)(f)*	CPTG31149	Management Control		1	3	2
	CPTG31212	Gestion stratégique des coûts (CPTG31211)		1	1	1
ou (e)	CPTG31213	Strategic Cost Management (CPTG31139)			1	
	CPTG31222	Plan, projet et processus				1
ou (e)	CPTG31223	Plan, Project, Process		1		
INSTRUMENTS DE GESTION ET ORGANISATION						
	CPTO31333	Instr. gestion & comportements				1
(x)	CPTO31420	Séminaire de recherche CDG				
	CPTO31481	Créa. de valeur et gouvernance		1		
(x)	CPTO31482	Presse, photos et sémiotique				

Les codes entre parenthèses indiquent l'ancienne codification

(a) Réserve aux étudiants admis directement en MBA

(c) Séminaire de Chaire Financial Reporting ESSEC-KPMG

(e) This course is taught in English

(f) Cours fondamentale

(x) Non proposé cette année

(*) Cours fondamentale pour les étudiants entrés en MBA en 2005-2006 ou après

(**) Cours fondamentale pour les étudiants entrés en MBA en 2008-2009 ou après

Ce planning, établi avec toutes les informations connues au moment de l'impression, est donné sous réserve de changements.

CPTC31080

Pré-MBA Comptabilité

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de pré-MBA

Total des heures : 25.00

Equivalent : CPTC31081

Responsables du cours : B. ESNAULT,
M-L. GOMEZ, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Pré-MBA Comptabilité

Réservé aux étudiants admis directement en MBA ; Cours de pré-MBA : cf. chapitre 4

Objectifs :

Ce cours a pour objectif de présenter :

- la nature et la finalité de la comptabilité financière et de la comptabilité de gestion,
- les principes et méthodes utilisés pour l'enregistrement des données et pour la présentation des états financiers,
- une initiation à l'analyse de la performance de l'entreprise,
- les concepts et méthodes fondamentaux de l'analyse des coûts et de la comptabilité budgétaire.

Thèmes abordés :

Les six premières séances sont consacrées à la comptabilité financière : le principe de la partie double, l'analyse des transactions des cycles d'exploitation, d'investissement et de financement, la comptabilisation des opérations d'inventaires et l'élaboration des documents de synthèse.

Les quatre dernières séances traitent des principes de la comptabilité de gestion : les différentes notions de coût, les méthodes de calcul de coûts de revient complets et partiels, la comptabilité budgétaire et les principes d'écart.

Pédagogie :

Chaque séance de cours comporte des exposés théoriques et des exercices d'application ou des études de cas, à préparer avant la séance.

Evaluation :

Des quiz intermédiaires (un sur la partie financière, un sur la partie comptabilité de gestion : 1/3 de la note) ; un quiz final (2/3 de la note).

Bibliographie :

- B. Esnault et C. Hoarau, *Comptabilité financière*, PUF – Collection quadrige – 2005.
- W. Dick et F. Missonier-Piera, *Comptabilité en IFRS*, Pearson Education France 2009.
- R. Demeestère, *Comptabilité de gestion et mesure des performances*, Dunod 2004.

CPTC31081

Pre-MBA Accounting

Credit hours: 1.00

Course attribute: Pre-MBA course

Contact hours: 25.00

Equivalent: CPTC31080

Course Coordinator: P. ANDRE, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Pre-MBA Accounting

Reserved for the students admitted directly in MBA; Pre-MBA course: cf. chapter 4

Main objectives:

- Definition and purposes of financial accounting and management cost accounting
 - Principles and methods used for bookkeeping, treatment and analysis of business transactions
 - Preparation of synthetic documents
 - Introduction to analysis of company performance
 - Concepts and core tools of cost analysis
- This course is designed for prospective managers whose primary involvement with accounting information is expected to be from a user-perspective (as opposed to a preparer-perspective). The objective of the first part is for participants to gain an appreciation of the various financial reporting and disclosure issues/methods used worldwide in preparing the major financial statements. The second part of this course will focus on management accounting issues with an emphasis on analysis and decision-making. Indeed, managers in all types of organizations rely on managerial accounting information for planning, making key decisions, and monitoring business performance.

The course involves a combination of lecture, problem solving and discussion of issues.

Assessment:

Final examination

Suggested Textbooks:

Jamie Pratt, *Financial Accounting: In an Economic Context*, 6th edition 2006, Wiley, ISBN 0-471-65528-7

Ronald W. Hilton, *Managerial Accounting*, 6th edition 2005, McGraw-Hill, ISBN 0-07-250287-8

CPTC31124

Info comptables et financières

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours fondamental

Total des heures : 25.00

Equivalent : CPTC31125

Prérequis : (CPTC21020 or CPTC31080 or CPTC31081)

Responsables du cours : C. RICHARD,
R. DINASQUET, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Informations comptables et financières

*(Cours fondamental pour les étudiants entrés en MBA en 2008-2009 et après)
Cours anciennement offert sous le code CPTC31125*

Objectifs :

Ce cours est considéré comme un cours fondamental pour les étudiants entrés en MBA en 2008-2009 et après. Il a pour objectif de comprendre la manière dont les informations comptables sont produites et présentées par l'entreprise. Il s'agit d'approfondir et de compléter ce qui est enseigné dans les cours initiaux.

Thèmes abordés :

Opérations comptables classiques, tableau des flux de trésorerie, consolidation des comptes, analyse des états financiers, gouvernance d'entreprise.

Pédagogie :

L'enseignement est dispensé à partir de cas et d'exercices.

Evaluation :

L'évaluation est faite en deux temps : un quiz informatique à mi-parcours et un devoir sur table (sans document) en fin de trimestre. La pondération est respectivement de 25% et 75%.

Bibliographie :

L'ouvrage de référence est le suivant :

Dick W. & Missonier-Piera F. (2006), *Comptabilité financière en IFRS*, Pearson Education, 329 p.
Des conseils de lecture sont donnés ensuite tout au long du cours.

CPTC31125

Finl Accounting & Reporting

Credit hours: 1.00

Course attribute: Core course

Contact hours: 25.00

Equivalent: CPTC31124

Prerequisite: (CPTC21020 or CPTC31080 or CPTC31081)

Course Coordinators: C. RICHARD,
R. DINASQUET, ESSEC professors
This course is taught in English

Course outline:

Financial Accounting and Reporting

(Core course for the students who entered the MBA in 2008-2009 and after)

This course was offered with the code CPTC31124.

Objectives:

This course is considered as mandatory for students who have been in MBA since 2008- 2009. The objective is to understand how the firm produces and reports accounting information and to deepen and supplement what it is taught in the initial course.

Topics covered:

Classical operations, cash flows statements, group accounts, financial analysis, corporate governance.

Teaching methods:

Teaching is given on the basis of cases and exercises.

Grading pattern:

The student is evaluated in two steps: a computer quizz at mid-term (25%) and a

written exam at the end of the term (75%).

Bibliography:

The reference book is the following: Aerts W. & P. Walton (2006), *Global Financial Accounting and Reporting*, London, Thomson Learning. Reading advice is given throughout the course.

CPTC31247

Financial Statement Analysis

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Equivalent: FINE31247
Prerequisite: (FINE31123 or FINE31124) and (CPTC31124 or CPTC31125)
Course Coordinator: P. ANDRE, ESSEC professors
This course is taught in English

Course outline:

Financial Statement Analysis

This is a joint course with the Finance Department (FINE31247)

Objectives:

Equity and credit analysts, but also corporate managers, need to understand how financial statements provide information regarding corporations. This course examines the principles of financial statement analysis, i.e. reported under both IFRS (International Financial Reporting Standard) and US GAAP. It provides participants with a framework to understand how (1) the value and (2) credit risk that business generates are captured in financial statements.

Topics covered:

Reformulating financial statements, Analysing financial performance, Credit Evaluation, Analysing the quality of financial statements, Financial statements and valuation, and Forecasting from financial statements.

Teaching methods:

Teaching method is a mix of taught courses and exercises.

Grading pattern:

Grading consists of a multi-part team project analysing a set of public companies throughout the term.

Bibliography:

Main reference book is: Stephen Penman, *Financial Statement Analysis and Security Valuation*, 3rd edition, McGraw-Hill International, 2007.

CPTC31254

Audit et management

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Pré requis : (CPTC31124 or CPTC31125)
Responsable du cours : P. WALTON, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Audit et management

L'audit, traditionnellement attaché à l'information comptable et financière externe, recouvre de plus en plus toutes les fonctions de l'entreprise. L'audit permet de se former une opinion indépendante sur l'efficacité, la rentabilité, la qualité et assiste ainsi les managers dans leurs prises de décisions. Ce cours se propose d'exposer la démarche inductive et objective propre à l'auditeur ; il dépasse le domaine purement comptable et aborde, outre le rôle traditionnel de l'audit (fiabilité des états financiers), des missions particulières (restructuration, financement...). Les étapes des missions sont illustrées par des cas.

CPTC31260

Information financière en IFRS

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : CPTC31261, CPTC31263
Pré requis : (CPTC31125 or CPTC31124)
Responsables du cours : W. DICK, P. WALTON, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :**Information financière en IFRS**

*Cours anciennement offert sous le code
CPTC31263*

Objectifs :

Ce cours traite de problématiques liées à l'application des International Financial Reporting Standards (IFRS) qui constituent le référentiel comptable pour les groupes cotés dans l'Union Européenne. Le cours traite également le thème de la problématique de la convergence des normes IFRS et américaines.

Thèmes abordés :

Parmi les sujets abordés figurent les documents de synthèse, la reconnaissance du revenu, l'information sectorielle, les instruments financiers, les contrats de location ainsi que les immobilisations corporelles et incorporelles.

Pédagogie :

Pour tous ces thèmes, des exposés de l'enseignant sur les concepts alternent avec leur mise en place concrète dans le cadre d'exercices ou d'études de cas.

Evaluation :

L'UV est validée sur la base d'un exposé en groupe (50% de l'UV) et d'un examen final individuel (50%).

Bibliographie :

Dick W. et F. Missonier-Piera, *Comptabilité financière en IFRS*, 2ème édition, Pearson Education, 2009.

Walton, P. & Aerts, W. *Global Financial Accounting and Reporting: Principles and Analysis*, 2nd edition, Cengage 2009.

CPTC31261**Financial Reporting under IFRS**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: CPTC31260, CPTC31263

Prerequisite: (CPTC31125 or CPTC31124)

Course Coordinators: P. WALTON,
W. DICK, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:**Financial Reporting under IFRS****Objectives:**

This course addresses the application of International Financial Reporting Standards (IFRS) which are the comprehensive basis of accounting for listed companies in the EU and many other countries. The course will also address convergence between IFRS and US Generally Accepted Accounting Principles (GAAP).

Topics covered:

Financial statement presentation, revenue recognition, segment information, financial instruments, leasing, intangible and tangible assets.

Teaching method:

The teaching method will include presentations on the issues as well as practical application in the form of exercises and case studies.

Evaluation:

This unit is evaluated with a group study (50%) and a final exam (50%)

Bibliography:

Dick W. et F. Missonier-Piera, *Comptabilité financière en IFRS*, 2ème édition, Pearson Education, 2009.

Walton, P. & Aerts, W. *Global Financial Accounting and Reporting: Principles and Analysis*, 2nd edition, Cengage 2009.

CPTC31264**Etats financiers des groupes**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : CPTC31262, CPTC31265

Prérequis : (CPTC31124 or CPTC31125)

Responsable du cours : B. ESNAULT,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Etats financiers des groupes de sociétés**

*Cours anciennement offert sous le code
CPTC31262*

Objectifs :

Le groupe de sociétés est une structure largement répandue dans l'organisation des firmes. L'objectif de ce cours est donc de maîtriser la démarche de consolidation, la construction et l'interprétation des états financiers consolidés.

Thèmes abordés :

Les divers procédés de rapprochement d'entreprises (fusion, filialisation...)

Le périmètre de consolidation

Les normes françaises et internationales

Méthodes de consolidation

Les opérations de consolidation

(retraitements, transactions intra-groupe...)

Traitement des acquisitions et le goodwill

La conversion des comptes des filiales étrangères

Principes et méthodes de présentation des états financiers des groupes

Pédagogie :

Cas et exercices mettant en pratique l'apport théorique.

Evaluation :

Quiz intermédiaire, quiz final et simulation réalisée en groupe.

CPTC31265**Group Financial Statements**

Number of UV: 1.00

Type of Course: Management Course

Total Hours: 25.00

Equivalent: CPTC31262, CPTC31264

Prerequisite: (CPTC31125 or CPTC31124)

Course coordinators: B. ESNAULT, W. DICK
ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:**Group Financial Statements****Objectives:**

The group of companies is a widely used form of firms' organisation. The objective of this course is to master the process of consolidation as well as the construction and interpretation of group financial statements.

Topics:

- The various methods of business combinations (mergers, spin offs...)
- The scope of consolidation
- The French and international financial reporting standards
- Methods of consolidation
- The consolidation of operations (adjustments, intra-group ...)
- Treatment of acquisitions and goodwill
- The translation of foreign subsidiaries' financial statements
- Principles and methods of financial reporting of groups

Pedagogy:

Cases and exercises putting into practice the theoretical concepts.

Grading:

Midterm exam, final exam, simulation project carried out in group.

CPTC31354**Diagnostic financier et valeur**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : CPTC31355

Prérequis : (CPTC31247 or FINE31247)

Responsable du cours : A. CAZAVAN-JENY,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Diagnostic financier et valeur de l'entreprise**

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Objectifs :

L'objectif de ce cours est de présenter les principaux modèles d'évaluation de la performance, afin d'évaluer une entreprise à partir de l'information contenue dans les états financiers (en normes comptables internationales, américaines ou françaises). Ces modèles doivent permettre une meilleure compréhension des facteurs de création de valeur d'une société dans différents environnements sectoriels et institutionnels.

Thèmes abordés :

Analyse comptable, analyse financière, analyse de crédit, gouvernement d'entreprise et communication financière, problèmes d'évaluation dans des situations particulières, comme les introductions en bourse, les fusions et les acquisitions, le private equity, les sociétés « immatérielles », etc.

Pédagogie :

Les étudiants doivent présenter leurs analyses de cas (méthode des cas) et participer activement aux discussions sur les différents thèmes abordés. De courtes lectures sur des sujets spécifiques seront également demandées.

Evaluation :

Analyses de cas (individuelles) - 40%
Analyses et présentation de cas (groupe) - 40%
Participation aux discussions - 20%

CPTC31355**Bus. Analysis & Value Creation**

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Equivalent: CPTC31354
Prerequisite: (CPTC31247 or FINE31247)
Course Coordinator: D. LUI, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:**Strategic Business Analysis and Value Creation****Objectives:**

The focus of this course is to develop a comprehensive framework for evaluating the performance of a business and for assessing its prospects and value using the information contained in financial statements (based on both the U.S. and international standards). The framework will allow a better understanding of the underlying drivers of value creation in a firm in various industrial and institutional settings.

Topics covered:

Accounting analysis, financial analysis, credit analysis, corporate governance and corporate communications, valuation issues in specific settings such as IPOs, mergers and acquisitions, private equity, intangible companies, etc.

Teaching methods:

Students are expected to present their analysis of the assigned case studies and participate actively in classroom discussion of key issues. Short lectures on specific topics will also be provided.

Grading pattern:

Case analyses (Individual) - 40%
Case analyses and presentations (Group) - 40%
Classroom participation - 20%

CPTC31484**Séminaire recherche compta fi.**

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : CPTC31485
Prérequis : (CPTC31124 or CPTC31125)
Responsable du cours : A. CAZAVAN-JENY, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Séminaire de recherche en comptabilité financière**

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Objectifs :

Ce séminaire porte sur des thèmes variables en fonction des intérêts des professeurs de comptabilité financière comme des professeurs visitants ou des intervenants externes dans ce domaine. D'une durée d'enseignement identique à celle d'un cours, il s'inscrit dans une démarche de recherche où les étudiants sont co-créateurs du contenu de l'enseignement et reçoivent une formation de base à la recherche. Ce séminaire est particulièrement conseillé aux étudiants qui suivent l'une des filières du département comptabilité-contrôle de gestion. Pour l'efficacité de la recherche,

l'effectif de ce séminaire est plafonné à vingt étudiants.

Thèmes abordés :

Les thèmes peuvent évoluer d'un trimestre à l'autre et sont précisés dans l'emploi du temps trimestriel par un descriptif. En général, ils nécessitent de bonnes bases en comptabilité financière. Le cours fondamental de comptabilité financière est donc un prérequis.

Pédagogie :

Les méthodes pédagogiques font plus largement appel aux investigations personnelles des étudiants, à travers des lectures ou la mobilisation de leur expérience propre.

Evaluation :

Présentation d'un travail de recherche (individuel ou en groupe) : 60%
Participation aux discussions : 40%

CPTC31485

Research Seminar in Accounting

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: CPTC31484

Prerequisite: (CPTC31124 or CPTC31125)

Course Coordinator: A. CAZAVAN-JENY, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Research Seminar in Financial Accounting

(This course will not be offered in 2009-10).

Objectives:

This seminar presents various financial accounting topics in function of the permanent or visiting faculty's interests. They generally suppose a good knowledge of the fundamentals in financial accounting.

Topics covered:

The syllabi could change every trimester and are described in the quarterly schedules.

Teaching methods:

It is a research seminar where students are involved in the topics studied.

Grading pattern:

Research file and presentations
(Individual / Group) – 60%
Classroom participation – 40%

CPTC31490

Sém. Chaire info. fin.

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsables du cours : W. DICK, P. WALTON, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Séminaire de Chaire Financial Reporting ESSEC-KPMG

Réservé aux étudiants de la Chaire. Voir chapitre 8 Chaires « Financial Reporting ESSEC KPMG ».

Le séminaire de la Chaire permet aux étudiants, dans le cadre de conférences traitant de thèmes autour des IFRS, de rencontrer des personnalités de premier plan dans le domaine de l'information financière.

Le séminaire s'étale sur deux trimestres : le T3 de la première année d'inscription dans la Chaire, et le T3 de l'année suivante. L'inscription doit se faire obligatoirement les deux années. Le séminaire donne lieu à une UV. Les 10 séances ont lieu en général le mercredi à 16h30.

La validation de l'UV se fait par la réalisation d'une étude ou d'une recherche individuelle ou en binôme dont le thème est en rapport avec la thématique de la Chaire.

CPTF31155

Fiscalité des affaires

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Prérequis : (CPTC31124 or CPTC31125)

Responsable du cours : B. ESNAULT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Fiscalité des affaires****Objectifs :**

Présenter les grands principes de la fiscalité directe et indirecte française.
Sensibiliser les étudiants à l'impact de l'impôt sur les décisions de gestion.
Clarifier les liens entre fiscalité et comptabilité.

Thèmes abordés :

Les sources du droit fiscal en France et à l'international

Impôt sur le Revenu pour les Personnes Physiques : redevables, territorialité, revenus imposables et calcul

Impôt sur les Sociétés: assujettis, détermination du résultat fiscal, calcul et paiement de l'IS

Taxe sur la Valeur Ajoutée : champs d'application, base d'imposition, différents taux, redevables, régime des déductions.

Pédagogie :

Enseignement dispensé par des avocats d'affaires sur la base d'exposés et d'exercices.

Evaluation :

Quiz final

CPTG31148**Contrôle de gestion**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours fondamental

Total des heures : 25.00

Equivalent : CPTG31149

Prérequis : (CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081)

Responsables du cours : Ph. LORINO, N. MOTTIS, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :**Contrôle de gestion**

(Cours fondamental pour les étudiants entrés en MBA en 2005-2006 et après)

Objectifs :

Le cours vise à fournir aux étudiants la base de connaissance des techniques et pratiques de pilotage (pratiques

budgétaires, analyse de la performance des unités et de leurs responsables, choix d'indicateurs clés, etc.) requise pour tout manager qui assume des responsabilités de gestion. Il s'adresse bien sûr aux personnes qui souhaitent exercer dans ce domaine, mais aussi et surtout tous les étudiants de l'ESSEC MBA qui traiteront tôt ou tard les problématiques abordées.

Thèmes abordés :

Le cours présente les pratiques managériales, les concepts et les instruments fondamentaux du contrôle de gestion, et, plus généralement, du pilotage des performances de l'entreprise. Par « pilotage », on entend ici les méthodes visant à orienter et éclairer l'action des acteurs de l'entreprise et assurer sa cohérence avec les objectifs stratégiques. A la différence de la comptabilité de gestion (cours CPTG21031, CPTC31080, CPTC31081, CPTG31212, CPTG31213) qui, elle, porte sur le système d'information et a pour objectif de structurer l'information comptable à des fins de gestion et de décision, ce cours porte donc sur des pratiques managériales qui mobilisent une large palette d'instruments comptables et non comptables (budget et contrôle budgétaire, facturations et prix de cession internes, typologie des centres de responsabilité, indicateurs de performance financière, indicateurs de performance stratégique, tableaux de bord, balanced scorecard...). Il faut noter que le cours présuppose que les étudiants maîtrisent déjà les bases de la comptabilité de gestion et ne procède pas à leur révision systématique.

Pédagogie :

Le cours repose sur des présentations de connaissances formalisées effectuées par l'enseignant, et sur l'analyse et la discussion par les étudiants d'articles et de cas. Les cas, essentiels pour développer la compréhension des situations de gestion, doivent être soigneusement

préparés en dehors des cours. Ils sont peu calculatoires et appellent surtout des efforts d'analyse et de réflexion.

Evaluation :

40 % quiz final, 40% contrôle continu (mini-quiz en cours de trimestre, traitement écrit ou oral de cas, exposés), 20% assiduité et participation au cours.

Bibliographie :

Demeestère, Lorino, Mottis, *Contrôle de gestion et pilotage de l'entreprise*, Dunod 2009, 4ème édition.

CPTG31149

Management Control

Credit hours: 1.00

Course attribute: Core course

Contact hours: 25.00

Equivalent: CPTG31148

Prerequisite: (CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081)

Course Coordinators: Ph. LORINO,
N. MOTTIS, ESSEC professors
This course is taught in English

Course outline:

Management Control

(Core course for the students who entered the MBA in 2005-2006 and after)

Objectives:

The control competences targeted by the course are not specialized controller competences, but rather the basic knowledge that any manager needs to fulfil his/her managerial responsibilities.

Topics covered:

This course introduces students to the managerial practices, concepts and basic techniques of management control, and more generally of performance management, i.e. the diverse methods designed and implemented to pursue the organization's organizational goals. Equal emphasis is given to the techniques of the management control process (transfer pricing, return on investment, non financial measures), the managerial practices through which they are implemented and the structural aspects of

control (responsibility centres, process based management). The mechanical and procedural details of accounting are minimized, while the conceptual, behavioural and communication aspects of planning and control topics are emphasized. Warning: this course preresquires a good knowledge of management accounting bases and does not provide a systematic refresher.

Teaching methods:

Some lecture material will be presented by the instructor, but a great emphasis will be placed on students' analyses and discussions on the assigned reading and business cases.

Grading pattern:

40 % final test, 40% continuous control (mini-quiz, written or oral treatment of business cases, discussion of articles), 20% presence and participation.

Bibliography:

Anthony R.N. & Govindarajan V. (1998, 2006)
Management Control Systems, Mac Graw-Hill.

CPTG31212

Gestion stratégique des coûts

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: CPTG31139, CPTG31211, CPTG31213

Responsables du cours : F. CAVELIUS,
M. GORDIN, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Gestion stratégique des coûts

Ce cours a été profondément refondu et était anciennement offert sous le code CPTG31211.

Objectifs :

Dans leur recherche de création de valeur et d'atteinte de la performance, les entreprises sont amenées à porter un autre regard sur l'analyse des coûts, devant tenir compte des aspects et des priorités stratégiques de l'entreprise. Il s'agit ainsi de choisir les méthodes de calculs les plus adaptées au contexte

stratégique dans lequel évolue l'entreprise. Par ailleurs, les coûts ne sont pas seulement subis mais gérés de façon prévisionnelle. Il s'agit ainsi :

- D'analyser les facteurs déterminants des coûts
- De choisir le système de coûts pertinents compte tenu des objectifs stratégiques ou du type de décisions
- De maîtriser les coûts tout au long de la chaîne de valeur de l'entreprise
- De prévoir les coûts afin ensuite d'analyser les écarts avec les réalisations

Thèmes abordés :

Le cours est organisé de la façon suivante :

- un rappel des notions et techniques de base des calculs de coûts
- un examen des méthodes à mettre en œuvre pour répondre aux différents usages évoqués plus haut
- une synthèse sur la mise en œuvre d'un système de coûts et ses impacts sur la gestion prévisionnelle

Pédagogie :

Aux côtés d'apports de connaissances par le professeur, le cours sera surtout axé sur la résolution de cas pratiques et la mise en situation. A l'issue du module, l'étudiant doit être capable de distinguer les avantages et inconvénients des différentes méthodes, afin d'être opérationnel dans leur utilisation voire leur implantation en entreprise.

Mode d'évaluation :

20% participation/40% contrôle continu/40% quiz final.

Bibliographie :

René Demeestère, Comptabilité de gestion et mesure des performances, Dunod, 2004
Charles T. Horngren et al., Comptabilité de gestion, Pearson Education, 3ème édition, 2006

CPTG31213

Strategic Cost Management

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: CPTG31139, CPTG31211, CPTG31212

Course Coordinators: F. CAVELIUS, M. GORDIN, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Strategic Cost Management

This course has been deeply updated and is based upon the course that had the code CPTG31139 before.

Objectives:

In their search for value creation and in order to reach performance, companies are driven to adopt a different view on the analysis of the costs, taking into account the strategic priorities of the company. It is thus a question of choosing the most adapted method of cost calculation according to the strategic context in which the company moves. In addition, the costs are not only loaded but are managed in an estimated way. The objectives are thus the following:

- To analyze the determining factors of the costs
- To choose the relevant costs system according to the strategic objectives or the type of decisions to be made
- To control the costs along the value chain of the firm
- To forecast the costs to be able then to analyse the variances with the realizations

Topics covered:

The course is organized as follows:

- A reminder of the basic notions and techniques of cost calculation
- A revue of the methods to implement in order to answer the different questions evocated above
- A synthesis on the settlement of cost system and its impact on the forecasting process.

Teaching methods:

Beside the knowledge brought by the instructor, the course is mainly turned on practical cases resolution. At the end of the module, the student should be able to distinguish the advantages and disadvantages of the various methods, in order to be operational in their use or implementation in a company.

Grading pattern: 20% participation/40% continuous control/40% final quiz.

Bibliography:

René Demeestère, Comptabilité de gestion et mesure des performances, Dunod 2004, Charles T. Horngren et al., Cost Accounting: A Managerial Emphasis, Pearson Education, 13th edition (2008).

CPTG31222**Plan, projet et processus**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : CPTG31223

Prérequis : (CPTG31148 or CPTG31149)

Responsables du cours : M.L. GOMEZ, N. MOTTIS, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :**Plan, projet et processus****Objectifs :**

Ce cours aborde les pratiques de pilotage dans une perspective de changement organisationnel, avec une approche pluridisciplinaire. Il présente différentes démarches de pilotage essentiel (plans, projets, processus) et amène les étudiants à s'interroger sur l'impact des pratiques, sur la flexibilité d'une organisation et sur sa capacité d'apprentissage. Dans quelle mesure les outils permettent-ils d'évoluer dans un environnement de plus en plus complexe ?

Thèmes abordés :

Dans un premier temps, le cours aborde différentes conceptions du changement organisationnel et précise les notions de réactivité, flexibilité, coordination, apprentissage organisationnel. Puis le

cours traite de différents aspects du système de pilotage, en vue de comprendre comment ce dernier peut permettre d'inscrire l'organisation dans une dynamique de changement.

Les aspects du pilotage abordés successivement sont :

- les cycles de gestion traditionnels (planification stratégique, plans opérationnels et budgets) ;
- les démarches processus et leur organisation;
- le management des projets et les outils de pilotage associés.

Pédagogie :

Le cours s'appuie sur des cas pratiques et sur l'état de la recherche dans le domaine. Des cas sont proposés dans des secteurs variés (santé, industrie automobile, aéronautique, armée, banque...) et le cours repose en grande partie sur leur discussion. Des intervenants extérieurs sont régulièrement invités à faire part de leur expérience aux étudiants. La participation active des étudiants est donc indispensable. D'autre part, le cours s'appuie sur les derniers travaux de recherche dans le domaine. Des lectures de ces travaux sont demandées aux étudiants et discutées en séance.

Evaluation :

L'évaluation repose sur du contrôle continu uniquement, à l'écrit et à l'oral, sur des travaux individuels et collectifs autour des cas et des lectures : 40% sur les cas, 40% sur l'analyse d'articles, 20% sur la participation aux discussions.

Bibliographie :

Lorino, Philippe, *Méthodes et pratiques de la performance*, 3ème édition, Editions d'Organisation, Paris, 2003.

Long Range planning Special Issue on strategic planning, vol. 41, no. 3, June 2008.

T. Mc Nulty (2002): *Reengineering as knowledge management*, Management Learning, Vol. 33, No. 4, pp. 439-458.

CPTG31223

Plan, Project, Process

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: CPTG31222

Prerequisite: (CPTG31148 or CPTG31149)

Course Coordinators: M.L. GOMEZ,
N. MOTTIS, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Plan, Project, Process

Objectives:

This course deals with control systems and tools in the perspective of change in organizations. In a complex environment, the creation and development of a competitive advantage rely heavily upon management control systems that really reflect the strategic orientations of the organization. It implies a permanent adaptation of these systems and good alignment between strategy and control. This course proposes to examine control practices in this perspective. It revisits classical issues such as planning, process and project management. It includes more recent advances such as target costing for example.

Topics covered:

The course begins by exploring the characteristics a changing organization may develop: reactivity, flexibility, ability to learn and spread knowledge, etc. Then it focuses on various aspects of control systems and tools in order to understand how they may enhance change in organizations: planning loops (from strategic planning to budgeting); process modelization and optimization, cross-functional teams and projects management. These issues are addressed across different economic sectors: automobile industry, aerospace, financial services, healthcare, military, etc. Experts and leaders from these organizations are regularly invited to share their experience with students.

Teaching methods:

The course relies on both case discussions and ultimate research contributions.

Grading pattern:

Case studies: 40%; Article presentations: 40%; Class participation: 20%

Bibliography:

Long Range planning Special Issue on strategic planning, vol. 41, no. 3, June 2008.

T. Mc Nulty (2002), *Reengineering as knowledge management*, Management Learning, Vol. 33, No. 4, pp. 439-458.

A series of articles provided to the students at the beginning of the term.

CPT031333

Instr. gestion & comportements

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : CPT031335

Responsable du cours : A. BOURGUIGNON,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Instruments de gestion et comportements

Comme son nom l'indique, ce cours n'est ni un cours de comptabilité ni un cours de contrôle de gestion.

Introduction et objectifs :

Les instruments de gestion (évaluation des personnes, tableaux de bord, budgets, suivi de clientèle, gestion de stocks, etc.) sont mobilisés dans toutes les fonctions du management. Au-delà de leurs objectifs affichés, ils ont souvent également de multiples fonctions implicites, plus ou moins occultes mais tout aussi (voire parfois plus) importantes en matière de conduite des organisations. Ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants d'analyser ces dimensions cachées et au-delà, leur donner des clés de lecture permettant de comprendre comment les acteurs s'approprient (ou au contraire résistent à) ces systèmes. Ce cours présente un intérêt particulier pour des étudiants :

- cherchant une formation « généraliste » au management,
- qui, en fin de cursus, veulent relire leurs expériences professionnelles à l'aide de grilles de lecture « non-techniques »,
- intéressés par la psychologie et/ou la sociologie,
- internationaux (questions interculturelles),
- qui s'intéressent au contrôle de gestion ou/et à la GRH.

Thèmes abordés :

Les 4 thèmes approfondis sont respectivement, (1) l'ancrage culturel des instruments et modèles de gestion, (2) le rôle des instruments de gestion dans le changement organisationnel (et réciproquement), (3) la psychologie de l'évaluation et du contrôle et (4) les limites des systèmes d'évaluation.

Pédagogie :

La pédagogie, très réflexive, propose d'articuler en permanence concepts et grilles de lecture avec l'expérience professionnelle, scolaire, etc. Elle repose sur l'exploitation de textes de recherche (sociologie et psychologie pour l'essentiel) (exposés) et sur des mini-cas – qui, ensemble, offrent les bases d'un échange collectif approfondi, structuré et constructif.

La pédagogie permet également de réfléchir sur ses propres présupposés culturels et attitudes personnelles, vis-à-vis de l'action, la motivation, l'évaluation, la récompense, etc. Enfin, elle permet de remettre en perspective théorique des expériences professionnelles antérieures souvent restées imparfaitement analysées.

Evaluation :

Elle repose à 65% sur le contrôle continu (exposé 35% + note de participation aux débats collectifs 30%) et pour 35% sur un travail personnel (fin de trimestre)

CPT031420

Séminaire de recherche CDG

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : P. LORINO, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Séminaire de recherche en contrôle de gestion

Objectifs :

(Ce séminaire ne sera pas offert en 2009-10).
Ce séminaire vise à organiser la réflexion des étudiants sur des thèmes avancés et présents dans les débats actuels, concernant le contrôle de gestion ou plus largement la vie des organisations. Il s'appuie sur la recherche des professeurs ou des professeurs visitants.

CPT031481

Créa. de valeur et gouvernance

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : CPTG31481

Prérequis : (CPTG31148 or CPTG31149)

Responsable du cours : N. MOTTIS, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Création de valeur et gouvernance

Objectifs :

Ce cours est organisé sous la forme d'un séminaire : il repose essentiellement sur la présentation et la mise en perspective de travaux de recherche récents sur le thème de la création de valeur et de la gouvernance d'entreprise. Il vise à permettre aux étudiants de mieux comprendre les enjeux et techniques de pilotage économique liés aux différents modes de gouvernance d'entreprise.

Thèmes abordés :

- l'émergence et la diffusion de la notion de valeur actionnariale en relation avec les changements dans les systèmes de gouvernance des firmes

- les problèmes de définition et de mesure de la valeur créée
- la conception d'objectifs de performance et de systèmes d'incitation associés à la notion de valeur
- la référence à la création de valeur dans la communication financière des entreprises et les discours sur la valeur actionnariale
- la prise en compte de la notion de création de valeur dans la gestion stratégique de l'entreprise : business planning, décisions d'investissement/désinvestissement, optimisation de la politique financière.
- la prise en compte des notions de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) dans le pilotage de la création de valeur.
- l'impact des pratiques d'investissement socialement responsable (ISR) sur le pilotage des firmes.

Pédagogie :

Le cours s'appuie sur la présentation et la discussion des travaux de recherche (cas ou articles) les plus récents, ainsi que sur le témoignage d'acteurs du domaine (analystes financiers, dirigeants d'entreprises et d'agences de notation...). Des lectures préparatoires sont demandées aux étudiants et discutées en séance.

Evaluation :

L'évaluation repose sur du contrôle continu (mini quiz portant sur les cas ou articles à préparer) et la réalisation d'un travail en équipe sur un exemple concret, qui fait l'objet d'une présentation lors de la dernière séance.

Bibliographie :

Contrôle de gestion et pilotage, Demeestère R., Lorino Ph., Mottis N., Dunod, 4ème édition, 2009

Ainsi qu'une série d'articles remis aux étudiants en début de trimestre

CPT031482

Presse, photos et sémiotique

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : A. BOURGUIGNON, professeur ESSEC

Descriptif du cours (en cours de révision) :

Presse, photos et sémiotique

(Ce cours est en cours de refonte ; il ne sera pas offert en 2009-2010 ; en 2010-2011, il sera offert avec un autre préfixe –plus cohérent avec son contenu). Comme son nom l'indique, ce séminaire de recherche n'est pas un cours de comptabilité ni un cours de contrôle de gestion.

Introduction et objectifs :

Ce séminaire propose d'associer les étudiants à une recherche conduite par des professeurs sur la place et la sémiotique des photos dans la presse grand public en management (Capital, Management, Enjeux-Les Echos, etc.). L'objectif du séminaire est d'explorer le sens des images qui illustrent les articles, et de produire des hypothèses quant à la fonction implicite de ces illustrations. Il s'agit d'un « véritable » séminaire de recherche – c'est-à-dire ni un cycle de conférences ni non plus un cours (au sens classique du terme) très spécialisé. Aucun prérequis n'est nécessaire mais un peu de connaissance et de recul sur le monde des entreprises permet sans doute de tirer un meilleur profit de cette expérience de recherche.

Thèmes abordés :

Ce séminaire par définition très pluridisciplinaire (communication, sociologie, sémiotique) s'adresse à des étudiants intéressés par ces différentes disciplines ou le secteur de la presse. Il peut aussi constituer une initiation pour des étudiants intéressés par la recherche.

Pédagogie :

Sur une sélection de questions ou de supports préalablement réalisée par les professeurs, les étudiants sont invités à définir leurs propres questions de recherche et méthodes, à conduire les investigations (entretiens par exemple) nécessaires, à analyser les données recueillies pour produire un rapport de recherche. Les professeurs encadrent le travail des étudiants en apportant un soutien conceptuel, bibliographique et méthodologique.

Evaluation :

La note finale repose à 40% sur la participation constructive dans les différentes séances, et à 60% sur le rapport final de recherche.

Section 5. Droit et Environnement de l'Entreprise

Professeur responsable : Thierry SIBIEUDE

Secrétariat : Françoise FITAMANT, Séverine LAURENCE, Jennifer PAIN

Le département *Droit et Environnement de l'Entreprise* développe ses activités d'enseignement dans deux directions essentielles, avec chaque fois des spécialisations professionnelles ou académiques.

- Pour les enseignements en Droit, il s'agit de donner aux étudiants une formation de base, indispensable à la vie des affaires.
Pour ceux qui souhaitent accéder à une formation poussée en droit des affaires, le département propose le «Cursus Droit*». Des partenariats ont été mis en place avec les universités pour aider à articuler la double formation que ces étudiants devront suivre pour accéder aux professions juridiques, notamment à celle d'avocat. Les professeurs proposent également des travaux (UV de recherche, monitorats notamment dans le cadre du CENTRE EUROPEEN DE DROIT et d'ECONOMIE-CEDE**).
- Pour la dimension **Environnement de l'entreprise**, il s'agit de sensibiliser à la compréhension de l'enjeu de la gestion des territoires et de l'environnement. Trois axes de préparation professionnelle sont privilégiés : la stratégie territoriale et environnementale de l'entreprise, la gestion et la stratégie des collectivités publiques, l'économie et la gestion de l'immobilier de l'entreprise. Trois Chaires et l'Institut des villes et du territoire (IVTI***) permettent de structurer ces enseignements.
- Le département développe aussi une dimension spécifique de recherche et d'enseignement en **Négociation, médiation et gestion des conflits**, développée dans le cadre de l'institut ESSEC IRÉNÉ****. Dans le cadre de l'Institut des Villes et du Territoire, sont développés un enseignement et des recherches en négociations, médiations et gestion de conflits incluant des acteurs publics et privés.

* Les étudiants intéressés par le Cursus Droit se reporteront au chapitre 9. Filières et cursus.

**Le CEDE est un Centre de Recherche transversal en Economie et Droit. Il travaille sur des problématiques concrètes avec des partenaires institutionnels et des entreprises et offre des UV de recherche aux étudiants. Voir plaquette du département.

*** L'Institut des Villes et du Territoire (IVTI) s'appuie sur la chaire d'Economie Urbaine de l'ESSEC pour former une nouvelle génération d'experts spécialisés dans le domaine de la gestion urbaine et des services publics. Il est dirigé par les professeurs Thierry SIBIEUDE et Franck VALLERUGO. La chaire d'Economie Urbaine : parce que les choix d'une implantation urbaine sont des données stratégiques vitales pour les entreprises, la Chaire d'Economie Urbaine forme des managers et des responsables de collectivités publiques qui doivent maîtriser les équilibres sociaux, urbains et écologiques. Le professeur Laurence DE CARLO y développe en particulier l'étude des processus de décision complexes entre acteurs publics et privés à travers les consultations, concertations, négociations, facilitations, médiations et gestion de conflits auxquels ils donnent lieu. Professeurs titulaires : Franck VALLERUGO et Alain SALLEZ. La chaire d'Entrepreneuriat Social s'intéresse aux thématiques d'entrepreneuriat social, de stratégie et de management des initiatives privées au service de l'intérêt collectif. Professeur titulaire : Thierry SIBIEUDE. La chaire ESSEC-BNP PARIBAS Real Estate permet aux étudiants de se spécialiser sur les problématiques de finance et de management de l'immobilier, notamment dans l'entreprise, à partir d'un enseignement théorique et pratique, de conférences et séminaires de recherche et des rencontres avec les professionnels du secteur. Professeur titulaire : Ingrid NAPPI-CHOLET.

**** L'Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation en Europe (ESSEC IRÉNÉ) développe une recherche interdisciplinaire (séminaire mensuel SIRENE), des ateliers pratiques de formation et des actions de terrain en situations post-conflits. Il est dirigé par le professeur Alain COLSON et comprend la Chaire ESSEC de Négociation et de Médiation, dont le titulaire est le professeur Alain LEMPEREUR. ESSEC IRÉNÉ est soutenu par les professeurs Viviane de BEAUFORT, Aurélien COLSON et Ayse ONÇULER, des étudiants doctorants et une équipe d'experts professionnels. www.essec-irene.com

		PLANNING DES COURS	T1	T2	T3
DROIT ET ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE		Nbre de sections			
Cours de base (*)					
	DEVC31110	Acteurs publics locaux		1	
	DEVC31112	Enjeux de l'économie sociale		1	
	DEVC31114	Economie urbaine et régionale		1	
(fi)	DEVD31114	Droit pénal des affaires			1
(fi)	DEVD31116	Droit des contrats	1		1
	DEVD31120	Droit des sociétés			1
	DEVD31122	Droit & politiques de l'Europe (Cursus droit - option droit européen & droit public)		1	
	DEVD31126	Droit des affaires	1	1	1
(fi)	DEVD31130	Droit public de l'entreprise		1	
	DEVD31132	Droit fiscal interne & inter'l (Cursus droit - option droit des affaires)		1	
(e)	DEVI31129	Real Estate Economics	1		
ou	DEVI31130	Marchés & produits immobiliers		1	
	DEVN31140	Atelier de négociation	3	3	3
ou (e) (fi)	DEVN31141	Negotiation Workshop	1	1	1
Cours d'approfondissement					
	DEVC31202	Gestion collectivités locales			1
	DEVC31204	Marketing urbain		1	
	DEVC31206	Entrepreneuriat social			1
	DEVC31208	Urbanisme et aménagement		1	1
	DEVC31210	Entreprise & dévelop. durable	1	1	
(c)	DEVC31402	Sém. Chaire ent. social		1	1
	DEVC31404	Sém. applic entrepreneur social		1	1
	DEVC31406	Sém. application éco. urbaine			1
(c)	DEVC31408	Sém. Chaire éco. urbaine		1	1
	DEVD31212	Pratique des affaires int'l es	1		
	DEVD31216	Droit concurrence et vente		1	
	DEVD31220	Droit bancaire et boursier		1	
(x)	DEVD31224	Droit européen des affaires (Cursus droit - option droit européen & droit des affaires)			
(e) (x)	DEVD31227	Law and globalisation			
	DEVD31228	Propriété intellectuelle			1
(e)	DEVD31231	International Business Law			1
(fi)	DEVD31232	Cursus droit – Droit civil 1		1	
(fi)	DEVD31234	Cursus droit – Droit civil 2			1
	DEVD31242	Droit social		1	
	DEVD31244	Institutions de l'UE&Lobbying (Cursus droit - option droit européen & droit public)			1
	DEVD31246	Droit des médias			1
(fi)	DEVD31420	Séminaire droit civil			1
(e)	DEVI31233	Int'l Property Market Analysis (=DEVI31131)			1
	DEVI31250	Montage opération immobilière		1	
	DEVI31252	Droit immobilier & urbain		1	
	DEVI31254	Investissements immobiliers			1
	DEVI31256	Management immobilier			1
	DEVI31258	Finance immobilière (=FINM31208)		1	

<i>(suite)</i> PLANNING DES COURS			T1	T2	T3
	DEVI31430	Sém. application immobilier		1	1
<i>(c)</i>	DEVI31432	Sém. Chaire immobilier		1	1
**	DEVN31260	Negociation, démocratie locale		1	
	DEVN31262	Atelier de médiation			1
<i>ou (e)</i>	DEVN31263	Mediation Workshop		1	
<i>(e)</i>	DEVN31435	Negotiat° & Mediat° Research		1	
Entreprenariat					
	DEVE31200	Droit et Entreprenariat	1		1
	DEVE31268	Créer un business plan social			1
<i>(e) (x)</i>	DEVE31269	Create a Social Business Plan			

* Ces cours donnent les connaissances indispensables à acquérir avant tout approfondissement de la matière concernée. Ils sont également des prérequis pour des cours plus approfondis.

** Ce cours a une dimension transversale à l'ensemble du département

(e) This course is taught in English

(c) Voir chapitre 8 – Chaires

(fi) Voir chapitre 9 - Filières et cursus

(x) Non proposé cette année

Ce planning, établi avec toutes les informations connues au moment de l'impression, est donné sous réserve de changements.

DEVC31110

Acteurs publics locaux

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ENVC31150

Responsable du cours : F. VALLERUGO,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : B. LOMBRIERE, chargé de cours

Acteurs publics locaux

Introduction et objectifs :

- Dresser un panorama introductif des enjeux auxquels sont confrontées les organisations publiques locales,
- Analyser les politiques publiques qu'elles ont mises en place pour y faire face.

La connaissance de ces organisations un peu particulières et la maîtrise de leurs outils de gestion vous seront utiles dans votre vie professionnelle, que vous soyez gestionnaires de ces collectivités ou de leurs satellites, ou que vous ayez à vous inscrire, au sein de grands groupes privés, dans une démarche de partenariat public/privé.

Thèmes abordés :

Le monde des collectivités locales a profondément et rapidement évolué ces dernières années, avec des compétences élargies mais des contraintes financières et juridiques accrues, une demande sociale croissante mais aussi l'émergence d'une véritable concurrence entre territoires inégalement dotés.

Le «Management public local» est le résultat d'une modernisation conduite par les collectivités les plus dynamiques.

Inspiré des modes de gestion du secteur privé mais respectueux de l'intérêt général, il cherche à dégager des marges de manœuvre nouvelles pour une gestion plus active des besoins de la population et pour anticiper le développement des territoires.

Les collectivités locales et leurs satellites sont plus que jamais incontournables dans l'économie locale et nationale, recrutent des agents contractuels extérieurs de haut niveau, traitent un volume considérable d'affaires avec le secteur privé.

Vous pourrez, par la suite, préciser vos connaissances du domaine en suivant trois cours d'approfondissement :

- DEVC31202 (ENVC31155), relatif aux modes de gestion des collectivités locales (DSP, marchés publics, PPP) et à leurs finances ;
- DEVC31204 (ENVC31265), relatif au marketing territorial (principe de concurrence entre collectivités locales et plans stratégiques de développement économique) ;
- DEVN31260 (ENVC31266), relatif aux processus de décision public en aménagement, organisés aujourd'hui dans le cadre de concertations entre acteurs publics et privés.

Évaluation :

Quiz intermédiaires pour moitié de la note et quiz final pour l'autre moitié.

DEVC31112

Enjeux de l'économie sociale

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ENVC31173

Responsable du cours : Th. SIBIEUDE,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : A.C. PACHE, chargée de cours

Les enjeux de l'économie sociale

Introduction et objectifs :

Le secteur de l'«économie sociale» joue en France et en Europe un rôle essentiel. Associations, fondations et organismes d'insertion prennent en charge des pans entiers de l'action sanitaire, sociale, culturelle, sportive et environnementale. Mutuelles et coopératives contribuent de longue date au développement économique et au dynamisme de

nombreux territoires. Le poids économique et le rôle social de ces structures se développent et font évoluer leur positionnement vis-à-vis des autres acteurs du monde économique et politique.

Quelles sont les caractéristiques légales et organisationnelles des différentes structures du secteur ? Quelle fut leur évolution ? Quels défis vont-elles devoir relever dans le futur ?

Ce cours s'adresse aux étudiants qui souhaitent découvrir le secteur de l'économie sociale et comprendre ses enjeux spécifiques. Ils peuvent suivre le cours dans la perspective de parfaire leur culture économique généraliste, de s'impliquer bénévolement dans le secteur ou de s'y investir professionnellement. *Ce cours constitue un prérequis du cours DEVC31206 (ENVC31273) «Entrepreneuriat social».*

Thèmes abordés :

Le cours permettra aux étudiants de découvrir l'ensemble des grandes familles de l'économie sociale : associations, coopératives, mutuelles et fondations, ainsi que certains secteurs d'activité : médico social, logement social, commerce équitable, insertion par l'activité économique.

Pédagogie :

Ce cours s'appuie sur des témoignages d'experts reconnus du secteur, qui viennent partager avec les étudiants les spécificités et enjeux de leur famille.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait sur la base de deux quiz et de la participation orale des étudiants.

Bibliographie :

Un dossier de lectures est distribué aux étudiants en début de cours.

DEVC31114

Économie urbaine et régionale

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Équivalent : ENVU31225

Responsable du cours : F. VALLERUGO, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Economie urbaine et régionale

Objectifs :

Présenter aux étudiants les stratégies d'aménagement du territoire et de développement économique en passant en revue les outils des économistes en charge de l'aménagement de l'espace, avec notamment une initiation aux bases théoriques de l'économie spatiale.

Ce cours constitue par ailleurs une introduction au cours relatif au marketing urbain (DEVC31204).

Thèmes abordés :

Ce cours s'attache ainsi à passer en revue d'un point de vue théorique et opérationnel les choix de localisation des firmes, qu'ils soient inter-urbains ou à l'intérieur des territoires des agglomérations urbaines.

Pédagogie :

Plusieurs exemples et études de cas illustreront la réflexion développée. Il sera notamment fait état des travaux de recherches menés sur la localisation de l'entreprise par l'Institut des Villes et du Territoire.

Évaluation :

Examen final

Bibliographie :

Aydalot Ph., *Economie régionale et urbaine, Economica*, Paris, 1985.

Auray J.P., Bailly A., Derycke P.H., Huriot J.M. (Dir), *Encyclopédie d'économie spatiale : concepts – comportements – organisations*, Economica, Paris, 1994.

DEVC31202

Gestion collectivités locales

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ENVC31155

Responsable du cours : Th. SIBIEUDE,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : P. VEROT, chargé de cours

Les modes de gestion des collectivités et des services urbains

Introduction et objectifs :

L'objectif de ce cours est de présenter les différents modes de gestion des services publics urbains et des collectivités tant sous l'angle financier que juridique et opérationnel.

En effet, les collectivités territoriales gèrent seules ou dans le cadre de regroupements intercommunaux ou syndicats mixtes, leurs affaires propres mais aussi une multitude de services urbains, soit directement soit par le recours à des partenaires privés, suivant des modalités qui sont nombreuses et diverses.

Thèmes abordés :

Après une séance d'introduction synthétisant et rappelant les compétences et caractéristiques des collectivités locales, le cours présentera les enjeux et les outils principaux de la gestion financière et budgétaire des collectivités tant au plan macro (poids économique) que micro (fonctionnement interne) (3 séances).

Puis la gestion en régie, par le biais des marchés publics (1 séance), la délégation de service public (2 séances) et le partenariat public privé tel que défini par l'ordonnance du 17 juin 2004, seront présentés et analysés.

Le recours à la société d'économie mixte et les spécificités de ce modèle seront également présentés (1 séance). Enfin, les conséquences de l'intercommunalité sur les différents modes de gestion seront

analysés (1 séance). La dernière séance sera consacrée à un quiz final.

Recommandation :

Il est préférable, pour une meilleure approche de ce cours, d'avoir suivi le cours DEVC31110 (ENVC31150) qui vous permet de découvrir la diversité des acteurs publics locaux, de connaître leurs compétences et leurs champs d'intervention et de comprendre les mécanismes de base de leur fonctionnement et de leur organisation.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait sur la base de deux quiz intermédiaires et un quiz final.

Bibliographie :

Un dossier de lectures est distribué aux étudiants en début de cours.

DEVC31204

Marketing urbain

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ENVC31265

Responsable du cours : F. VALLERUGO,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Marketing urbain

Introduction :

La ville est ici replacée dans son environnement concurrentiel tant externe vis-à-vis des entreprises désireuses de s'implanter sur son territoire, qu'interne à l'égard de toutes les catégories de citoyens et acteurs concernés par différents enjeux et territoires de la ville.

Objectifs :

Ce cours présente les choix stratégiques effectués par les collectivités locales pour faire face à cette double demande. Il tente de répondre en particulier à des questions de fond et de méthodes :

- qu'est-ce qu'une ville et en quoi est-elle en situation de marché ?
- comment doit-elle adapter son organisation interne pour faire face à cette situation ?

- dans un contexte politique, quelle communication économique pour une ville et avec quels moyens ?
- « vendeurs de ville », fiction ou réalité ?

Thèmes abordés et pédagogie :

Le cours, bâti sur une possible analogie entre la ville et l'entreprise, propose des limites à cette analogie. Il discute les objectifs, les concepts et les méthodes du marketing défini dans le cadre de l'entreprise et les traduit dans le contexte urbain. Le marketing dans la ville, c'est aussi une série de métiers nouveaux et originaux qui font une entrée remarquée dans les collectivités locales françaises. Une occasion de les découvrir.

Recommandation :

Il est préférable d'avoir suivi préalablement le cours d'économie urbaine et régionale (DEVC31114) qui introduit, au regard de l'analyse économique, les concepts de « concurrence et de demande territoriales » des entreprises, et le cours Acteurs publics locaux (DEVC31110) qui décrit le fonctionnement des administrations publiques locales fortement décisionnaires dans les processus de planification stratégique.

Évaluation :

Examen final

Bibliographie :

Noisette P. et Vallerugo F., *Le marketing des villes*, Éditions d'organisation, Paris, 1996.

DEVC31206

Entrepreneuriat social

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Équivalent : ENVC31273

Responsable du cours : Th. SIBIEUDE, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : A.C. PACHE, chargée de cours

Entrepreneuriat social

Introduction et objectifs :

Au travers de l'analyse de 9 cas réels, français et étrangers, sélectionnés pour leur caractère exemplaire et innovant dans les domaines de la solidarité internationale, du développement local, de l'insertion sociale et professionnelle et de la responsabilité sociale de l'entreprise, ce cours permet aux étudiants de découvrir et de s'approprier les outils de stratégie et de management adaptés leur permettant d'entreprendre et de gérer des entreprises sociales.

Thèmes abordés :

- Processus entrepreneurial dans le secteur de l'économie sociale ;
- Stratégie de financement et recherche de fonds ;
- Marketing social ;
- Gestion des Ressources Humaines (bénévoles/salariés) ;
- Evaluation de l'impact social ;
- Alliance et partenariats stratégiques trans-sectoriels ;
- Développement et Expansion ;
- Gouvernance.

Pédagogie :

La pédagogie du cours est fondée sur l'étude de cas et la pratique de jeu de rôles, permettant aux étudiants d'analyser et comprendre de manière très concrète les enjeux de la stratégie et du management des initiatives à finalité sociale.

Ce cours est dispensé dans le cadre d'un séminaire intensif d'une semaine. Si la nature très interactive du cours se prête bien à cette formule « concentrée », il n'en reste pas moins que l'assimilation d'un nombre important de cas en une courte période requiert des étudiants un investissement important et une organisation rigoureuse. Le bénéfice de cette pédagogie interactive ne sera en effet réel que si les étudiants ont lu et analysé les cas et jeux de rôle avant le cours.

Les protagonistes des cas (entrepreneurs ou managers) participent, dans la mesure du possible, à la deuxième partie du cours pour faire bénéficier les étudiants de leur expérience et expertise.

Evaluation :

L'évaluation des étudiants est faite sur la base de :

- la participation en classe (analyse des cas et jeux de rôle) (50%)
- la rédaction de mémos préparatoires aux cas (20%)
- l'analyse d'un cas de synthèse final (30%)

Recommandation :

Il est fortement conseillé d'avoir suivi DEVC31112 pour prendre ce cours.

Bibliographie :

Entrepreneuriat social

Un dossier de lectures complémentaires est distribué en début de cours, permettant aux étudiants de compléter les acquis du cours par des apports plus larges ou plus théoriques.

DEVC31208

Urbanisme et aménagement

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Équivalent : ENVU31152

Responsable du cours : F. VALLERUGO, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : H. DUPONT, F. AMPE,
Chargés de cours

Urbanisme et aménagement

Objectifs :

Découverte des concepts et des méthodes de l'urbanisme et de la transformation des villes et des quartiers par l'aménagement urbain.

Pédagogie :

Conférences, exercices sur table, études de cas.

Thèmes abordés :

Le cours comprend deux parties :

- la première partie porte sur l'histoire de la constitution de la ville, les doctrines

qui la sous tendent, les enjeux du développement des villes notamment dans la compétition mondiale ;

- la deuxième partie porte sur l'organisation et les méthodes des métiers de l'aménagement et de l'urbanisme, mettant en jeu les aspects de marketing, de finances, d'organisation, mais aussi les aspects politiques et relationnels avec la présentation de nombreuses situations concrètes et cas exemplaires.

Évaluation :

- Réalisation d'une fiche de lecture sur un ouvrage traitant de l'urbanisme ou de l'aménagement urbain.
- Etude en groupe d'un projet actuel d'aménagement urbain, avec compréhension des enjeux et du rôle des acteurs publics et privés dans la définition du projet, son financement, sa conduite opérationnelle (remise d'un rapport et présentation orale).

DEVC31210

Entreprise & dévelop. durable

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ENVU31242

Responsable du cours : Th. SIBIEUDE, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Entreprise et développement durable

Introduction et objectifs :

L'objectif de ce cours est de décrire les modalités de prise en compte du développement durable par les entreprises et de définir les contours du concept de Responsabilité Sociale de l'Entreprise. Une entreprise partenaire intervient en fil rouge tout au long du cours. (En 2008/2009, Monoprix au T1 et la MAIF au T3)

Thèmes abordés :

Ce cours de socio-économie comprend trois parties :

1. Une définition et une analyse des fondements du développement durable dans ses dimensions économique, sociale et environnementale. On verra comment les questions liées à l'environnement, nées de préoccupations hygiénistes et esthétiques, se sont trouvées de plus en plus mêlées au management de l'entreprise. Cette partie débouchera sur la dimension juridique de la gestion de l'environnement.
2. La mise en évidence des risques technologiques et les moyens mis en œuvre pour les prévenir. La présentation du concept de responsabilité sociale de l'entreprise et les outils disponibles pour permettre aux entreprises de développer leur activités économiques dans le cadre du développement durable, prenant mieux en compte l'environnement au sens large (ISO 14 000, Analyse de Cycle de Vie, prise en charge d'intérêts collectifs...).
3. La communication et l'information en direction des parties intéressées (communauté financière, associations, administrations, élus locaux, opinion publique et leaders d'opinion...) qui constituent des cibles allant bien au delà des interlocuteurs traditionnels des entreprises constituées par le triptyque bien connu client-fournisseur-salarié.

Pédagogie :

Ce cours proposera outre les séances de cours des interventions de professionnels du développement durable. Des visites de terrain sont également programmées (gestion des déchets, gestion de l'eau, mise en place de systèmes de management).

Évaluation :

L'évaluation du cours se fait sur la base de deux quiz intermédiaires et d'un dossier à réaliser par groupe de 5 sur des questions liées à la RSE, avec l'entreprise partenaire du cours.

Bibliographie :

Un dossier de lectures est distribué aux étudiants en début de cours.

DEVC31402

Sém. Chaire ent. social

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : Th. SIBIEUDE, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : A.C. PACHE, chargée de cours

Séminaire de Chaire entrepreneuriat social

Réservé aux étudiants de la Chaire

Le séminaire de Chaire est réservé aux membres de la Chaire et donnera lieu à l'attribution d'une UV une fois que le programme d'enseignement de la Chaire, à l'exception du stage, aura été validé.

Le séminaire de Chaire est le lieu de rencontre privilégié entre les étudiants de la Chaire et des entrepreneurs sociaux, des acteurs de l'économie sociale et de la responsabilité sociale de l'entreprise. Il est conçu pour permettre aux étudiants de découvrir des vocations, des métiers, des organisations et de comprendre les enjeux et problématiques essentiels de ceux qui entreprennent avec une mission sociale.

NB : pour ce cours, une mise de 1 point suffit.

Le séminaire de Chaire est composé :

- des « rencontres professionnelles », organisées sous forme de conférences à l'ESSEC ;
- des « journées d'immersion », visites de terrain à la rencontre des entrepreneurs sociaux ;
- une « journée d'engagement » auprès d'associations de l'agglomération de Cergy ;
- deux week-ends collectifs de « team building » ;
- du « voyage de Chaire » d'une semaine à l'étranger.

DEVC31404

Sém. applic entrepreneur social

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ENVC31485

Responsable du cours : Th. SIBIEUDE, professeur ESSEC, A.C. PACHE, chargée de cours

Descriptif du cours :

Séminaire d'application d'Entrepreneuriat social

Objectifs :

Approfondir un questionnement concret au travers d'activités de recherche appliquée.

Thèmes abordés :

Les thèmes abordés varient d'une année à l'autre et sont en lien étroit avec les problématiques de la chaire (par exemple, les années passées, innovation sociale, base of the Pyramid au Nord, au Sud, essaimage des entreprises sociales...) en partenariat avec une ou plusieurs entreprises membres de la chaire.

Pédagogie :

Sensibilisés à la problématique au travers d'une série de conférences introductives et d'articles bibliographiques, les étudiants travaillent ensuite par petits groupes à la collecte de données de terrains (interviews, enquêtes, recherche documentaire...) dont ils tirent une analyse approfondie puis des recommandations en réponse à la question initialement posée. Des points méthodologiques réguliers avec l'équipe pédagogique permettent d'accompagner les étudiants dans leurs travaux et dans leur acquisition des méthodes de recherche et d'analyse.

NB : Ce travail se fait sur deux trimestres consécutifs T2 et T3, il n'est donc pas possible de solliciter une inscription uniquement pour le T3.

Évaluation :

Présentation orale et rendu d'un rapport écrit à mi parcours (T2) et en fin de séminaire (T3).

DEVC31406

Sém. application éco. urbaine

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVC31407, ENVU31480

Responsable du cours : L. de CARLO, F. VALLERUGO, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : P. NOISETTE, chargé de cours

Séminaire d'application d'économie urbaine

Objectifs :

Pour les étudiants plus particulièrement intéressés soit par la gestion et la stratégie des collectivités publiques, des villes notamment, soit par la stratégie territoriale de l'entreprise, il est possible de participer à des travaux d'application sur des thèmes définis avec les partenaires de la chaire d'économie urbaine.

Thèmes abordés :

A titre d'exemple, les séminaires des années précédentes ont traité les sujets suivants :

- « Elaboration de la politique culturelle d'un territoire », pour le compte de la Ville de Cergy ;
- « Analyse de la prise en compte des politiques en faveur des banlieues dans les projets de développement des grandes agglomérations françaises », pour le compte de la Délégation interministérielle à la Ville.

Pédagogie :

Ces travaux, réalisés en équipes restreintes, sont suivis à la fois par les professeurs enseignants et par les commanditaires de l'étude ou de la recherche.

DEVC31408

Sém. Chaire éco. urbaine

Nombre d'UV : 0.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ENVU31482

Responsable du cours : F. VALLERUGO,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Séminaire de chaire d'économie urbaine

Réservé aux étudiants de la Chaire.

Voir Chapitre 8. « Chaires »

DEVD31114

Droit pénal des affaires

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVD31236, DEVD31214

Responsable du cours : H. BOUTHINON-
DUMAS, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Droit pénal et droit pénal des affaires

Fusion des cours anciennement offerts sous les codes DEVD31214 et DEVD31236

Voir Chapitre 9 « Filières et cursus ».

Introduction :

La vie des affaires reste soumise à de nombreuses règles pénales qui touchent pratiquement tous les aspects de la vie de l'entreprise. Le droit pénal exprime les valeurs fondamentales que la société entend opposer à la logique économique comme la protection de la partie faible, la préservation du marché, le respect de l'environnement voire la moralisation du capitalisme. Ce cours sera également l'occasion de s'interroger sur la pertinence et l'efficacité de la répression comme mode de régulation des relations économiques, sur l'utilisation stratégique de la menace pénale ou encore sur le risque spécifique qui découle du droit pénal pour les entreprises et leurs dirigeants.

Thèmes abordés :

Les notions fondamentales du droit pénal et de la procédure pénale

Les infractions communes applicables à la vie des affaires (escroquerie, abus de confiance...)

Les infractions spécifiques (blanchiment, corruption, banqueroute...)

Pédagogie :

Les premières séances de ce cours présenteront le cadre général de l'application du droit pénal des affaires : les acteurs et les règles relatives à la répression et à la sanction des infractions. La deuxième partie du cours dressera un panorama des différentes infractions des affaires, en suivant la logique économique du déploiement de l'activité de l'entreprise dans son environnement économique, politique et social. Les étudiants seront invités à présenter ces infractions spéciales sous la forme d'exposés.

La troisième partie du cours consistera à approfondir trois types d'infractions : les infractions relatives à la comptabilité, les abus de biens sociaux et les infractions boursières (délits d'initiés, manipulations de cours...)

Evaluation :

La note finale prendra en compte d'une part une note d'exposé qui pourra être réalisé en équipe et d'autre part la note d'examen terminal (questions portant sur l'ensemble du cours et commentaire de texte).

Bibliographie :

Frédéric Stasiak, Droit pénal des affaires, LGDJ, 2005.

DEVD31116

Droit des contrats

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVD31422, DEVD31124

Responsable du cours : G. HELLERINGER,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Droit des contrats et ingénierie contractuelle

Fusion des cours anciennement offerts sous les codes DEVD31124 et DEVD31422.

Voir Chapitre 9 «Filières et cursus»

La section de ce cours dispensée au T1 fait partie du Cursus droit (voir Chapitre 9 «Filières et cursus ») mais est ouvert à tous les étudiants.

Objectifs :

Instrument de l'échange de biens, services, instruments financiers, le contrat est naturellement au cœur des relations d'affaires. Son usage s'est encore intensifié au cours des dernières décennies, en même temps qu'il se transforme et se rend apte à régir des situations de longue durée ainsi que des relations évolutives. Le manager doit comprendre cette contractualisation, en saisir les opportunités et se prémunir contre ses risques de manière efficaces. Le cours s'adresse non seulement aux futurs juristes, mais aussi à tous ceux qui veulent comprendre le fonctionnement des relations contractuelles et savoir en tirer parti dans l'organisation et le développement des entreprises.

Thèmes abordés :

Ce cours est consacré d'une part à l'étude approfondie des règles contractuelles (formation, interprétation, effets) et des pratiques contractuelles (période précontractuelle et négociation, clauses particulières...). D'autre part, il aborde quelques contrats de particulière importance dans le monde des affaires tels que SPA (share purchase agreement), contrat de garantie, pacte, mandat, contrat d'entreprise.

Pédagogie :

Cet enseignement touche à la maîtrise technique des règles du droit des contrats ainsi qu'à la compréhension de leur raison d'être et de leur utilisation par les acteurs de la vie économique. Un cas fil rouge est étudié au fil des séances. Certaines

questions spécifiques seront approfondies à travers des exposés courts.

Evaluation :

La compréhension des principales notions et techniques abordées sera évaluée par examen individuel. Un exposé, éventuellement collectif, pourra compléter l'évaluation.

Des lectures et exercices complémentaires sont prévus pour les étudiants du Cursus qui suivent ce cours.

DEVD31120

Droit des sociétés

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUA31122

Responsable du cours : H. BOUTHINON-DUMAS, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Droit des sociétés et des groupements

Introduction :

Le droit des sociétés constitue le cadre et l'instrument juridique de l'organisation des entreprises. A travers le droit des sociétés, ce sont à la fois des rapports de pouvoir et des rapports financiers qui sont organisés.

Ce cours abordera de manière pragmatique l'étude des règles qui régissent les groupements en soulignant que le droit n'est pas seulement une source de contraintes mais aussi une source d'opportunités pour les entrepreneurs, les investisseurs et les dirigeants d'entreprises.

Thèmes abordés :

- L'intérêt pratique des sociétés (technique d'organisation de l'entreprise et instrument de gestion patrimoniale)
- La diversité des sociétés et des groupements
- L'organisation du pouvoir dans les sociétés (entre les actionnaires et au sein de l'entreprise)

- La régulation interne et externe des sociétés (contrôle par les actionnaires, par le marché, par le juge...)
- Les incitations et les risques courus par les actionnaires (droits financiers, risques de perte...)
- Les incitations et les risques courus par les dirigeants (rémunération, révocation, responsabilité...)
- Les techniques de financement des sociétés (augmentation de capital, appel public à l'épargne...)
- Les techniques de restructuration des groupes (fusion, scission, acquisition de sociétés, cession d'actifs...)

Pédagogie :

Cet enseignement ne sera pas axé sur la maîtrise technique et systématique des règles, mais sur la compréhension de leur raison d'être et de leur utilisation pratique par les acteurs de la vie économique. Il s'adresse donc non seulement aux futurs juristes, mais aussi à tous ceux qui veulent comprendre le fonctionnement des sociétés et savoir tirer parti du droit dans l'organisation et le développement des entreprises.

Evaluation :

La compréhension des principales notions et techniques du droit des sociétés sera évaluée par un examen final fondé sur des exercices pratiques.

Bibliographie :

Cozian, Viandier, Deboissy, *Droit des sociétés*, Litec, 2008.

DEVD31122

Droit & politiques de l'Europe

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUA31140

Responsable du cours : V. de BEAUFORT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Droit communautaire & politiques de l'Union Européenne

Introduction :

Les agents économiques et les citoyens doivent maîtriser les règles du jeu élaborées à échelle de l'Union européenne et la combinaison avec les règles nationales.

Thèmes abordés :

Dans une perspective concrète, seront étudiés le système institutionnel et juridique et les principes du droit européen ; les mécanismes d'application (contentieux), l'état de réalisation du marché intérieur (grands principes et exceptions aux libertés de circulation, les règles de la concurrence, les aides d'état, les SIEG... Un aperçu de certaines politiques communes (Politique commerciale et OMC, politique du consommateur) complète le cours. Un plan de cours est à disposition au département DEV.

Pédagogie :

Exposés du professeur le plus interactif possible, études de textes, cas pratiques, recherches sur le portail internet de l'Union Européenne, exposés, revues de presse.

Evaluation :

La note dépendra d'une combinaison entre travaux personnels, participation et travaux en équipes.

> Cursus droit : option « Droit européen » et option « Droit public »

DEVD31126

Droit des affaires

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUA31155

Responsable du cours : O. de TISSOT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Droit des affaires****Objectifs :**

Ce cours est destiné à familiariser les élèves avec les notions juridiques de base du droit des affaires et à les initier aux modes de raisonnement juridiques.

Thèmes abordés :

On y abordera les thèmes suivants :

- Différences entre droit commercial et droit civil.
- L'utilisation des preuves en justice.
- L'arbitrage.
- Les instruments de paiement : lettre de change, chèque, cartes de crédit.
- Les sûretés : droit de rétention, gage, hypothèques, cautionnement.

Un polycopié en forme de plan structuré et de textes législatifs sera fourni aux élèves.

Evaluation :

L'évaluation des élèves se fera par deux quiz écrits de 1h30.

DEVD31130**Droit public de l'entreprise**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVD31240, SJUP31137

Responsable du cours : V. de BEAUFORT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : Y.R. GUILLOU, chargé de cours

Droit public de l'entreprise**Introduction et objectifs :**

Les projets publics sont les piliers de l'organisation de la société. Il n'y a pas de vie collective possible, pas de société organisée, sans traitement et acheminement d'eau, sans infrastructures de transports, sans hôpitaux ni organisation de la santé, sans production et acheminement d'énergie... Ces projets publics se réalisent au carrefour de l'intérêt général et des grands équilibres économiques. Il en va bien entendu de la viabilité du modèle de société. Pas un tunnel sous la Manche sans une perspective,

même à long terme, de rentabilité économique.

Sans être inconciliables, deux logiques très distinctes sont alors à rapprocher. La défense de l'intérêt général conduit à réguler. Les intérêts économiques poussent à libérer. Chacun venant au secours de l'autre à tour de rôle comme l'atteste le récent plan de relance de l'économie.

L'arbitrage entre ces deux forces est le reflet du modèle de société que l'on s'est choisi.

La charte de cet arbitrage, c'est le droit public des affaires. L'objectif de ce cours est de familiariser les futurs chefs d'entreprises et cadres de grands groupes avec le droit public des affaires, ses acteurs et leurs modalités d'intervention dans la sphère économique, mais par le biais d'une approche systémique, qui leur permettra d'en appréhender pleinement les finalités.

Thèmes abordés :

Le champ d'application du droit public des affaires et l'encadrement du marché par le droit.

Les contrats publics et leurs modes de passation.

Le montage d'une opération d'urbanisme

Les aides publiques

Le logement social

Les contrats de partenariats public-privé

Pédagogie :

Chaque séance est organisée autour d'un cas pratique, qui permettra une approche dynamique du thème proposé.

Evaluation :

Les étudiants auront à rédiger un rapport collectif.

> Cursus droit : option «Droit public» et filière Prép'ENA

DEVD31132**Droit fiscal interne & inter'l**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVD31128, DEVD31248

Responsable du cours : V. de BEAUFORT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : A.-C. BERNET,
C. LEBLANC-LOULIERE, chargés de cours
**Introduction au droit fiscal interne &
international**

*Fusion des cours anciennement offerts sous
les codes DEVD31128 et DEVD31248*

Introduction :

L'objectif est de fournir aux étudiants les bases du droit fiscal, qu'ils se destinent à des carrières tournées vers la gestion, la comptabilité ou la finance, ou à des carrières plus spécialisées en matière juridique et fiscale.

Thèmes abordés :

S'agissant des aspects fiscaux dans un contexte français, le cours traite d'abord de l'impôt sur les sociétés : détermination du résultat fiscal, fiscalité des transactions et des LBO, intégration fiscale. Sont également présentées les autres taxes majeures touchant les entreprises : TVA, taxe professionnelle et droits d'enregistrement. Sont ensuite exposées les modalités du contrôle fiscal et du contentieux fiscal. Enfin, le dernier volet du cours est consacré à la fiscalité des particuliers. S'agissant de la fiscalité internationale, le cours traite des principales définitions telles que les notions de résidence et d'établissement stable, puis se concentre sur les principaux flux internationaux (dividendes, intérêts et plus-values). Enfin, le cas particulier des sociétés de personnes sera traité en détail. L'objectif est de permettre aux étudiants de s'appuyer sur les conventions internationales et de les articuler avec le droit fiscal local, tout en ayant un aperçu pratique au travers d'études de cas et de jurisprudences.

Pédagogie :

Un enseignement dispensé par deux praticiennes, sur la base de problématiques et exemples concrets, le tout dans une approche interactive.

Evaluation :

Un quiz final à la fin des séances, sous forme de questions de cours et de cas pratiques.

Eventuellement des exposés et/ou des cas à préparer en contrôle continu.

> **Cursus droit : option «Droit des affaires»**

DEVD31212**Pratique des affaires int'les**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUA31135

Responsable du cours : G. HELLERINGER,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Droit et pratique des affaires
internationales****Objectifs :**

Ce cours a pour objet de présenter les cadres et les mécanismes juridiques dont la connaissance est indispensable à quiconque veut opérer sur le plan international. La pratique des affaires à l'échelle internationale soulève en effet des difficultés spécifiques.

Thèmes :

Parmi les thèmes abordés : la vente internationale, la convention de Vienne et regards sur les pratiques en Europe ; choix du droit applicable ; la résiliation unilatérale ; le règlement des litiges et notamment le recours à l'arbitrage.

Pédagogie :

Le cours se concentre sur des questions pratiques, lesquelles sont l'occasion d'aborder des problèmes juridiques théoriques. L'étude des ramifications d'un cas pratique qui s'articule autour d'un contrat international d'approvisionnement sert de fil rouge.

Evaluation :

Cet enseignement fait l'objet d'un travail collectif ainsi que d'un examen individuel destiné à vérifier les connaissances techniques acquises.

DEVD31216

Droit concurrence et vente

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : DEVD31218, DEVD31222
Responsable du cours : V. de BEAUFORT,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : F. JENNY, professeur ESSEC,
F. LETESSIER, P. RINCAZAUX, chargés de
cours

Droit de la concurrence et de la vente

*Fusion des cours anciennement offerts sous
les codes DEVD31218 et DEVD31222*

Introduction :

Les règles posées au titre du maintien de
la concurrence sur un marché doivent être
appréhendées par les acteurs
économiques et intégrées dans leur
stratégie.

Objectifs :

Ce cours a pour objet d'étudier les règles
régissant les relations entre entreprises,
les pratiques visant à leur développement
et celles relatives à leur clientèle. Il s'agit
de fournir aux étudiants les éléments qui
leur permettront, quelque soit leur
domaine d'activité, de tenir compte des
contraintes juridiques lorsqu'ils prendront
des décisions. Il vise également à leur
fournir les éléments permettant de réagir
aux actions de leurs concurrents. L'étude
part du cadre général des règles et
institutions concernées par le droit de la
concurrence et s'attarde sur les sujets
suivants : les ententes, les réseaux de
distribution, les abus de domination, les
aides d'état, les concentrations, les
pratiques restrictives, la concurrence
déloyale. Un focus spécifique sur le Droit
de la prospection commerciale sur
internet ; le droit de la vente électronique
et des éléments de droit de la P.I. sur
internet (marque, noms de domaines).

DEVD31220

Droit bancaire et boursier

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : SJUA31236
Responsable du cours : H. BOUTHINON-
DUMAS, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Droit de la banque et des marchés financiers

Introduction :

Au moment où la crise financière met en
lumière le besoin de règles et de
régulation, ce cours vise à présenter les
principaux mécanismes juridiques sur
lesquels reposent l'activité bancaire et les
marchés financiers.

Ce cours s'adresse aussi bien à des juristes
qui voudraient approfondir cette matière,
en vue d'une spécialisation en droit des
affaires, qu'à des étudiants qui se
destinent aux métiers de la banque et de
la finance et qui souhaiteraient
comprendre l'environnement juridique
dans lequel ils seront amenés à travailler.

Thèmes abordés :

Le système financier et le droit qui le
régit.

Les marchés bancaires : marché du crédit,
marché des services de paiement, marché
de la gestion de l'épargne.

Les marchés financiers : marché primaire
des capitaux, marché des fonds d'invest-
issement, marché boursier et marché du
contrôle des sociétés cotées (OPA).

Pédagogie :

Chaque séance sera consacrée à un
marché particulier. La présentation
générale du cadre juridique et
institutionnel de chaque marché
permettra de mettre en évidence les
acteurs présents (en particulier les
intermédiaires), les autorités de
régulation (AMF, etc.), les biens et les
services offerts (titres, contrats...)
Ensuite, des questions particulières feront

l'objet d'approfondissements sous la forme d'exposés.

Evaluation :

La note finale prendra en compte d'une part la note de l'exposé qui pourra être réalisé en équipe et d'autre part la note de l'examen terminal (oral portant sur l'ensemble des thèmes étudiés).

Bibliographie :

Christian Gavalda et Jean Stoufflet, *Droit bancaire*, Litec, 2008.

Alain Couret et Hervé Le Nabasque (dir.), *Droit financier*, Dalloz, 2008.

DEVD31224

Droit européen des affaires

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUA31250

Responsable du cours : V. de BEAUFORT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Fusions & acquisitions en Europe (M&A) et gouvernance des sociétés

Introduction :

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Les rapprochements entre entreprises : partenariats, fusions, prises de contrôle se développent largement dans le cadre de l'Union Européenne. Ces opérations sont complexes à réaliser car elles s'effectuent dans un cadre imparfaitement harmonisé.

Thèmes abordés :

Ce cours est axé sur les différentes dimensions juridiques des M&A et des groupes d'entreprises à échelle de l'UE. La question principale qui se pose est celle de l'émergence d'un droit des groupes européens et d'une «Corporate Governance» à l'européenne. Pour y répondre, un examen des apports du droit communautaire de la concurrence puis d'un droit des sociétés européen (et ses limites) seront effectués, complétés d'une comparaison des règles des Etats-membres en droit boursier (OPA) afin de faire ressortir les modes de «Corporate

Governance» d'un Etat à l'autre et leur rapprochement éventuel sous la houlette communautaire

Pédagogie :

Cours aussi interactif que possible du professeur, interventions extérieures et cas d'équipes formeront un mix pédagogique. Plan de cours disponible au département DEV.

Evaluation :

Obtention de l'UV à partir des travaux personnels et en équipes, note de participation et examen si nécessaire.

> **Cursus Droit – option « Droit européen » et « Droit des affaires » - Partenariat Master 2 Droit des affaires de Sceaux et Master de Droit privé de l'UCP.**

DEVD31227

Law and Globalisation

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent : SJUA31262

Course Coordinator: G. HELLERINGER, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Law and Globalisation

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Globalization is as important for the economy as for the law. In such a context, a comparative legal approach to the prevailing legal systems provides a strategic tool in the management of any conflict. It helps recognize similarities and differences among the systems, at the level of structures, and in their most concrete solutions.

DEVD31228

Propriété intellectuelle

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUA31265

Responsable du cours : O. de TISSOT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Protection juridique des droits de propriété intellectuelle****Introduction :**

Par «Droits de propriété intellectuelle», on entend tous les droits reconnus sur une création de l'esprit à son auteur. Avec le développement foudroyant de certaines technologies (télécommunications, informatique, etc.) et l'internationalisation accélérée de certains marchés (médias, édition, produits de luxe, etc.), ces droits ne cessent de prendre de l'importance dans les échanges économiques, tant nationaux qu'internationaux, et deviennent décisifs pour un nombre croissant d'entreprises.

Thèmes abordés :

- Définition de l'œuvre protégée.
- Les droits patrimoniaux et moraux de l'auteur.
- Les droits voisins du droit d'auteur.
- Le droit des marques.

Pédagogie :

Un polycopié en forme de plan structuré et de textes législatifs sera fourni aux élèves.

Evaluation :

L'évaluation des élèves se fera par deux quiz écrits de 1h30.

DEVD31231**International Business Law**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent : SJUA31266

Course Coordinator: G. HELLERINGER, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**International Business Law and Practice****Objectives:**

This course will provide the students with an introduction to the rules and practices of business law at an international level.

Topics covered:

First, the content and aims of international business law, the actors and the legal organisation of international trade will be presented. Second the substance of the applicable rules will be outlined: national and international rules relating to companies, economic and financial regulations. Third, a few legal mechanisms present in the international sphere will be studied in details: international contract terms, competition law, international commercial litigation and arbitration.

Teaching methods:

A specific aspect of international business law will be covered for each session, along with a case study.

Grading pattern:

This course will require a collective assignment to be hand in and an individual exam to be taken.

DEVD31232**Cursus droit - Droit civil 1**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUA31414

Responsable du cours : G. HELLERINGER, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Cursus droit - Droit civil 1 -**

Voir Chapitre 9 «Filières et cursus»

DEVD31234**Cursus droit - Droit civil 2**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUA31415

Responsable du cours : G. HELLERINGER professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Cursus droit - Droit civil 2 -****Obligations - Responsabilité**

Voir Chapitre 9 «Filières et cursus»

DEVD31242

Droit social

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUP31229

Responsable du cours : O. de TISSOT,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Droit social

Objectifs :

Ce cours s'adresse à tout élève soucieux de suivre l'actualité sociale, restituée dans son cadre politique et économique, et intéressé par les problèmes de gestion du personnel dans les petites et grandes entreprises.

Thèmes abordés :

Les thèmes abordés seront les suivants :

Le contrat de travail : formation, exécution, modifications, rupture.

Les syndicats.

La représentation du personnel.

Les conventions collectives.

Les conflits collectifs.

Pédagogie :

Un polycopié en forme de plan structuré et de textes législatifs sera fourni aux élèves.

Evaluation :

L'évaluation des élèves se fera par deux quiz écrits de 1h30.

les enjeux politiques en tant que citoyen mais également d'intégrer dans sa stratégie d'agent économique.

Thèmes abordés :

Le cours présente les caractéristiques du système, analyse l'équilibre de pouvoirs entre les Etats Membres et l'Union Européenne et la répartition des centres de pouvoir au sein de l'Union. Un exercice prospectif sur l'avenir et le contenu du projet européen intervient pour répondre à l'actualité. La présentation des mécanismes institutionnels est faite d'une manière concrète, pour permettre aux futurs acteurs économiques de saisir la démarche du lobbying. Une réflexion approfondie sur le lobbying, sa pratique et ses enjeux complète le cours.

Pédagogie :

Cours aussi interactif que possible, exposés ou /et cas de groupe ou individuels, lectures, revues de presse régulières, interventions de praticiens, utilisation du site europa et d'autres sites d'informations européens.

Evaluation :

Obtention de l'UV à partir d'un mix, note personnelle, travaux et participation/ examen et cas en équipes.

> Cursus droit : option « Droit européen » et « Droit public » + Filière Prep' ENA – Partenariat M2 Ethique des affaires de l'UCP

DEVD31244

Institutions de l'UE&Lobbying

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUP31255

Responsable du cours : V. de BEAUFORT,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Droit institutionnel européen et activités de lobbying

Introduction :

L'Union Européenne forme un ordre institutionnel et juridique spécifique qu'il convient de bien maîtriser afin d'en saisir

DEVD31246

Droit des médias

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUP31263

Responsable du cours : H. BOUTHINON-
DUMAS, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : F. NAFTALSKI, chargé de cours

Droit des médias et des technologies de l'information

Introduction :

Cours abondant, d'un point de vue juridique, les problèmes suivants : sources du droit des médias ; protection de l'image de l'entreprise ; limites de l'expression publique ; publicité et médias ; problèmes spécifiques à la presse écrite ; droit de l'audiovisuel ; droits d'auteur, droits de diffusion ; le droit des «nouveaux médias» : télématique, progiciels, «multimédia», protection des données personnelles, contrat et responsabilités sur internet, protection des incorporels, contrats et fraude informatique.

Objectifs :

Donner aux étudiants une perception (i) des risques juridiques à appréhender dans le cadre de l'utilisation des technologies de l'information (internet, système d'information) et des médias et des moyens de les prévenir (ii) des outils juridiques et judiciaires leur permettant de protéger et valoriser les incorporels.

Pédagogie :

Présentation des principes fondamentaux, illustration par la jurisprudence et par des cas pratiques.

Evaluation :

Examen lors de la dernière séance (QCM et/ou cas pratiques), possibilité de majorer la note de ceux qui participent aux cas pratiques.

DEVD31420**Séminaire - Droit civil**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SJUA31418

Responsable du cours : G. HELLERINGER
professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Cursus spécial de préparation à la pratique du droit - Séminaire Droit civil approfondi**

Voir Chapitre 9 «Filières et cursus»

DEVE31200**Droit et entrepreneuriat**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : G. HELLERINGER,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Droit et entrepreneuriat****Objectifs :**

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de s'approprier de manière concrète les différents aspects juridiques de la création d'une entreprise et de son développement. Ce cours s'inscrit dans la filière entrepreneuriat et a vocation à compléter les enseignements déjà dispensés sur les autres aspects.

Thèmes abordés :

Parmi les thèmes abordés la création et les critères de choix d'une structure sociale ; le rachat d'une société in bonis ou en difficulté ; aspects relatifs à la fiscalité, la concurrence, la propriété intellectuelle.

Pédagogie :

Une dimension spécifique de l'environnement juridique de l'entrepreneur est abordée à chacune des séances. Des exercices pratiques et de nombreux exemples, proposés notamment par les professionnels conviés à intervenir, permettent une mise en situation des problèmes abordés.

Evaluation :

Cet enseignement fait l'objet d'un travail collectif ainsi que d'un examen individuel destiné à vérifier les connaissances techniques acquises.

DEVE31268**Créer un business plan social**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVE31269

Responsable du cours : Th. SIBIEUDE,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : A.C. PACHE, chargée de cours

Créer un business plan social**Introduction et objectifs :**

Comme toute nouvelle entreprise, une entreprise qui se lance avec une mission sociale a besoin d'un business plan soigneusement construit, permettant à l'entrepreneur de formaliser son projet et ses objectifs, sa stratégie, son business model et ses prévisions financières. Pourtant, la création d'une entreprise sociale est spécifique par bien des aspects. Afin de prendre en compte ces spécificités, l'outil traditionnel du Business Plan doit être adapté aux singularités des entreprises sociales. Ce cours a pour objectif de fournir aux étudiants une méthodologie et une expérience pratique, par le biais de la construction du business plan social d'une nouvelle entreprise dont la mission prédominante est sociale (ou environnementale).

Plus largement, il permet aux étudiants de comprendre les enjeux spécifiques relatifs à la création et à la gestion d'une entreprise sociale. Ce cours permet en outre aux étudiants de développer leurs compétences entrepreneuriales.

Les étudiants qui envisagent de créer leur propre entreprise sociale auront la possibilité de démarrer leur projet à l'occasion de ce cours, alors que les autres acquerront une précieuse pratique en développement d'entreprise.

A la fin du cours, les étudiants devront :

- savoir construire et rédiger le business plan d'une entreprise sociale ;
- présenter oralement ce business plan social à des partenaires et investisseurs potentiels ;
- évaluer de façon critique le business plan d'une entreprise sociale.

Thèmes abordés :

- définition du projet
- analyse d'opportunité
- production et opérations

- business model
- stratégie marketing
- stratégie financière
- mesure de la performance

Pédagogie :

Par groupes de quatre, pendant le cours, les étudiants construisent le business plan social d'une entreprise sociale. Les projets pourront être proposés tant par les étudiants que par les professeurs. Le cours associe des lectures, des sessions interactives, des sessions de travail de groupe et des simulations de présentations.

Des experts de l'EVPA (European Venture Philanthropy Association) et du réseau France Active participeront à différents cours, afin de partager avec les étudiants leur expertise de l'évaluation des entreprises sociales.

Lors du dernier cours, les équipes présenteront leur business plan social devant un jury composé d'enseignants et d'investisseurs coutumiers de l'évaluation des business plans sociaux.

Évaluation :

La note finale du cours sera attribuée sur les bases de :

- l'évaluation du business plan social rédigé (40%)
- l'évaluation de la présentation orale finale (40%)
- l'évaluation de la contribution de l'étudiant au travail d'équipe (mesuré par ses pairs) (20%)

Bibliographie :

Des consignes de lectures seront distribuées aux étudiants au début du cours.

DEVE31269**Create a Social Business Plan**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: DEVE31268

Course coordinator: Th. SIBIEUDE, ESSEC professor

This course is taught in English

Descriptif du cours :

(This course will not be offered in 2009-10)

Teacher: A.C. PACHE

Create a Social Business Plan**Introduction and objectives:**

As any startup, a start up with a social mission requires the careful preparation of a business plan, which allows the entrepreneur(s) to formalize their project and objectives, their strategy, their business model and their financial forecasts. Yet the creation of social enterprises is, in many ways, quite specific and in order to take these specificities into account, the classic « business plan » tool has to be adapted to the idiosyncrasies of social enterprises.

This course aims at providing the students with the methodology and practice of the construction of the social business plan of a new venture whose mission is predominantly social (environmental, etc.). More broadly, it allows the students to understand the specific challenges of creating and managing a social enterprise. This course further allows the students to develop their entrepreneurial skills. Students who plan to create their own social venture will get a chance to jumpstart their project and others will get useful practice in business development. By the end of the class, students should:

- know how to build and write the business plan of a social venture;
- present orally this business plan to potential partners;
- critically evaluate the business plan of a social enterprise.

Topics covered:

- project definition
- opportunity assessment
- production and operations
- business model
- marketing strategy
- financial strategy
- performance measurement

Teaching methods:

In groups of four, students build, over the course of the class, the social business

plan of a social venture. Projects will be proposed by the students as well as by the professors.

The course combines lectures, interactive sessions, team work sessions, as well as mock presentation sessions.

Experts from the European Venture Philanthropy Association and the France Active Network (social venture fund) will join various sessions to share with the students their expertise in terms of evaluation of social ventures.

During the last session, teams will present their business plan in front of a jury composed of the instructors as well as of investors familiar with the evaluation of social business plans.

Grading pattern:

The final course grade will be attributed on the basis of:

- the evaluation of the written social business plan (40%)
- the evaluation of the final oral presentation (40%)
- the evaluation of the contribution of the student to team work (as measured by its peers) (20%)

Bibliography:

Reading assignments will be distributed to students at the beginning of the class.

DEVI31129**Real Estate Economics**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: DEVI31130, ENVI31170

Course Coordinator: I. NAPPI-CHOULET, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**Real Estate Economics****Introduction:**

This basic course teaches the fundamental concepts of property market analysis. This course is recommended prerequisite for the DEVI31233 International Property Market Analysis course. It tackles basic

notions related to the analysis of office real estate markets (study of the major indicators, evolution of the markets, actors, etc...) and to real estate investment.

Topics covered:

Issues covered include the assessment of real estate returns, property market analysis, real estate strategy and factors of the decision-making process of property investment. The objective of this course is to give the fundamental concepts of real estate market analysis and Cash Flow valuation. The case helps students understand the real estate industry as well as real estate concepts such as market analysis, real estate cycles and valuation methods.

Teaching methods:

The course is structured in two parts: the first one is an explanation of the methodology of feasibility studies and of real estate market researches. The second part of the course deals with the indicators and is based upon concrete case studies of market analysis and of decision taking in a real estate context (computer room).

Grading pattern:

Course assessment includes a group multimedia case study and a quizz.

DEVI31130

Marchés & produits immobiliers

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVI31129, ENVI31170

Responsable du cours :

I. NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Analyse des marchés et produits immobiliers

Le cours est obligatoire pour les étudiants de la Chaire BNP Paribas Real Estate.

Introduction et objectifs :

Ce cours de base apporte les concepts fondamentaux de l'analyse économique et

financière des différents marchés immobiliers d'entreprise. Ce cours constitue notamment un prérequis pour le cours DEVI31254 Investissements immobiliers et DEVI31256 Management immobilier. Le cours aborde les notions de base de l'analyse des marchés immobiliers d'entreprise (étude des principaux indicateurs, évolution des marchés, systèmes d'acteurs, etc) et de l'investissement immobilier.

Thèmes abordés :

Economie des marchés, Immobilier de bureaux et d'entreprise, Asset management, Investissement immobilier

Pédagogie :

Le cours est structuré en deux parties : la première expose la méthodologie et les principaux indicateurs indispensables à l'étude des marchés immobiliers. La seconde partie repose sur la mise en pratique des outils au travers d'études de cas d'analyse de marchés et de prise de décisions d'arbitrage immobilier (salle informatique).

Cours magistral + cas multimedia en salle informatique

Evaluation : Quiz + cas.

Bibliographie :

- I. Nappi-Choulet, *Marketing et Stratégie de l'immobilier*, Dunod.
- I. Nappi-Choulet, *Les Mutations de l'immobilier : de la Finance au Développement Durable*, ed. Autrement.

DEVI31233

Int'l Property Market Analysis

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: DEVI31131, ENVI31169

Course Coordinator: I. NAPPI-CHOULET, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

International Property Market Analysis

Recommended prerequisite: DEVI31129

Introduction:

This course covers the principal issues of international property market analysis with the objective of making students aware of the globality of real estate investment and management.

It aims to give an understanding of real estate market analysis, in the broader context of (global) real estate investment and development. This knowledge will help course participants to meet new challenges and opportunities in real estate markets across national borders.

Topics covered:

The assessment of real estate returns, property market analysis, real estate strategy and factors of the decision-making process of international property investment.

Teaching methods:

Professionals of real estate finance, property asset management and development lecture in this course, offering basic concepts to analyse international property markets.

Grading pattern:

Course assessment includes a group mini-thesis on one of the issues developed in the class and a final examination.

DEVI31250**Montage opération immobilière**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ENVI31226

Responsable du cours :

I. NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : B. GIRARD, chargé de cours

Financement et montage d'opérations immobilières à court et moyen terme**Introduction :**

Ce cours d'approfondissement aborde les pratiques du montage d'opérations immobilières et permet aux étudiants de disposer des notions de base permettant d'analyser un risque immobilier. L'étude

de cas pratiques de bilans de promotion immobilière et la rencontre avec des acteurs de l'immobilier (promoteurs, asset managers, investisseurs et banquiers) donnent aux étudiants l'occasion d'appréhender l'état du marché français et ses tendances à moyen terme.

Thèmes abordés :

- Présentation du marché et de ses principaux acteurs
- La problématique foncière (aménagement, ZAC)
- Le financement des opérations de promotion immobilière
- Quelques notions juridiques appliquées à l'immobilier
- Bilan et plan de trésorerie associé.
- L'impact des nouvelles normes environnementales

Pédagogie :

L'essentiel du cours est dispensé de manière interactive au moyen d'études de cas pratiques. Une visite de site vient conclure le cycle.

Evaluation :

Note de synthèse à partir d'un dossier réel de financement.

DEVI31252**Droit immobilier et urbain**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: ENVI31227

Responsable du cours :

I. NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : J.Y. MARTIN, chargé de cours

Droit immobilier et urbain**Introduction :**

La compréhension du droit de l'environnement, des sols et de l'immobilier est indispensable pour les étudiants qui se destinent à exercer dans les domaines directement concernés (collectivités locales, aménagement urbain, production et gestion de

l'immobilier, grands services urbains etc.). Mais elle l'est également de plus en plus pour ceux qui rempliront des fonctions dirigeantes dans d'autres domaines et devront engager et contrôler, plusieurs fois dans leur vie professionnelle, des opérations immobilières : management juridique, extension, relocalisation, investissement, gestion, etc. ou qui devront tenir compte de l'impact de l'activité de leur entreprise sur son environnement.

Objectifs et thèmes abordés :

L'objectif du cours est d'apporter une connaissance des principes du droit dans les domaines de la protection de l'environnement, de l'urbanisme réglementaire et opérationnel, de la promotion, la construction, la transaction et la gestion immobilière, ainsi que la compréhension de leur portée et de leur application dans les situations les plus courantes (propriété, aménagement urbain, opérations immobilières, gestion d'actifs immobiliers...).

Pédagogie :

Les notions seront enseignées en faisant largement appel à l'expérience et à des études de cas. Les principales obligations et responsabilités des intervenants privés et publics ainsi que le statut des différents acteurs et l'organisation de leurs relations (par exemple maître d'ouvrage et maître d'œuvre, propriétaire et gestionnaire...), seront explicités.

Evaluation :

L'analyse d'une situation concrète est demandée en fin de session et supporte l'évaluation.

DEVI31254

Investissements immobiliers

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : ENVI31271
Responsable du cours :
I. NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : L. KHELIFI, chargé de cours

Investissements immobiliers

Prérequis conseillé : DEVI31130

Ce cours constitue également un prérequis au cours DEVI31258 (ENVI31208) de Finance immobilière.

Objectifs:

Fournir une bonne compréhension de "l'industrie Immobilière"

Présenter les éléments clés d'une stratégie d'Investissement Immobilier

Thèmes abordés :

Processus de production Immobilière
Marchés Immobiliers, environnement économiques et cycles

Contextes légal, juridique et fiscal

Logiques financières

Pédagogie :

Approche théorique et étude de cas
Modélisation financière (travaux pratiques sur Excel).

Evaluation :

Etude de cas finale.

DEVI31256

Management immobilier

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ENVI31272

Responsable du cours :

I. NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

(Anciennement «L'entreprise et son immobilier»)

Management de l'immobilier de l'entreprise

Prérequis conseillé : DEVI31130

Introduction :

Quel que soit leur secteur, les entreprises ont besoin d'immobilier pour exercer leur activité, celui-ci représentant en général de 25 à 40% des actifs des sociétés et le second poste de dépenses après les salaires. La fonction immobilière au sein de l'entreprise évolue depuis quelques années, dans un contexte de management

par la valeur actionnariale. De plus, les marchés de l'immobilier d'entreprise sont cycliques, avec de sensibles variations des loyers sur des périodes relativement courtes, qui peuvent lourdement affecter, en cas de pénurie sur les marchés locatifs, les équilibres d'exploitation de l'entreprise à moyen et long terme.

Thèmes abordés :

Le financement de l'immobilier de l'entreprise, Gestion de l'immobilier (arbitrage entre location et achat), Diagnostic opérationnel (space planning) et aspects internationaux de la décision d'implantation.

Pédagogie :

Le cours est composé de séances enseignées par des intervenants extérieurs sur la base de cas réels. Une visite de site avec rencontre d'un directeur immobilier est organisée chaque année. Le cours est divisé en 4 parties qui se complètent et abordent l'immobilier d'entreprise du point de vue des utilisateurs :

- la direction immobilière dans l'entreprise
- les aspects réglementaires et fiscaux de l'immobilier d'exploitation
- le space planning
- le financement de l'immobilier d'exploitation.

Evaluation :

Quiz + mini rapports.

DEVI31258

Finance immobilière

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 30.00
Equivalent : ENVI31208, FINM31208
Responsable du cours : M. BARONI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Finance immobilière (=FINM31208)

Voir descriptif FINM31208, chapitre 5, Finance.

DEVI31430

Sém. application immobilier

Nombre d'UV : 2.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : ENVI31481
Responsable du cours :
I. NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Séminaire d'application d'analyse immobilière

Pour les étudiants de la Chaire ou non, plus particulièrement intéressés par l'économie et la finance immobilières, il est possible de participer à des travaux d'application sur des thèmes définis notamment avec les partenaires de la Chaire Immobilier. Le séminaire d'application DEVI31430 permet aux étudiants de la Chaire de travailler en équipe restreinte au T2 et T3 sur des thèmes d'application définis par le partenaire et encadrée par des tuteurs en entreprise. Les travaux sont suivis à la fois par le professeur enseignant et par les commanditaires de la recherche, et sont finalisés par une soutenance. Dans ce cadre les étudiants sont parrainés par un cadre dirigeant de BNP PARIBAS REAL ESTATE.

DEVI31432

Sém. Chaire immobilier

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : ENVI31483
Responsable du cours :
I. NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Séminaire de Chaire immobilier

Le séminaire de Chaire, qui a lieu tous les lundis soir du second et troisième trimestre, permet à des personnalités du monde de l'immobilier (montage d'opérations, financement, asset management, conseil fusion-acquisition, etc.) de faire part de leur

expérience et de leur savoir-faire auprès des étudiants de la Chaire Immobilier. Nous sommes très heureux d'accueillir régulièrement des cadres dirigeants de sociétés foncières cotées, des directeurs immobiliers de grands groupes, de fonds d'investissement, de banques d'affaires, de conseils immobiliers, des promoteurs et développeurs immobiliers, ainsi que des professionnels de l'aménagement foncier et urbain intéressés par les questions immobilières et le renouvellement urbain (Collectivités locales, Caisse des Dépôts, S.E.M., etc.). Cf. liste des participants sur le site de la Chaire : www.essec-immobilier.com

DEVN31140

Atelier de négociation

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVN31141, DEVN31260, ENVC31266, SJUN31243, SJUN31244

Responsable du cours : A. LEMPEREUR, professeur ESSEC.

Descriptif du cours :

Atelier de négociation

Autres intervenants : A. COLSON, professeur ESSEC, Dr. I. BENHARDA, J. OHANA, R. PEREZ NÜCKEL et F. ROBIOLLE, chargés de cours.

Objectifs :

- Maîtriser les dimensions et tensions liées aux personnes, aux processus et aux problèmes de fond en négociation.
- Accroître les compétences analytiques et interpersonnelles des participants aux négociations.
- Aider les participants à mieux préparer, conduire et rendre compte des négociations, les leurs et celles des autres.
- Développer les compétences d'écoute et de parole actives.
- Elaborer des stratégies pour les négociations internes et externes aux organisations.

- Prendre conscience des facteurs de succès et d'échec en négociation.

Thèmes abordés et plan du cours :

Session 1 : Questionner avant d'agir

Session 2 : Préparer avant de négocier

Session 3 : L'essentiel avant l'évident en matière de processus

Session 4 : Ecouter avant de parler

Session 5 : Développer des solutions créatrices de valeur avant de répartir la valeur créée

Session 6 : Structurer le mandat interne avant de gérer les interactions externes

Session 7 : Reconnaître les émotions avant de chercher des solutions aux problèmes de fond

Session 8 : Approfondir la méthode avant d'approcher les différences culturelles

Session 9 : Bâtir les coalitions avant de mener des négociations multipartites

Session 10 : Synthèse et quiz

Pédagogie :

Outils conceptuels – Corpus

interdisciplinaire des théories classiques (Callières, Pecquet, etc.) et contemporaines (Fisher & Ury, Lax & Sebenius, Mnookin, Susskind, Brett) : apports philosophiques et historiques, psychologie sociale et cognitive, théorie des jeux, sociologie des organisations, etc.

Préparation, simulation, réflexion et structuration – Cet atelier pratique se

fonde sur la préparation des cas par les étudiants, sur leur implication dans des jeux de rôle et sur des discussions facilitées par l'intervenant, lequel en fin de session résume les apports théoriques.

Evaluation :

La note finale se décompose en deux parties :

Une note de quiz (70 %). Le quiz a lieu durant la dernière session du séminaire et porte sur l'intégration des concepts, ainsi que sur leur application dans les diverses simulations. Il suppose une lecture approfondie de l'ouvrage *Méthode de négociation*.

Une note de participation (30 %). Elle est fondée sur la préparation aux séances (2 memoranda) et sur les interactions en séance.

Bibliographie :

LEMPEREUR (Alain) & COLSON (Aurélien).
Méthode de négociation. Paris : Dunod, 2004.

DEVN31141

Negotiation Workshop

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: DEVN31140, DEVN31260,
ENVC31266, SJUN31243, SJUN31244

Course Coordinator: A. LEMPEREUR, ESSEC
professor

This course is taught in English

Course outline:

Negotiation Workshop

(Given in Paris and on the ESSEC Campus in Singapore)

Other instructors: A. COLSON, A. ONÇULER,
ESSEC professors, A. BORBELY, T. CHAO,
R. PEREZ NÜCKEL, lecturers.

Introduction and objectives:

- Understanding the dimensions and tensions relating to people, process and problems in negotiation.
- Developing the participants' analytical and interpersonal skills in negotiation.
- Helping participants better prepare, manage and debrief negotiation sessions, theirs and those they witness.
- Increasing their competencies in active listening and speaking.
- Elaborating strategies for negotiations within and outside their organization.
- Raising awareness of success and failure factors in negotiation

Topics covered:

Session 1: Questioning your strategy before acting

Session 2: Preparing before negotiating

Session 3: Structuring the process before problem-solving

Session 4: Listening before speaking

Session 5: Creating value before distributing value

Session 6: Structuring the mandate behind the table before managing the interactions at the table

Session 7: Managing emotions before problem-solving

Session 8: Deepening methods before addressing cultural differences

Session 9: Building coalition before dealing with multilateral negotiations

Session 10: Synthesis and quizz

Pedagogical methods:

- **Conceptual tools** – Interdisciplinary corpus of classical theories (Callières, Pecquet, etc.) and contemporary research (Fisher & Ury, Lax & Sebenius, Mnookin, Susskind, Brett): philosophical and historical inputs, social and cognitive psychology, game theory, sociology of organizations, etc.
- **Preparation, simulations, debriefing and summaries** – This practical workshop is based on the preparation of role plays by the students, on their involvement in these simulations and on the discussions that follow, which are facilitated by the instructor, who, at the end of each session, summarizes the key theoretical lessons.

Evaluation:

The course grade is based on two elements:

A final quizz (70%). It takes place during the last session of the seminar and checks the understanding of concepts and their application in the different role plays. It requires a thorough reading of the book *First things First. A Negotiators Companion*.

Participation (30%), based on the preparations of the sessions (2 memoranda) and the interactions in class.

Bibliography:

LEMPEREUR (Alain) & COLSON (Aurélien),
First thing First, a Negotiator's Companion, Wiley,
2009.

DEVN31260

Négociation, démocratie locale

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVN31140, DEVN31141, ENVC31266, SJUN31243, SJUN31244

Responsable du cours : L. de CARLO, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Négociation et démocratie locale

N.B. : Les ateliers DEVN31141 (SJUN31243) et DEVN31140 (SJUN31244) développent les mêmes théories de la négociation et de la médiation. Les étudiants ne peuvent s'inscrire à la fois à ces ateliers et au cours.

Objectifs :

Le cours aborde les processus de décision publics en matière d'aménagement du territoire et de gestion des collectivités territoriales : projets, implantation d'équipements ou agrandissement d'infrastructures de gestion des déchets, transports en commun, aéroports, ports, etc. Ces processus de décision comptent parmi les plus complexes aujourd'hui, au sens où ils font intervenir de nombreux acteurs (représentants de l'Etat, des collectivités territoriales, des entreprises, des habitants, associations de défense de l'environnement, etc.) ayant chacun des intérêts et motivations de nature différente : que devient alors le concept d'Intérêt Général ? Peut-on encore opposer intérêt général et intérêts dits particuliers ? L'enjeu devient plutôt de permettre le dialogue, la concertation, la négociation entre acteurs et de favoriser la recherche commune de solutions. Aussi ces processus de décision sont-ils des terrains de négociation privilégiés.

Thèmes abordés :

Après avoir étudié l'évolution de ces processus depuis les années 60, les étudiants participent à la simulation d'une concertation sur un projet particulier, tiré d'un cas réel : celui de l'autoroute A104 qui doit relier Cergy et Orgeval.

La simulation consiste en un jeu de rôles multimédia, «La Francilienne», qui permet aux étudiants de faire

L'expérience d'un processus de décision conflictuel et d'apprendre

progressivement à le gérer, grâce à l'acquisition de concepts et méthodes de négociation et de médiation.

L'expérience individuelle et collective des étudiants est analysée, entre autres, grâce à des concepts psychologiques et socio-psychologiques. Les concertations, négociations et médiations expérimentées deviennent ainsi pour les étudiants des opportunités de développement personnel (connaissance de soi permettant de meilleures interactions avec autrui).

Pédagogie :

Le cours fera appel à des méthodes variées : exposés, études de cas, et jeu de rôles multimédia.

Evaluation :

La note finale sera individuelle.

Un quiz permettra d'évaluer l'analyse de l'expérience de l'étudiant dans le cadre du jeu de rôles et ses réponses à quelques questions de cours.

Bibliographie :

L. de CARLO, Accepting Conflict and Experiencing Creativity: Teaching "Concertation" Using la Francilienne, Negotiation Journal, Janv. 2005, vol 21, numéro 1.

DEVN31262

Atelier de médiation

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : DEVN31263, SJUN31239, SJUN31242

Responsable du cours : A. LEMPEREUR, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Atelier de médiation

Autres intervenants : Aurélien COLSON, professeur ESSEC, Adrian BORBELY, chargé de cours.

Objectifs :

- Prendre conscience du rôle de la médiation dans la gestion des conflits – des interactions familiales au contexte international, en passant par la vie quotidienne des organisations.
- Mettre en œuvre les principes et outils du médiateur.
- Développer une méthode efficace de facilitation et de responsabilisation, de structuration des principes et des étapes, de questionnement et d'écoute, de créativité et de création de valeur.
- Maîtriser les concepts et outils pour comprendre le périmètre de la médiation, ses principes structurants, son processus, ses techniques pour approfondir le passé et développer des pistes de solution pour le futur.
- Surmonter des pièges possibles dans la recherche d'un accord et dans la restauration d'une relation.
- Prendre la mesure des défis éthiques de la médiation.

Thèmes abordés et plan du cours :

Session 1 : Le périmètre de la médiation
Session 2 : La pertinence de la médiation
Session 3 : Le processus de la médiation
Session 4 : Le positionnement du médiateur
Session 5 : Du passé au présent
Session 6 : Du présent au futur
Session 7 : Les principes éthiques du médiateur
Session 8 : Les pièges du médiateur
Session 9 : La pluralité de médiation
Session 10 : Synthèse et quiz

Pédagogie :

- **Méthode théorique et pratique** fondant une médiation opérationnelle
- **Préparation, simulation, réflexion et structuration** – Cet atelier pratique se fonde sur la préparation des cas par les étudiants, sur leur implication dans des jeux de rôle et sur des discussions facilitées par l'intervenant, lequel en fin de session résume les apports théoriques.

Evaluation :

La note finale se décompose en deux parties :

Une note de participation (50 %). Elle est fondée sur la préparation aux séances et sur les interactions en séance.

Une note de rapport final (50 %). Après validation de son choix de sujet auprès du responsable du cours, chaque étudiant approfondira, dans un rapport final de 6 pages, un thème qui attestera de sa compréhension individuelle des concepts du cours et de l'ouvrage *Méthode de médiation*.

Bibliographie :

LEMPEREUR (Alain), SALZER (Jacques) & COLSON (Aurélien), *Méthode de médiation*, Paris, Dunod, 2008.

DEVN31263

Mediation Workshop

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: DEVN31262, SJUN31239, SJUN31242

Course coordinator: A. LEMPEREUR, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Mediation Workshop

Other instructors: A. COLSON, professor ESSEC, A. BORBELY

Objectives:

- Illustrating the role of mediation in conflict management – from family disputes to international crises, via the daily life of organizations.
- Putting into practice the mediator's principles and tools.
- Developing an efficient method of facilitation and empowerment, structured around principles and steps, including questioning and listening, creativity and value creation.
- Mastering the concepts and tools necessary to understand the perimeter of mediation, its structuring principles, its

process and the techniques necessary to address past issues and develop possible solutions for the future.

- Overcoming possible traps on the way toward settlement and reconciliation.
- Assessing the ethical challenges of mediation.

Topics covered:

Session 1: Mediation's Perimeter
Session 2: Mediation's Pros and Cons
Session 3: The Mediation Process
Session 4: The Mediator's Positioning
Session 5: From the Past to the Present
Session 6: From the Present to the Future
Session 7: The Mediator's Ethical Principles
Session 8: Avoiding Traps in Mediation
Session 9: The Plurality of Mediation
Session 10: Synthesis and Quizz

Pedagogical methods:

- **A theoretical and practical method** aiming at an operational mediation
- **Preparation, simulations, debriefing and summaries** – This practical workshop is based on the preparation of role plays by the students, on their involvement in these simulations and on the discussions that follow, which are facilitated by the instructor, who, at the end of each session, summarizes the key theoretical lessons.

Evaluation:

The course grade is based on two elements:

Participation (50%): based on the preparations of the sessions and the interactions in class.

A final report (50%): each student needs to choose a topic, to validate his choice with the instructor and to produce a six-page report, aiming to demonstrate his/her individual understanding of the concepts developed throughout the course and the book *Méthode de Médiation*.

Bibliography:

Lempereur (Alain), Salzer (Jacques) & Colson (Aurélien), *Méthode de médiation*, Paris, Dunod, 2008 (translation to be announced).

DEVN31435

Negotiation&Mediation Research

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Prerequisite: DEVN31140 or DEVN31141 or DEVN31260 or DEVN31262 or DEVN31263

Contact hours: 25.00

Course coordinator: A. LEMPEREUR, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Negotiation and Mediation Research Seminar

(1 UV a year during 2 years = i.e. 2UV in total)

This compulsory cycle will be based on interventions by researchers and experts in leadership, negotiation, mediation, conflict and crisis management. Offered in priority to the students of the Chair, this research seminar will be run in ten sessions, which will be held throughout the year, during two years, with 2 research credits upon completion. Each student will work on a research project, which is concluded by a report and an oral defense.

The seminar aims at deepening fundamental questions such as: the dimensions of people, process, and problems, in negotiation and mediation; the management of relationships, partnerships, mandates and coalitions; efficient communication, with the balance between active speaking and listening; the question of interests, motivations, values and needs; emotions and identities; psychological biases and culture specificities; cooperative and competitive strategies, value creation and distribution, distributive tactics; power techniques; impasses, extreme situations and the limits of negotiation; facilitation of negotiation and mediation; reconciliation and peace-building strategies.

The seminar covers, among others, the following negotiation sectors of business and organizations in the private and public spheres: strategic, social, commercial, financial, real-estate, and public, political, diplomatic.

Representatives of organizations and partners of the Chair actively participate in the design of the seminar, notably in providing research projects to the students. Each student project is supervised by a permanent professor, researcher from ESSEC. Being involved in the research activities is the cornerstone for the experience of the Chair's students and enables reciprocal feedback from the students and the institution. Such a project can be run in coordination with an internship or an apprenticeship; it can sometimes be part of a partner's request or correspond to an entrepreneurial initiative from the student. This work can be a deepening of the initial master thesis.

Section 6. Economie

Professeur responsable : Patricia CHARLETY

Secrétariat : Annie CVETIC

« Si j'ai pu voir loin, c'est que j'étais assis sur des épaules de géant »

Isaac Newton

La science économique a pour objectif d'étudier les choix des individus et des organisations en fonction du contexte des marchés et de la réglementation. Pour bien comprendre l'évolution d'un secteur de l'économie nationale ou internationale dans laquelle ils s'insèrent et les conséquences des interventions des pouvoirs publics, les dirigeants doivent être initiés aux méthodes d'analyse de la discipline. Le département économie offre une solide initiation à ces méthodes d'analyse.

En MBA, le cours fondamental obligatoire d'Economie Managériale (Managerial Economics) vise à présenter de façon plus approfondie les stratégies (différenciation, tarification, ...) des entreprises dans différentes structures de marché en liaison avec le contexte légal. Des cours d'option permettent l'approfondissement de différents domaines généralement liés aux spécialisations des professeurs : Monnaie et banque, Economie du travail, Macroéconomie approfondie, Gouvernement d'entreprise, Economie internationale, Pensée économique, etc.

Une filière Economie est proposée en particulier aux étudiants intéressés par une carrière dans le conseil, les institutions financières et bancaires, nationales ou internationales, ou envisageant de poursuivre des études dans les troisièmes cycles universitaires après l'ESSEC MBA. Sous certaines conditions, il est possible de remplacer la dernière année de l'ESSEC MBA par la première année de Ph.D. Economics and Finance (spécialisation en économie) en vue d'obtenir le master 2 en Economie simultanément au diplôme ESSEC (voir le chapitre 9).

PLANNING DES COURS			T1	T2	T3
ECONOMIE			Nbre de sections		
	ECO31122	Théorie macroéconomique		1	
(e) (fi)	ECO31129	Asian Economies			
	ECO31157	Monnaie et banque	1		1
(a)	ECO31180	Macroéconomie (introduction)		1	
	ECO31203	Economie du travail			1
	ECO31226	Analyse de conjoncture		1	
(a)	ECO31080	Pré-MBA Microéconomie	2		
ou (a) (e)	ECO31081	Pre-MBA Microeconomics	2		
(f)	ECO31142	Economie managériale	2	2	3
ou (f) (e)	ECO31143	Business Economics	2	2	2
	ECO31230	Gouvernement d'entreprise			1
	ECO31251	Théories du commerce int'l		1	
	ECO31268	Pensée éco. contemporaine			1
(x)	ECOS31269	Grands enjeux énergétiques			

(a) Réserve aux étudiants admis directement en MBA

(e) This course is taught in English

(f) Cours fondamental

(fi) Voir chapitre 9 – Filière et cursus

(x) Non proposé cette année

Ce planning, établi avec toutes les informations connues au moment de l'impression, est donné sous réserve de changements.

ECO31122

Théorie macroéconomique

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : F. CONTENSOU,
professeur ESSEC.

Descriptif du cours :

Théorie macroéconomique

Introduction

La macroéconomie s'efforce d'expliquer par des modèles un certain nombre de variables fondamentales destinées à décrire de manière synthétique l'état d'une économie nationale. Il s'agit des principaux indicateurs macroéconomiques : PIB, indice des prix, taux de chômage, salaire réel, taux d'intérêt nominaux et réels, distribution des revenus, rythme de croissance, etc... La modélisation théorique propose en même temps qu'une explication de ces variables le potentiel et les fondements des politiques destinées à rapprocher l'état de l'économie d'objectifs réalisables.

Thèmes abordés

Le cours propose tout d'abord l'étude des systèmes en équilibre (première partie) apte à expliquer en particulier les tendances et les évolutions à long terme de l'économie.

Après une formulation détaillée du modèle néoclassique en termes de statique comparative le cours développe la problématique de la croissance, les concepts de croissance soutenable et de croissance optimale, essentiellement sur la base introductive du modèle de Solow. Les systèmes en déséquilibre font l'objet d'une deuxième partie fondée tout d'abord sur une étude de la théorie keynésienne, dont les fonctions macroéconomiques (consommation, investissement, demande de monnaie) sont analysées en profondeur. Une introduction à la théorie du déséquilibre

enrichit ensuite l'interprétation des modèles keynésiens.

En alternance avec la démarche analytique, le cours aborde sous forme d'applications des dilemmes de politique économique : tentatives de redistribution des revenus, modalités des politiques de l'emploi etc...

Pédagogie

Les points les plus techniques du cours font l'objet de notes techniques distribuées. Des exercices et leurs corrigés sont également proposés.

Les deux parties du cours (assez indépendantes) sont évaluées chacune par un examen adapté.

Evaluation

Quiz intermédiaire (50%) et quiz final (50%)

Bibliographie :

Remise avec le plan de cours

ECO31129

Asian Economies

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: J.POTIN, ESSEC
professor

This course is taught in English and is given on the ESSEC Campus in Singapore.

Course outline:

Teacher: S. BESANGER

Asian Economies

Introduction:

This course analyses the fundamental economic changes in Asia occurring during the last few decades. It draws a picture of the rapidly evolving economies in the region and tries to figure out their future prospects and challenges. It thus tackles hot topics like economic decoupling, international trade, inequalities, corruption, exchange rate regimes, ageing, etc. It also clarifies how Asia will be affected by the current economic and financial crisis through multiple channels (exports, FDI, bank loans, remittances...).

Topics covered:

The organization of the lecture will be the following:

1. Introduction: Growth in Asia in the 20th century
 - Growth in Asia in the second 20th century
 - The recipes of the Asian miracles: classical, institutional or cultural factors of growth?
 - Is the Asian growth model exportable?
2. The Asian Crisis (1997) and its aftermath
 - The mechanisms and the resolution of the crisis
 - Structural improvements after the crisis
 - The post-crisis slower growth
 - The financial sector today
3. The Japan's lost decade
 - The asset price bubble and burst
 - The economic stagflation of the 1990s and the political responses
 - Learning from the Japanese case to handle the current crisis?
4. Asian Economies today: the patterns in trade since the Asian Crisis – Is Asia decoupling from US and EU?
 - Trade patterns in Asia since the crisis
 - Intraregional and intraindustry trade
 - The challenges posed by China
5. Asian Economies today: consumption in Asia – Is Asia switching to consumption-led growth?
 - Consumption and growth in Asia
 - Possible causes for a lagging consumption (income, savings, inequalities, consumer credit...)
 - Case study: China's rebalancing puzzle
6. Asia and current economic crisis
 - Similarities and differences between the Asian Crisis and the Subprime crisis
 - Channels of contagion to Asia (through exports, remittances, investments, liquidity...)
7. Innovation and productivity in Asia
 - Innovation through imports of technology
 - Innovation through investment in R&D
 - The role of foreign multinationals in Asia's R&D

- Policy considerations
8. The impact of ageing on economic growth in Asia
 - Aging population in Asia
 - Economic Impact and reform agenda
 - Reforming Pension systems in Asia
 9. Conclusion: long-term prospects and challenges
 10. Final exam

Marking Scheme:

The final grade includes two components:

- Regular tests and class participation: 40% of the final grade
- Final Exam: 60% of the final grade

Bibliography:

- Aghion, Philippe, Nick Bloom, Richard William Blundell, Rachel Susan Griffith, and Peter Howitt, "Competition and Innovation: An Inverted-U Relationship", *Quarterly Journal of Economics*, 2005, 120 (2): 701–28.
- Aziz, Jahangir, and Steven Dunaway. "China's rebalancing act," *Finance and Development*, IMF, September 2007.
- Banerjee, Abhijit V., and Esther Duflo. 2003. "Inequality and Growth: What Can the Data Say?" *Journal of Economic Growth* 8 (3): 267–299.
- Barro, Robert. 2000. "Inequality and Growth in a Panel of Countries." *Journal of Economic Growth* 5 (1): 5–32.
- Eichengreen, Barry, and Pipat Luengnaruemitchai. 2004. "Why Doesn't Asia Have Bigger Bond Markets?," NBER Working Paper 10576, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.
- Eichengreen, Barry, Yeongseop Rhee, and Hui Tong. 2004. "The Impact of China on the Exports of Other Asian Countries." NBER Working Paper 10768, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.
- Krugman, Paul, 1991. "Increasing Returns and Economic Geography." *Journal of Political Economy* 99 (3): 483–99.
- Romer, Paul M. 1990. "Endogenous Technological Change." *Journal of Political Economy* 98 (5): 71–102.
- Young, Aldwyn. 1992. "A Tale of Two Cities: Factor Accumulation and Technical Change in Hong Kong and Singapore," NBER, *Macroeconomics Annual*.

ECO31157

Monnaie et banque

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : A. FOURÇANS,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Monnaie et banque

Introduction :

Ce cours d'économie monétaire analyse les théories monétaires et leurs applications pratiques pour nos économies modernes.

La méthode proposée – qui fait le lien entre la théorie et la politique monétaires, et, plus généralement, la politique économique – permet une compréhension conceptuelle et pratique des grandes questions monétaires et macroéconomiques d'aujourd'hui.

Thèmes abordés :

- Le rôle de la banque centrale, des banques, des ménages, des entreprises et des pouvoirs publics dans la détermination des variables monétaires telles que le taux d'intérêt et la monnaie.
- Les mécanismes de transmission du secteur monétaire vers la production et les prix.

L'eurozone, avec l'euro, la Banque centrale européenne et la politique monétaire sont au cœur de l'analyse. Les questions internationales sont aussi incorporées.

Pédagogie :

Cours sur les grandes théories monétaires et macroéconomiques, en faisant le lien avec les questions économiques de tous les jours et les politiques suivies.

Evaluation :

Au choix :

- un examen partiel vers le milieu du trimestre
- ou un projet de recherche théorique et/ou empirique
(environ 40 % de la note)

Obligatoire pour tout le monde : un examen final (environ 60 % de la note).

Bibliographie :

Un polycopié de lectures est distribué à chaque étudiant.

Des documents de cours sont aussi installés sur le Tipi.

Des articles sur l'actualité économique et monétaire seront régulièrement distribués et discutés.

ECO31180

Macroéconomie (Introduction)

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 21.00

Equivalent : ECOA21030

Responsable du cours : R. VRANCEANU,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Macroéconomie : introduction

Réservé exclusivement aux étudiants admis directement en MBA

Cours suivi avec les étudiants de la Période Initiale. Voir Chap. 3 - ECOA21030, Macroéconomie.

Résumé : Ce cours initie les étudiants aux représentations théoriques du fonctionnement de l'économie générale et des moyens de la politique économique, dans le cadre de l'intégration européenne et de l'ouverture internationale. L'accent est placé sur les modalités des politiques budgétaires et monétaires, sur les mécanismes par lesquels elles influencent les variables et les indicateurs fondamentaux : prix, salaires, activité, taux d'intérêt, taux de change, etc. Ces notions constituent un socle de connaissances pertinentes pour l'analyse critique du contexte économique dans lequel les futurs managers seront amenés à prendre leurs décisions.

ECO31203

Economie du travail

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : R. VRANCEANU,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Economie du travail

Introduction :

Plus que jamais, il est important de connaître et comprendre les mécanismes qui régissent le marché du travail, les facteurs qui influent sur l'emploi et sur le salaire, de même que le rôle de la politique économique en matière de lutte contre le chômage. Le cours propose l'examen des principales théories contemporaines du marché du travail, en s'appuyant sur l'analyse des situations concrètes. Les étudiants intéressés par une carrière d'économiste dans le secteur public ou dans des organisations internationales y trouveront aussi matière à réflexion. La participation des étudiants aux débats est souhaitée et appréciée.

Objectifs :

- Comprendre le fonctionnement du marché du travail.
- Analyser l'efficacité des politiques économiques en matière de l'emploi.
- Renforcer les compétences en méthodologie économique.

Thèmes abordés :

Modèle néoclassique et keynésien, rappel des concepts élémentaires. La théorie du déséquilibre. Courbe de Phillips et arbitrage inflation-chômage. Salaire d'efficacité, théorie des syndicats. Le modèle de recherche d'emploi : équilibre partiel, équilibre complet. Les processus d'appariement.

Pédagogie :

- Cours
- Etude de cas courts élaborés et présentés par des groupes d'étudiants.
- Lectures obligatoires.

Evaluation :

- Examen en fin du cycle d'enseignement.
- Participation (exposés et présence obligatoire).

Bibliographie :

Pierre Cahuc et André Zylberberg, *Economie du travail*, De Boeck, 2004.

ECO31226

Analyse de conjoncture

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsables du cours : R. VRANCEANU,
M. GUYOT, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Analyse de conjoncture

Introduction :

Ce cours constitue un approfondissement de l'enseignement en macroéconomie et économie internationale. Son objectif est d'initier les étudiants au métier d'analyste de conjoncture (banques, sociétés de bourse, organisations internationales). Une partie du cours est consacrée à l'étude des politiques économiques. Pendant le trimestre les étudiants sont censés suivre de près l'actualité économique. On présentera des techniques de recherche d'informations économiques sur internet, d'utilisation et d'analyse des bases de données économiques et les grandes règles économiques. L'évaluation se fera sur un examen final et sur la base de rapports de conjoncture (pays ou actualité macroéconomique) que les étudiants présenteront pendant les séances.

Objectifs :

- Méthode d'analyse de la réalité économique.
- Renforcement des compétences d'analyse économique.

Thèmes abordés :

Indicateurs et bases de données, éléments d'analyse keynésienne en économie ouverte, économie et politique monétaire,

marché du travail, croissance, analyse des risques pays.

Pédagogie :

Cours, lectures obligatoires, exposés, présence obligatoire.

Evaluation :

Note exposés

Note examen de fin de cycle.

Bibliographie :

Presse économique, Wall Street Journal, Financial Times, The Economist.

ECO131080

Pré-MBA Microéconomie

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de pré-MBA

Total des heures : 25.00

Equivalent : (ECO131081 ou ECO131082)

Responsable du cours : J. POTIN, professeur ESSEC

Réservé aux étudiants admis directement en MBA ; Cours de pré-MBA : cf. chapitre 4.

Descriptif du cours :

Enseignants: T. AIMAR et C. NAIDITCH, chargés de cours

Pré-MBA Microéconomie

Objectifs :

Dans ce cours, nous étudions les éléments fondamentaux de la microéconomie, en insistant sur les marchés compétitifs.

Thèmes abordés :

Introduction à l'analyse offre et demande, théorie du consommateur (valeur, préférences, choix optimal, demande, biens inférieurs et normaux, élasticités, substitution, maximisation de l'utilité), théorie du producteur (maximisation du profit, court terme et long terme, coûts, demande de facteurs, rendements d'échelle, économies d'échelle, learning by doing, économies of scope), équilibre sur le marché des biens (compétition parfaite, offre de l'entreprise et de l'industrie, effet des politiques publiques), choix en incertain (utilité espérée, aversion au risque, assurance, évaluation des actifs, arbres de décision, valeur de l'information), travail (offre et

demande de travail, équilibre, salaire de réserve, la journée de travail standard, la prime pour l'emploi), allocation intertemporelle (préférences intertemporelles, taux d'intérêt, investissement, valeur nette présente, équilibre du marché du crédit, inflation).

Pédagogie :

- Cours

- Documents

- Problèmes

Evaluation :

Examen intermédiaire et examen final.

Bibliographie :

Pindyck et Rubinfeld, *Microéconomie*.

ECO131081

Pre-MBA Microeconomics

Credit hours: 1.00

Course attribute: Pre-MBA course

Contact hours: 25.00

Equivalent: (ECO131080 or ECO131082)

Course Coordinator: J. POTIN, ESSEC professor

This course is taught in English

Reserved for the students admitted directly in MBA; Pre-MBA course: see chapter 4.

Course outline:

Teachers: P. LANGOHR, J. POTIN, ESSEC professors

Pre-MBA Microeconomics

Objectives:

This course will cover the fundamentals of microeconomics with a focus on competitive behavior. Both theory and its applications to economic decisions are stressed.

Topics covered:

Introduction to supply and demand analysis, consumer theory (value, preferences, optimal choice, demand, normal and inferior goods, elasticities, substitution, utility maximization), producer theory (profit maximization, short run and long run, costs, factor demand, returns to scale, economies of scale, learning by doing, economies of scope), product market equilibrium

(perfect competition, firm and industry supply, effect of public policies), choice under uncertainty (expected utility, risk aversion, insurance, asset pricing, decision trees, value of information), labor (labor supply and demand, equilibrium, reservation wage, standard workday, tax and welfare policy), allocation over time (time preference, interest rate, investment, net present value, credit market equilibrium, inflation).

Teaching methods:

- Lectures
- Documents
- Problem sets

Grading pattern:

Midterm exam and final exam.

Bibliography:

Pindyck and Rubinfeld, *Microeconomics*.

ECOI31142

Economie managériale

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours fondamental

Total des heures : 25.00

Equivalent : ECOI31143

Prérequis : (ECOI21021 et ECOA21030 ou ECOI31080 ou ECOI31081 ou ECOI31082)

Responsable du cours : J. POTIN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : F. CONTENSOU, M. GUYOT, F. JENNY, J. POTIN, professeurs ESSEC

Economie managériale

Introduction :

Les décisions des dirigeants doivent se fonder sur une bonne connaissance de l'environnement économique de l'entreprise, défini au sens large comme un cadre légal et social, la structure du secteur, et un contexte d'ouverture internationale. Le cours d'Economie managériale fournit aux étudiants des outils analytiques issus de la microéconomie traditionnelle et de l'économie industrielle, qui leur

permettront d'analyser de manière critique les faits stylisés et de mieux comprendre les enjeux de leurs futures responsabilités. Il est vivement conseillé d'acquérir ces notions au début du cursus de MBA. Une connaissance préalable de la microéconomie est supposée.

Thèmes abordés :

Concepts de coûts et marchés compétitifs, externalités et marchés des droits à polluer, pouvoir de marché et monopole, stratégie de tarification, oligopole et théorie des jeux, rémunération des employés.

Pédagogie :

- Cours
- Lecture de documents

Evaluation :

Examen intermédiaire et examen final.

Bibliographie :

Indiquée en début de cours.

ECOI31143

Business Economics

Credit hours: 1.00

Course attribute: Core course

Contact hours: 25.00

Equivalent: ECOI31142

Prerequisite: (ECOI21021 and ECOA21030 or ECOI31080 or ECOI31081 or ECOI31082)

Course Coordinator: J. POTIN, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Teachers: F. JENNY, P. LANGOHR, J. POTIN, ESSEC professors

Business Economics

Introduction:

Management decisions should rest upon a clear perception of the firm's economic environment broadly understood as comprising a social and legal framework, a branch competitive situation, and an open international context. The course in Business Economics aims at providing students with relevant analytical tools derived from the existing tradition in microeconomics and industrial

organization and with some of their real world illustrations, enabling them to build up lucid interpretations of the main facts, scope and circumstances of their future responsibilities. It is highly recommended to attend the course at the beginning of the MBA. The course will assume a knowledge of microeconomics at the undergraduate level.

Topics covered:

Cost concepts and competitive markets, externalities and pollution permits, market power and monopoly, pricing strategies, oligopoly and game theory, compensation.

Teaching methods:

- Lectures
- Documents

Grading pattern:

Midterm exam and final exam.

Bibliography:

Indicated by the instructor.

ECO131230

Gouvernement d'entreprise

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : ECO131400

Responsable du cours : P. CHARLETY, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Gouvernement d'entreprise

Introduction :

Les décisions des entreprises sont souvent abordées sous l'hypothèse implicite que l'entreprise a comme objectif de maximiser la valeur du capital investi par les actionnaires. En réalité, les dirigeants qui prennent les décisions poursuivent souvent des intérêts plus larges que la seule valorisation du patrimoine des associés. Dans le cas où les dirigeants sont également majoritairement détenteurs du capital, les arbitrages qu'ils peuvent être amenés à effectuer sont différents de ceux réalisés dans un contexte d'entreprise

«managériale» où détention du capital et direction de l'entreprise sont séparées. Le gouvernement d'entreprise désigne l'ensemble des moyens de contrôle et d'incitation qui peuvent être mis en œuvre pour prévenir les dysfonctionnements parfois très coûteux (pour les actionnaires, les dirigeants eux-mêmes, mais aussi les salariés...) qui peuvent résulter de cette situation.

Objectifs :

Le cours a pour objectif d'analyser les différents mécanismes de gouvernement d'entreprise et leur efficacité.

Ce cours s'adresse en particulier aux étudiants intéressés par la finance d'entreprise. Il est fortement recommandé d'avoir validé le cours de théorie financière.

Thèmes abordés :

- Le gouvernement d'entreprise, la mesure de l'efficacité du gouvernement d'entreprise
- La rémunération des dirigeants, les stock-options
- Structure de l'actionariat et rôle des actionnaires, conflits d'intérêts entre actionnaires, modes d'activisme et efficacité économique
- L'organisation des conseils d'administration
- L'organisation des assemblées générales
- Les fusions-acquisitions, prises de participations, et autres restructurations
- LBO et rôle des créanciers
- Objectif de l'entreprise : approche 'stakeholders' versus 'shareholders'
- Les lois et différents codes de bonne conduite

Pédagogie :

Pour chaque thème abordé, l'accent sera mis sur les liens entre concepts théoriques (modélisation économique) et pratiques observées (résultats statistiques, cas, témoignages de praticiens, représentants des autorités de régulation,...).

Evaluation :

Un dossier de lectures obligatoires (articles) sera distribué. Il n'y a pas d'ouvrage de référence pour ce cours. Les étudiants devront par groupes de trois effectuer un travail de recherche sur un thème/cas particulier à définir en accord avec le professeur. La dernière séance sera consacrée à un contrôle des connaissances. Les étudiants seront évalués sur la base de la participation en cours (20%), du travail de groupe (30%) et du contrôle final (50%).

ECO131251**Théories du commerce int'l**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Prérequis : (ECO121021 ou ECO131080 ou ECO131081 ou ECO131082)

Responsable du cours : J. POTIN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Les théories du commerce international, le rôle des entreprises et la structure des échanges mondiaux

Introduction :

En présentant les théories économiques de l'échange international, le cours donne aux élèves un cadre conceptuel leur permettant de mieux comprendre les causes et les conséquences de la «mondialisation». Cette «mondialisation» est-elle un phénomène sans précédent ? Est-ce que l'accroissement des échanges avec des pays en développement comme la Chine est responsable de l'accroissement des inégalités (salaires, chômage) au sein des pays les plus riches ? Pourquoi certaines entreprises décident-elles d'investir à l'étranger, c'est-à-dire de devenir des entreprises multinationales ?

Thèmes abordés :

Les différentes théories abordées seront les suivantes :

- Anciennes théories du commerce international : avantages comparatifs

du à des différences de productivité (Ricardo) ou de dotations en facteurs de production (Heckscher-Ohlin)

- Nouvelles théories : économies d'échelles et concurrence imparfaite (Krugman)
- « Nouvelles » nouvelles théories : firmes hétérogènes (Melitz)
- Les entreprises multinationales : externalisation ou production en interne ?

Pédagogie :

Au-delà des différentes théories, nous étudierons aussi les travaux empiriques qui ont testé ces théories et mesuré l'impact réel des mécanismes décrits.

Evaluation :

Examen final.

Bibliographie :

Krugman et Obstfeld, *Economie Internationale*.

ECO131268**Pensée éco. contemporaine**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : F. CONTENSOU, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Etapes de la pensée économique contemporaine

Introduction :

Ce cours s'efforce de mettre à jour l'essentiel des postulats et de l'architecture de la théorie économique contemporaine.

Il comprend néanmoins une importante introduction historique destinée à préciser l'évolution des idées et la genèse des concepts et des théories.

Thèmes abordés :

Le contexte et les concepts de l'Ecole Classique, Smith et Ricardo, la valeur travail, la décentralisation et l'autonomie de la sphère économique.

La crise de la pensée classique : introduction à l'analyse économique du

Capital de Marx, l'inconsistance des libertés civiles.
La naissance de l'école néoclassique, les conséquences des libertés et les théories du comportement économique.
Le système Walrassien d'équilibre général et la théorie de la valeur néoclassique.
Elargissement et approfondissement modernes des concepts néoclassiques ;
Axiomatique de l'équilibre général (Gérard Debreu) portée des théorèmes néoclassiques : existence et Pareto optimalité de l'équilibre ; théorème fondamental, noyau et théorème de Scarf.
Introduction de l'incertitude, de l'asymétrie d'information et du risque moral.
Introduction aux idées de Friedrich Von Hayek et d'Oliver Williamson.
Externalités, biens publics, défaillances du marché et introduction aux fondements de l'économie publique.
Pédagogie :
Le cours est accompagné de notes techniques, d'article et d'extraits d'ouvrages dans les limites légales du Copyright.
Evaluation :
Le contrôle des connaissances prend la forme de deux examens.
Quiz intermédiaire (50%) et quiz final (50%)

ECOS31269

Grands enjeux énergétiques

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Responsable du cours : F. BREMONT, chargé de cours
Coordinateur du cours : J. POTIN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Grands enjeux énergétiques

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Introduction :

La hausse continue du prix du baril depuis 2003 - brutalement interrompue depuis l'année dernière - a contribué à remettre au

premier plan les problématiques industrielles, environnementales et géopolitiques liées à l'énergie. En Europe, ce mouvement s'est produit de manière concomitante au processus de libéralisation des secteurs industriels électriques et gaziers et en a montré les limites en termes de baisse des prix. Les autres puissances - Etats-Unis, Chine, Russie, Inde, etc- ont apporté des réponses variées et parfois vigoureuses pour s'adapter à cette nouvelle donne énergétique mondiale.

Au-delà des débats techniques et industriels apparaissent donc deux mouvements d'ensemble de réorganisation du système énergétique - sécurité d'approvisionnement et lutte contre le réchauffement climatique. Face à ce contexte en pleine évolution, les puissances «traditionnelles», Etats-Unis et Europe, ont adopté des attitudes très différentes, à la fois en termes de projection de puissance, de prise de conscience environnementale et de réorganisation du secteur. Les pays émergents sont eux apparus de manière volontaire sur la scène énergétique mondiale, entre les nouveaux grands consommateurs d'énergie - Chine et Inde en tête - et les grands producteurs, Moyen-Orient, Russie, Venezuela, Asie Centrale etc. L'émergence d'acteurs privés de dimension régionale, voire mondiale, est également un fait à remarquer.

Thèmes abordés :

Afin de mieux comprendre ces nouvelles lignes de partage économiques et géopolitiques, ce cours se propose de clarifier le débat en revenant aux fondamentaux du secteur énergétique. En particulier, ce cours s'attachera à exposer les mécanismes économiques, industriels et stratégiques des différentes filières énergétiques afin de mieux en saisir les interrelations mais aussi les différences, notamment entre industries pétrolière, gazière, charbonnière et électrique.

Pédagogie :

En empruntant des éléments à la fois à la stratégie, l'économie, la finance et le droit

pour montrer leur mise en oeuvre concrète dans les processus à l'œuvre, ce cours se propose d'être un lieu de synthèse des matières théoriques pour traiter d'un sujet pratique. De nombreux intervenants, académiques et professionnels, enrichiront les débats.

Ce cours-séminaire s'adresse à un large public, étudiants attirés aussi bien par les métiers au sein d'entreprises de l'énergie (pétrole, gaz, électricité etc) ou d'entreprises dites «de réseaux» (télécoms, poste etc), que par les métiers du conseil financier ou juridique, voire se destinant à l'administration (nationale et internationale) ou à la régulation.

Evaluation :

De par sa nature proche du séminaire, ce cours ne prête pas lieu à examen écrit.

L'évaluation se fera sous forme de contrôle continu, avec une importance particulière donnée à la présence et à la participation.

Les étudiants sont également appelés à fournir deux types de travaux :

- un travail de recherche et d'analyse de qualité professionnelle qui sera exposé à l'ensemble du groupe (document écrit à remettre, avec bibliographie et sources, et exposé oral), sur un des thèmes proposés ci-dessous.
- un travail de préparation de type «fiches de synthèse», consacré à un thème du secteur énergétique au libre choix (ex : stratégie d'une entreprise leader mondiale de l'énergie (Exxon Mobil, Gazprom, Petrochina etc), organisation du secteur énergétique au sein d'un pays, organisation d'un marché, sujet plus théorique etc).

Bibliographie :

De nombreuses revues spécialisées existent sur le domaine de l'énergie, dont la plupart en accès à la bibliothèque de l'ESSEC.

De nombreux sites web de gouvernements (DoE, Dgemp etc), d'institutions internationales (AIE, AIEA, GIEC, etc), d'associations et d'entreprises du secteur peuvent être consultés.

Section 7. Finance

Professeurs responsables : José-Miguel GASPAR et Laurence LESCOURRET

Secrétariat : Nathalie ARACIL, Martine AZARA, Garlonne LIMOSANI

Site web: <http://www.essec.fr/corps-professoral/departements/finance>

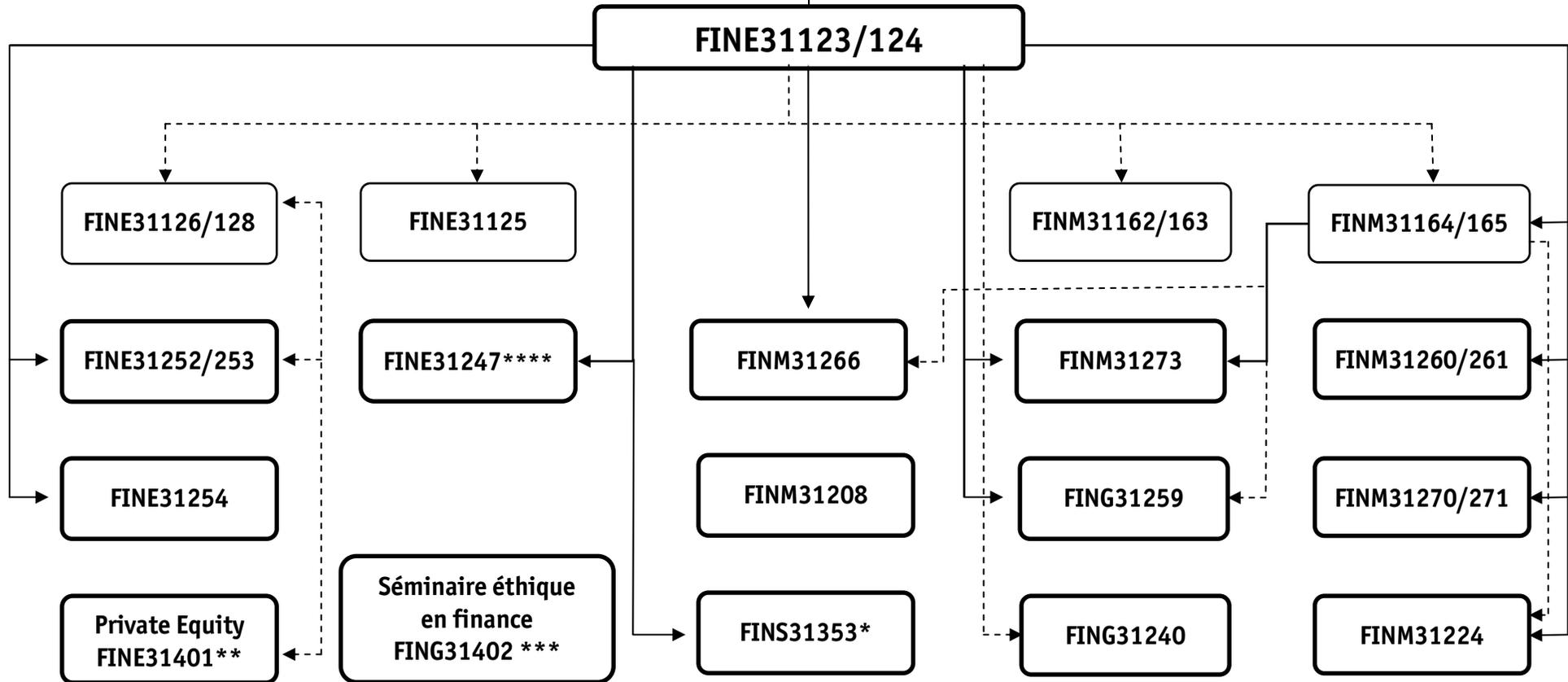
Le département Finance de l'ESSEC propose aux étudiants de l'ESSEC MBA un ensemble de cours qui devrait leur permettre d'atteindre trois objectifs. D'abord, se familiariser avec l'univers de la Finance – son langage, ses institutions, les problèmes soulevés par cette discipline et les solutions qu'elle propose. Deuxièmement, assimiler les fondements théoriques de la Finance en maîtrisant les modèles de prise de décision étudiés et en comprenant leurs limites. Finalement, acquérir des connaissances pratiques et institutionnelles qui aideront les étudiants à s'insérer dans la vie professionnelle. Le département Finance considère la partie théorique de l'enseignement comme fondamentale car constituant le meilleur moyen pour améliorer la compréhension des phénomènes réels et la qualité des prises de décision.

Le département offre une Filière Finance qui récompense les étudiants ayant validé une sélection de cours (voir chapitre « Filières »). La Filière Finance est partenaire du CFA Institute.

Le département Finance comprend 16 professeurs permanents et une dizaine de professeurs chargés de cours. Les professeurs-chercheurs du département constituent un collectif de compétences dans des domaines-clés de la Finance. Les axes principaux de recherche du Département sont les suivants : Produits Dérivés, Gestion des Risques, Matières Premières, Gestion d'Actifs, Macro Finance, Microstructure des Marchés Financiers, Fusions et Acquisitions, Private Equity, Gouvernance d'Entreprise, et Finance Immobilière. Les professeurs chargés de cours occupent des postes à haute responsabilité dans des entreprises et assurent des cours dans les domaines en relation avec leur compétence professionnelle.

Pour les étudiants PI
FING21021
 Gestion financière

Pour les étudiants admis direct en MBA
FING31080/FING31081
 Pré-MBA Finance/Pre-MBA Finance



* Prérequis obligatoires : **FINE31126/128** et **FINE31123/124**
 ** Accessible aux étudiants de la Chaire Private Equity.
 Prérequis conseillés **FINE31128** et **FINE31253**
 *** **Cours obligatoire pour la filière Finance. Il ne donne pas lieu à la validation d'une UV**
 **** Ce cours est offert par le département comptabilité contrôle et est soumis au(x) prérequis imposé(s) par ce département

-----> Prérequis conseillé
 ———> Prérequis obligatoire

PLANNING DES COURS				T1	T2	T3
FINANCE				Nbre de sections		
	(f)(e)	FINE31123	Financial Theory	2	2	2
ou	(f)	FINE31124	Théorie financière	2	3	2
		FINE31125	Gestion financière court terme	1	1	1
		FINE31126	Finance d'entreprise		1	1
ou	(e)	FINE31128	Corporate Financial Management	1	1	1
	(e)	FINE31247	Financial Statement Analysis (=CPTC31247)	1	1	1
		FINE31252	Fusions et acquisitions	1		
ou	(e)	FINE31253	Mergers and Acquisitions	1	1	1
		FINE31254	Evaluation stratégique et fin.	1	1	1
	(a)	FING31080	Pré-MBA finance	2	2	
ou	(a)(e)	FING31081	Pre-MBA Finance	1	1	
		FING31240	Gestion de patrimoine		1	
		FING31259	Management bancaire	1		
	(e)	FINM31162	International Finance	1	1	
ou		FINM31163	Finance internationale	1	1	1
		FINM31164	Marchés financiers	3		1
ou	(e)	FINM31165	Financial Markets	3	2	1
	(e)(fi)	FINM31167	Int'l Financial Markets	1		
		FINM31208	Finance immobilière (=DEVI31258)		1	
	(e)(fi)	FINM31213	Agri-food Commodity Markets		1	
	(e)	FINM31224	Exotic Options		1	
		FINM31260	Gestion de portefeuille		1	1
ou	(e)	FINM31261	Portfolio Management		1	1
		FINM31266	Trading & organis. des marchés		1	
	(e)	FINM31270	Options			1
ou		FINM31271	Options	1	1	
	(e)	FINM31273	Fixed Income and Credit Risk		1	1
		FINS31353	Politique financière		1	1
SEMINAIRE DE CHAIRE						
	(e)(c)	FINE31401	Private Equity Chair Seminar			1
SEMINAIRE D'ÉTHIQUE						
	(*)(fi)	FING31402	Séminaire éthique en finance		1	1

(a) Réservé aux étudiants admis directement en MBA

(f) Cours fondamental

(e) This course is taught in English

(c) Voir Chapitre 8 - Chaires

(fi) Voir Chapitre 9 - Filières et cursus

(*) Ce cours est obligatoire pour les élèves admis en filière finance. **Il ne donne pas lieu à la validation d'une UV.**

Ce planning, établi avec toutes les informations connues au moment de l'impression est donné sous réserve de changements.

FINE31123

Financial Theory

Credit hours: 1.00

Course attribute: Core course

Contact hours: 25.00

Equivalent: FINE31124

Prerequisite: (FING21021 or FINM21021 or FING31080 or FING31081)

Course Coordinators: A. FULOP,
L. LESCOURET, ESSEC professors
This course is taught in English

Course outline:

Teachers: A. FULOP, J. MARTEL, ESSEC professors

Financial Theory

Introduction:

Students are strongly encouraged to take this course in the early stages of their coursework.

Exchange students should check that they have the required level in mathematics and finance before taking this course.

The purpose of this course is to introduce students to the main building blocks of Finance theory. At the end of the course, students should be able to: master the techniques used to value an investment project, company or line of business; understand the implications and limitations of financial decision-making models, and apply them to determine the cost of capital of a project; analyze critically a firm's financial policy and understand its main drivers.

Topics covered:

Topics covered include consumption and investment decisions under certainty, capital budgeting decisions, mean-variance and portfolio analysis, the capital asset pricing model (CAPM), capital structure theory, valuation of leveraged concerns, and dividend policy.

Teaching methods:

Lectures and problem sets. A teaching assistant will conduct 2 sessions dedicated to solving exercises.

Grading pattern:

Two exercise sets (E), a mid-term quizz (I), and a final exam (F). The final exam (F) is common to all sections.

A weighted average (Q) of I and F is calculated as follows: $Q = 40\%I + 60\%F$. The final grade is Q if $Q < 8$, and $20\%E + 80\%Q$ otherwise.

Bibliography:

Ross, Westerfield and Jaffe, *Corporate Finance*, Irwin, 7th ed., 2005
Brealey and Myers, *Principles of Corporate Finance*, McGraw Hill, 7th ed., 2002
Copeland and Weston, *Financial Theory and Corporate Policy*, Addison-Wesley, 4th ed., 1992

FINE31124

Théorie financière

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours fondamental

Total des heures : 25.00

Equivalent : FINE31123

Prérequis : (FING21021 ou FINM21021 ou FING31080 ou FING31081)

Responsable du cours : L. LESCOURET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : L. LESCOURET, P. CHARLETY-LEPERS, P. PONCET, J. MARTEL, professeurs ESSEC

Théorie Financière

Introduction :

Ce cours est déconseillé aux étudiants en échange n'ayant pas le niveau nécessaire en mathématique et en finance.

Il est très vivement conseillé de suivre ce cours en début de scolarité.

Ce cours donne les bases conceptuelles sur lesquelles se fondent les principales décisions financières de l'entreprise en avenir certain, puis en contexte d'incertitude : choix d'investissements, choix d'une structure du capital (ratio endettement/capitaux propres), et politique de dividendes.

Thèmes abordés :

Les thèmes couverts sont : choix d'investissement (VNP, TRI), choix de portefeuille, évaluation des actifs par les marchés financiers (MEDAF), politique d'endettement et choix d'une structure du capital, introduction, en fin de cours, des imperfections de marché (coûts de faillite, conflits d'intérêts, coût d'agence, etc.).

Evaluation :

2 séries d'exercices (E), un quiz intermédiaire (I) et un quiz final (F). Le quiz final (F) est commun à l'ensemble des sections données sur le trimestre.

La note finale correspondra à :

$Q = 40\% I + 60\% F$, si $Q < 8$;

Si $Q \geq 8$, alors la note finale est : $80\%Q + 20\%E$.

Pédagogie :

Cours magistral, soutenu par 2 séances d'assistantat.

Bibliographie :

Portait, Charléty, Dubois et Noubel, *Les décisions financières de l'entreprise, Méthodes et applications*, PUF gestion, 2004.

Ross S.A., R. W. Westerfield, et J.F. Jaffe, *Finance corporate*, Dunod, 2005.

Brealey et Myers, *Principles of Corporate Finance*, Mc Graw Hill, 6ème édition, 2000.

FINE31125**Gestion financière court terme**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : F. LONGIN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : C. BITO, professeur ESSEC, Y. LE VERGER, chargé de cours

Gestion financière court terme

Prérequis conseillé :

(FINE31123 ou FINE31124)

Thèmes abordés :

Le cours présente les différents aspects de la fonction du trésorier : la recherche d'informations sur l'entreprise pour apprécier sa situation financière,

l'utilisation d'outil de prévision des flux de trésorerie, la mise en place de financements ou de placements à court terme pour couvrir le besoin de financement de l'entreprise ou gérer les disponibilités, la gestion des comptes bancaires en date de valeur, la négociation avec les banques, l'organisation de la fonction de trésorerie au sein de l'entreprise ainsi que l'utilisation de produits dérivés pour gérer les risques financiers de l'entreprise (risque de prix, risque de taux et risque de change).

Objectifs :

Après avoir suivi ce cours, les étudiants sont capables d'établir des prévisions de flux et de besoin de financement de l'entreprise (plan de trésorerie), de déterminer la couverture optimale de ce besoin à l'aide d'instruments financiers, de calculer les flux d'intérêts liés à ces instruments et de porter un jugement pertinent sur l'utilisation des ces instruments en terme de rentabilité, de liquidité et de risque.

Pédagogie :

La pédagogie mise en œuvre repose sur des cours magistraux, des lectures d'articles, des études de cas et des travaux pratiques sur tableur.

Evaluation :

La note finale pour ce cours correspond à la note du quiz. La moyenne des notes des exercices est prise en compte dans le cas où la note du quiz est supérieure à 10/20.

Bibliographie :

Site dédié au cours : www.longin.fr

FINE31126**Finance d'entreprise**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : FINE31128

Responsable du cours : L. LESCOURET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Finance d'Entreprise**

Prérequis conseillé :
(FINE31123 ou FINE31124)

Introduction et objectifs :

Ce cours traite de la décision de financement des ressources permanentes de l'entreprise. Les objectifs d'apprentissage du cours sont les suivants : (i) identification des besoins de financement ; (ii) étude des différents titres financiers à la disposition des entreprises pour lever des fonds (actions, dettes, produits hybrides, produits de financement hors bilan) ; (iii) compréhension des avantages, coûts et risques respectifs de ces instruments.

Thèmes abordés :

Parmi les points analysés, on peut citer : les plans de financement, la gestion du financement par dette (duration, technique d'immunisation au risque de taux, introduction au risque de crédit), les méthodes de valorisation d'une action, l'introduction en bourse et l'augmentation de capital. Sont également abordés certains éléments de théorie financière (choix d'une structure de capital), l'impact des décisions de financement sur la résolution des conflits actionnaires/ gérants, actionnaires/ créanciers, les avantages et inconvénients d'un financement par produits hybrides (options, convertibles, swaps).

Pédagogie :

Cours magistral, soutenu par 2 séances d'assistantat et des séries d'exercices.

Evaluation :

Note finale = 40 % Q1 + 60 % Q2 où Q1 = quiz intermédiaire et Q2 = quiz final

Bibliographie :

- Portait R., P. Charlety, D. Dubois et Ph. Noubel, *Les décisions financières de l'entreprise- Méthodes et applications*, PUF-Gestion, 6ème édition, 2004.
- Ross S.A., R. W. Westerfield, et J.F. Jaffe, *Finance corporate*, Dunod, 2005.
- Vernimmen Pierre, Quiry Pascal, Le Fur Yann, *Finance d'entreprise*, Dalloz Gestion, 2009.

FINE31128**Corporate Financial Management**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: FINE31126

Course Coordinators: S. ARCOT,
J.M. GASPAR, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:**Corporate Financial Management**

Recommended prerequisite:

(FINE31123 or FINE31124)

Objectives:

This course studies the theory and practice of how a firm is financed. At the end of the course, students should: Calculate a firm's financing needs, formulate a matching financial policy, and suggest ways to implement it; Understand the theories behind firms' capital structure choices and their interaction with firm value, as well as their relation with the broad capital market trends, players and institutions; Learn how derivative securities can help firms achieve their financial policy goals.

Topics covered:

Introduction to financial management. Financial planning, sustainable growth. Bonds: reinvestment risk, interest rate risk, duration, convexity and immunization. Binomial pricing of options. Equity and debt as options. Modigliani-Miller propositions and debt tax shields. Trade-off theory and bankruptcy costs. Credit risk. The ratings process. Advanced capital structure theory: personal taxes, agency theory, shareholder-bondholder conflicts. Equity issuance, initial public offers, secondary equity offers, rights issues, costs of equity issuance. Shareholder-manager conflicts. Dividend policy. Convertibles. Project Finance.

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies and a session with an invited guest speaker.

Grading pattern:

The grade for the cases C is equal to the arithmetic mean of the grades of the 3 cases. The participation grade P can take the values $\{-1, 0, 1\}$. The final grade is equal to the exam grade E plus P if $E+P < 10$, and is equal to $0.5 \times C + 0.5 \times (E + P)$ otherwise.

Bibliography:

Ross, Stephen, Randolph W. Westerfield and Jeffrey Jaffe, 2005, *Corporate Finance* (8th edition), McGraw-Hill: Boston.
 Grinblatt, Mark, and Sheridan Titman, 2002, *Financial Markets and Corporate Strategy* (2nd edition), McGraw-Hill: New York.

FINE31247**Financial Statement Analysis**

Credit hours: 1.00
 Course attribute: Management course
 Contact hours: 25.00
 Equivalent: CPTC31247
 Prerequisite: (FINE31123 or FINE31124) and (CPTC31124 or CPTC31125)
 Course Coordinator: P. ANDRE, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:**Financial Statement Analysis**

Equity and credit analysts, but also corporate managers, need to understand how financial statements provide information regarding corporations. This course examines the principles of financial statement analysis, i.e. reported under both IFRS (International Financial Reporting Standard) and US GAAP. It provides participants with a framework to understand how (1) the value and (2) credit risk that business generates are captured in financial statements.

Topics covered:

Reformulating financial statements, analysing financial performance, credit evaluation, analysing the quality of financial statements, financial statements and valuation, and forecasting from financial statements.

Teaching methods:

Teaching method is a mix of taught courses and exercises.

Grading pattern:

Grading consists of a multi-part team project analysing a set of public companies throughout the term.

Bibliography:

Main reference book is: Stephen Penman, *Financial Statement Analysis and Security Valuation*, 3rd edition, McGraw-Hill International, 2007.

FINE31252**Fusions et acquisitions**

Nombre d'UV : 1.00
 Type de cours : Cours de gestion
 Total des heures : 25.00
 Equivalent : FINE31253
 Prérequis : (FINE31123 ou FINE31124)
 Responsable du cours : F. DECLERCK, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Fusions et acquisitions**

Prérequis conseillé :
 (FINE31126 or FINE31128)

Objectifs

Ce cours approfondit les opérations financières de haut de bilan en matière de fusions, acquisitions et restructurations d'entreprises. L'objectif est que les étudiants:

- cernent le rôle central de l'évaluation d'une entreprise dans l'élaboration d'une décision stratégique lors d'une restructuration d'entreprise, notamment en cas de fusion, acquisition, dégagement ;
- sachent analyser la situation d'une entreprise et en mesurer la valeur selon différentes méthodes actuarielles (DCF), comparables (boursiers et de transactions), patrimoniales
- connaissent les principales formes de restructurations, leurs coûts et bénéfiques,

- sachent mettre au point l'ingénierie financière pour restructurer une entreprise
- maîtrisent les incitations et motivations pour des fusions, acquisitions et alliances
- jugent la création ou destruction de valeur d'une opération : à qui profite-t-elle ?

Thèmes abordés :

- Restructurations d'entreprises et création de valeur.
- Critères de choix d'une forme d'organisation : grande ou petite entreprise ?
- Méthodes de valorisation d'une entreprise et application à plusieurs cas : méthodes actuarielles (DCF par le WACC ou la valeur présente ajustée), méthodes des comparables boursiers et des comparables de transactions, méthodes patrimoniales.
- Valorisation d'entreprises à plusieurs divisions, de firmes internationales, de firmes non cotées.
- Théories explicatives des « bonnes » et « mauvaises » motivations pour mener des M&A (mergers & acquisitions)
- Déroulement d'une fusion - acquisition et facteurs-clés de succès
- Mécanismes de défense contre une opération publique d'achat (OPA)
- Restructuration des entreprises en difficulté.

Pédagogie :

Cours magistral accompagné de plusieurs études de cas. Un professionnel est aussi invité pour confronter son expérience et les points de vue des participants.

Evaluation :

La note finale est la résultante de la notation des études de cas et d'un examen individuel en classe.

Bibliographie :

Weston, J. Fred, Mark L. Mitchell and J. Harold Mulherin, 2004, *Takeovers, Restructuring and Corporate Governance*, 4th edition, Pearson: New Jersey.

Meier, Olivier, & Guillaume Schier, 2009, *Fusions Acquisitions*, 3ème édition, Dunod.

Arzac, Enrique, 2008, *Valuation for Mergers, Buyouts and Restructuring*, 2nd edition, John Wiley & Sons: New Jersey.

Bessière V. & O. Coispeau, 1996, *L'évaluation des entreprises*, SEFI, 3ème édition.

Bruner, Robert, 2004, *Applied Mergers and Acquisitions*, Wiley: New Jersey.

Ceddaha Franck, 2005, *Fusions-Acquisitions, Economica*.

Copeland, Tom, Tim Koller, and Jack Murrin, 2000, *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies*, 3rd Edition, John Wiley & Sons: New York.

Gaughan, Patrick, 2007, *Mergers, Acquisitions and Corporate Restructurings*, 4th edition, John Wiley & Sons: New York.

FINE31253

Mergers and Acquisitions

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: FINE31252

Prerequisite: (FINE31123 or FINE31124)

Course Coordinators: S. ARCOT,

J.M. GASPARD, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Mergers and Acquisitions

Recommended prerequisite:

(FINE31126 or FINE31128)

Objectives:

This course studies M&A and other restructuring activities from a financial perspective. At the end of the course, students should: Understand how valuation plays a central role in the strategic decision-making process; Carry out valuation analysis of complex corporate/financial structures; Be familiar with the most common forms of corporate restructuring, as well as understand their different costs and benefits; Analyze the terms of a restructuring deal in a knowledgeable way, understanding its value implications as well as the

incentives and motivations of the major participants.

Topics covered:

Asset-based and financial-based restructurings. Value creation in restructurings. Valuation: a step-by-step guide. Adjusted present value and weighted average cost of capital models. Multiples and comparable transactions approaches. Further topics in valuation: multi-divisional businesses, international firms, privately-held firms. Theories of merger activity: “good” and “bad” reasons to do M&A. The holdout problem. Empirical evidence on M&A activity. A guide to the M&A process: Groundwork, negotiation, structuring, costs, post-deal implementation. Leveraged Buy-Outs: practice, theory, and empirical evidence. Restructuring in distress. Theory and empirical evidence on divestitures.

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies and a session with an invited guest speaker.

Grading pattern:

The grade for the cases C is equal to the arithmetic mean of the grades of the 4 cases. The participation grade P can take the values {-1, 0, 1}. The final grade is equal to the exam grade E plus P if $E+P < 10$, and is equal to $0.5 \times C + 0.5 \times (E + P)$ otherwise.

Bibliography:

- Weston, J. Fred, Mark L. Mitchell and J. Harold Mulherin, 2004, *Takeovers, Restructuring and Corporate Governance* (4th edition), Pearson: New Jersey.
- Bruner, Robert, 2004, *Applied Mergers and Acquisitions*, Wiley: New Jersey.
- Arzac, Enrique, 2008, *Valuation for Mergers, Buyouts and Restructuring* (2nd Edition), John Wiley & Sons: New Jersey.
- Gaughan, Patrick, 2002, *Mergers, Acquisitions and Corporate Restructurings* (3rd edition), John Wiley & Sons: New York.
- Copeland, Tom, Tim Koller, and Jack Murrin, 2000, *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies* (3rd Edition) John Wiley & Sons: New York.

Students are strongly encouraged to read / watch:

Burrough, Bryan, and John Helyar, 2003, *Barbarians at the Gate: The Fall of RJR Nabisco*, HarperCollins Publishers.

Wall Street, 1987. Oliver Stone, director; 20th Century Fox, producer.

FINE31254

Evaluation stratégique et fin.

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Prérequis : (FINE31123 ou FINE31124)

Responsable du cours : J.M. GASPAR, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : G. DESPINOY, chargé de cours

Evaluation stratégique et financière en fusions et acquisitions

Prérequis conseillés : (FINE31126 ou FINE31128) et (FINE31252 ou FINE31253)

Objectifs :

L'objectif du cours est de familiariser les étudiants avec les processus de montage et d'évaluation utilisés dans l'ingénierie financière de haut de bilan, avec un accent mis sur les aspects pratiques. En outre, les étudiants appréhenderont les liens entre la finance et la stratégie et, en particulier, comment les deux domaines s'articulent dans le cadre de fusions-acquisitions.

Thèmes abordés :

Evaluation d'entreprises ; Métiers, Positionnement et Performance ; Dynamique des Marchés et Position Concurrentielle ; Analyse stratégique, économique et financière des opérations de fusions-acquisitions; Pratique du M&A ; sociétés cotées. Ces thèmes seront abordés au travers de l'étude de cas qui illustreront l'utilisation des techniques de l'ingénierie financière dans le cadre d'activités de conseil en stratégie et de banque d'affaires.

Pédagogie :

Cours magistral, qui s'appuie également sur l'utilisation de cas.

Evaluation :

Le dossier d'étude est un rapport d'évaluation portant sur une société cotée qui est élaborée au fur et à mesure de l'avancement du cours. Le dossier d'études est divisé en 4 parties :
 présentation de la société ; analyse de marché ; analyse de performance ; analyse de stratégie et évaluation. A chaque séance à partir de la séance 3, les élèves devront remettre une partie rédigée qui fera l'objet d'une correction écrite et orale. La note du cours est fondée sur la qualité de la brochure finale et la qualité de la présentation orale.

Bibliographie :

Microeconomics, Pindyck-Rubinfeld, McMillan
 Capital investment and valuation, Brealey-Myers, McGraw-Hill
 Valuation, Copeland-Koller-Murrin, Wiley
 Creating shareholder value, Rappaport, Free
 Corporate financial analysis, Finnerty, McGraw-Hill
 Profit from the core, Zook-Allen, HBS Press
 Mastering the merger, Harding-Rovitt, HBS Press
 Business Analysis and Valuation, Palepu-Healy-Bernard, SW College Publishing
 L'Art de la croissance, Les Echos
 Evaluation et prise de contrôle de l'entreprise, Pène, Economica
 Financement et coût du capital de l'entreprise, Mourgues, Economica
 Options et obligations convertibles, Augors, Economica
 Comptabilité analytique, Orsoni, Vuibert.

FINE31401**Private Equity Chair Seminar**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Prerequisite: (FINE31123 or FINE31124)

Course Coordinator: J.M. GASPAR, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**Private Equity Chair Seminar**

Prerequisites recommended:

(FINE31126 or FINE31128)

and (FINE31252 or FINE31253) and

(MGTE31364 or MGTE31365)

The seminar is reserved to students admitted to the ESSEC Private Equity Chair.

Objectives:

The seminar focuses on themes related to the universe of Private Equity. At the end of the course, participants should: (i) Be thoroughly familiar with the private equity industry – its organization and its most important players, as well as the different incentive structures they are subject to; (ii) Understand with how private equity funds raise capital, structure their operations, select their portfolio of deals, and exit their investments; (iii) Understand the structuring of deals and the different types of financial securities employed; (iv) Consolidate the knowledge of valuation and model-building as applied in PE settings; (v) Be knowledgeable about the theoretical sources of value in private equity deals, as well as the associated empirical evidence about their existence.

Organization:

The seminar is composed of: (i) *Kick-off Session*. In this first session students form teams, suggest possible project themes and decide which topics to pursue. The session ends with an informal gathering with students from the past promotion. (ii) *Regular lectures*. The lectures cover the main topics of the course (see "Topics Covered"); as part of the lectures, students have to prepare a presentation of the case study allocated to each session. (iii) *Sessions with invited guests*. The Chair organizes meetings with industry professionals that come to present their views on the PE industry. Students are expected to participate actively and professionally in the seminar. We kindly ask students to show some flexibility

concerning the schedule of the sessions, as it is sometimes difficult to book them due to the guests' heavy work schedules. (iv) *Term Project presentation*. Students must present their projects in the last week of the seminar. The presentations should be accompanied of draft documents (See "Term Project" below). (v) *Simulation Game*. In this session, students play the role of members of a PE investment team participating in an auction sale of a private company. The role of sellers is played by representatives of the sponsors of the Chair. Students are handed-in an investment memo and have 8 hours to prepare a pitch to the company's owners. The sellers ask questions about the students' proposal and expect professional and consistent answers, just as it would be the case in a 'live' situation.

Topics covered:

Objectives of investors in private equity. PE fund structuring and the fund raising process. Fees and carry. Protection provisions. Investment valuation and IRR calculation. Acquisition structures. Legal issues in debt structuring: subordination, financial assistance. Tax issues in debt structuring. Debt in cross-border deals. Equity securities. Management incentive tools. Exit strategies: asset sales, IPOs/reverse LBOs, secondary LBOs, private placements. Performance measurement in Private Equity. Empirical evidence on performance.

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies and sessions with invited guest speakers.

Grading:

The final grade is calculated as follows: Denote the participation grade by PART; Denote the term project grade by PROJ; Denote the simulation game grade by SIM.

The final grade is equal to the $0.3 \times \text{PART} + 0.5 \times \text{PROJ} + 0.2 \times \text{SIM}$, as long as $\text{PROJ} > 10$ and $\text{SIM} > 10$.

Bibliography:

Lerner, Josh, Felda Hardymon and Ann Leamon, 2008, *Venture Capital and Private Equity: A*

Casebook (4th edition), John Wiley and Sons: New Jersey.

Metrick, Andrew, 2007, *Venture Capital and the Financing of Innovation*, John Wiley and Sons: New Jersey.

FING31080

Pré-MBA Finance

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours Pré-MBA

Total des heures : 25.00

Equivalent : FING31081

Responsable du cours : F. DECLERCK, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : F. DECLERCK, professeur ESSEC, Y. LE VERGER, F. REMONGIN, chargés de cours

Pré-MBA Finance

Prérequis conseillé :

(CPTC31080 ou CPTC31081)

Réservé aux étudiants admis directement en MBA. Cours de pré-MBA : cf. chapitre 4

Objectifs :

Le cours apporte les bases indispensables pour comprendre les activités financières de l'entreprise. De plus, il sert de point d'appui aux autres cours de finance.

Thèmes abordés :

A partir des documents fournis par la comptabilité financière, le cours est centré sur les flux financiers pour étudier les décisions de l'entreprise à court terme, les décisions d'investissement et de financement des entreprises, la valeur d'une action et d'une obligation. Les concepts d'équilibre du bilan, de flux de trésorerie et de valeur nette présente sont approfondis.

Pédagogie :

Cours magistral, accompagné d'exercices.

Evaluation :

Examen intermédiaire et examen final ; écrits individuels en classe.

Bibliographie :

Portait R., P. Charlety, D. Dubois et P. Noubel, *Les décisions financières dans l'entreprise : Méthodes*

et applications, Presses Universitaires de France – Gestion, 6ème édition, 2004.

Portait R. & P. Poncet, *Finance de marché*, Edition Dalloz, 1ère édition, 2008.

Keiser Anne-Marie, *Gestion Financière*, Eska, 5ème édition, 1998.

Quiry P. & Y. Le Fur, *Finance d'entreprise*, Pierre Vernimmen – Edition Dalloz, 7ème édition, 2008.

Vizzavona P., *Gestion financière & Marchés financiers*, Atol éditions, 11ème édition, 2003.

Ross S.A., R.W. Westerfield & J. Jaffe, *Corporate Finance*, Mc GrawHill, 7th edition, 2006.

Brealey R.A. & S.C. Myers, *Principes de gestion financière des sociétés*, Pearson, 8ème éd, 2006.

FING31081

Pre-MBA Finance

Credit hours: 1.00

Course attribute: Pre-MBA course

Contact hours: 25.00

Equivalent: FING31080

Course Coordinator: J.M. GASPAR, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Teacher: P. XU, ESSEC professor

Pre-MBA Finance

Recommended prerequisite:

(CPTC31080 ou CPTC31081)

Reserved for the students admitted directly in MBA. Pre-MBA course: see chapter 4

Objectives:

The objective is to provide the elementary tools in financial management. In addition, it represents the starting point for those students interested in taking more advanced courses in the field. At the end of the course, students should be able to: be knowledgeable about the universe of Finance (its language, its institutions, the problems it addresses and the solutions it proposes); extract information from a company's financial statements and use them to make informed financial decisions; perform basic valuation analysis and understand the interaction between firm value and financial leverage.

Topics covered:

What Finance is about. Basic Financial Mathematics. Bond and Stock valuation. Financial ratio analysis. Working capital management. From accounting statements to cash-flow. Capital Budgeting decisions. The risk and return tradeoff. Diversification. Introduction to the Capital Asset Pricing Model. Basic concepts in capital structure. The weighted average cost of capital.

Teaching method:

Lectures supplemented by in-class exercises.

Grading pattern:

Grades are calculated as follows: Denote by M the mid-term grade and by E the final exam grade.

The final grade G is equal to E if $E < 9$, and is equal to $0.4 * M + 0.6 * E$ if $E \geq 9$.

Bibliography:

Ross, Westerfield and Jaffe, *Corporate Finance*, McGraw-Hill, 8th ed., 2005.

FING31240

Gestion de patrimoine

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : F. LONGIN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : intervenants du milieu professionnel

Gestion de Patrimoine

Prérequis conseillé :

(FINE31123 ou FINE31124)

Thèmes abordés :

Le cours « Gestion de patrimoine » présente les concepts et les méthodes de la gestion privée. Le cours aborde les questions suivantes : comment analyser les objectifs du client ? Comment analyser le patrimoine d'un client ? Quelle est l'importance du contexte juridique et fiscal ? Comment optimiser le patrimoine d'un client ? Avec quels produits et quels montages ? Quels sont les métiers de la

gestion privée (gestion de patrimoine et gestion de fortune) ? Quel est l'apport de la théorie économique ? Une attention particulière sera apportée à la place du client dans le processus de gestion privée.

Objectifs :

Après avoir suivi le cours, les étudiants sont capables de réaliser l'étude du patrimoine d'un client (comprendre les objectifs du client, analyser les différents aspects de son patrimoine existant et lui proposer des solutions adaptées) et d'analyser les produits suivant dans différentes dimensions : rentabilité espérée, risque, liquidité, fiscalité, etc...

Pédagogie :

La pédagogie mise en œuvre repose sur des exposés magistraux, des lectures d'articles, des études de cas et des travaux pratiques sur tableur.

Evaluation :

La note finale correspond à la moyenne pondérée de la moyenne des notes des cas et exercices à rendre, du travail de recherche et de la note du quiz.

Bibliographie :

Site dédié au cours : www.longin.fr

FING31259

Management bancaire

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Prérequis : (FINE31123 ou FINE31124)

Responsable du cours : F. LONGIN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : Y. LE VERGER, chargé de cours, F. LONGIN, professeur ESSEC

Management bancaire

Prérequis conseillés :

(FINM31164 ou FINM311365)

et (FINM31270 ou FINM31271)

Thèmes abordés :

Le cours aborde les questions suivantes : comment évolue le secteur bancaire et quels sont ses facteurs déterminants ? Quelles sont les différentes activités des

banques ? Quels sont les financements bancaires et comment sont-ils accordés aux clients ? Quelles sont les stratégies bancaires et comment sont-elles définies ? Quels sont les risques supportés par les banques et comment sont-ils mesurés et gérés ? Comment se gère une banque au niveau de la direction générale et comment sont élaborés les tableaux de bord ?

Objectifs :

Après avoir suivi le cours, les étudiants doivent être capables de lire le bilan et le compte de résultat d'une banque ; décrypter la stratégie d'une banque, appréhender les différents risques bancaires ; évaluer le risque de crédit par différents modèles ; évaluer le risque de marché par le modèle de la VaR.

Pédagogie :

La pédagogie mise en œuvre repose sur des cours magistraux, des lectures d'articles, des études de cas et des travaux pratiques sur tableur.

Evaluation :

La note finale correspond à la moyenne pondérée de la moyenne des notes des exercices et cas à rendre, du travail de recherche et de la note des quiz.

Bibliographie :

Site dédié au cours : www.longin.fr

FING31402

Séminaire éthique en finance

Nombre d'UV : 0.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 9.00

Responsable du cours : M. BARONI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : N. COLUMELLI, Consultante CFA

Séminaire éthique et déontologie des métiers de la finance

Prérequis conseillé : stage préalable dans le milieu de la finance (Broker, Investment Banking ou Asset Management) recommandé.

Réservé en priorité aux étudiants de la filière Finance. Voir chapitre 9, « Filière et cursus »

Introduction et objectifs :

La validation du cours est obligatoire pour les étudiants souhaitant valider la Filière Finance, il ne rapporte pas d'UV.

Le Code d'éthique du CFA Institute présente des exigences élevées en matière de formation, d'intégrité et d'excellence professionnelle. Ces normes d'éthique conditionnent et pérennisent la confiance du public vis-à-vis des marchés financiers et des professionnels de l'investissement. Ce cours a pour but d'analyser ce code de déontologie et : (i) d'identifier les meilleurs standards de conduite professionnelle ; (ii) de savoir raisonner de façon déontologique ; (iii) de prendre des décisions qui maintiennent ou promeuvent l'intégrité et le professionnalisme dans le milieu de la finance.

Thèmes abordés :

Parmi les cadres d'analyse abordés, on peut citer la gouvernance d'entreprise, les marchés financiers, l'analyse financière et la gestion d'actifs. En particulier, les thèmes qui seront traités sont les suivants : le professionnalisme, l'intégrité des marchés financiers, les obligations fiduciaires, les conflits d'intérêt, l'analyse financière, les recommandations et opération de placement, et la responsabilité vis-à-vis de l'employeur.

Pédagogie :

Le cours – magistral - s'appuie, également, sur la résolution de cas pratiques, afin d'illustrer et d'analyser les standards d'éthique financière.

Evaluation :

Participation (50%) et quiz (50%). Le cours est validé si la note finale est supérieure ou égale à 10.

Bibliographie :

- The Standards of Practice Handbook, 9th edition, CFA Institute, 2005.
- The Asset manager code of professional conduct, CFA Institute, 2005.

Global Investment Performance Standards (GIPS), CFA Institute, 2005.
Articles de presse.

FINM31162

International Finance

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: FINM31163

Course Coordinator: L. NARANJO, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

International Finance

Recommended prerequisite:

(FINE31123 or FINE31124)

Objectives:

The purpose of this course is to study the financial decisions of corporations and investors in an international environment. The course will cover three main topics. First, we study the economic and financial implications of exchange rate movements. Second, we analyze derivative products available to hedge exchange rate risk. Last, we focus on the inter-national diversification of portfolios and the cost of capital in a global context.

Topics covered:

Financial Globalization. International monetary system. Capital flows. National Accounting. Triangle of Incompatibility. Currencies Regimes. Currencies Exchange Markets. Institutional Actors. International financial regulation. Determinants of foreign exchange rate. Contemporary financial crises. Derivative products. International portfolio management. Risk and evaluation of assets. The investment decision.

Teaching method:

Lectures supplemented by exercises and analysis of case studies/current events.

Grading pattern:

The final grade is 50% of the grade of the final exam plus 50% the grade of the continuous assessment. The latter is the average between the grade of the mid-

term quizz on the first part of the course and the note of presentation of articles/exercises.

Bibliography:

- Obstfeld, M., Rogoff, K. (1996), *Foundations of international macroeconomics*, MIT Press.
Krugman, P., Obstfeld, M. (2006), *International Economics*, Pearson Education.
Gitman, L., Joehnk, M. (2005), *Fundamentals of investing*, Pearson Education.

FINM31163

Finance internationale

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: FINM31162

Responsable du cours : L. NARANJO, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : C. MAGNIER, G. COLIN, chargés de cours

Finance internationale

Prérequis conseillé : (FINE31123 ou FINE31124)

Introduction et objectifs :

L'objectif est double. Il s'agit, d'une part, d'appréhender les grands équilibres et le fonctionnement des principaux mécanismes financiers internationaux. D'autre part, ce cours a pour but d'analyser les grandes problématiques soulevées par la gestion financière en environnement international, ce qui sera abordé, principalement au travers de l'étude des taux de change.

Thèmes abordés :

Les sujets traités sont les suivants : description des marchés financiers internationaux, description des marchés des changes au comptant et à terme, analyse des déterminants des taux de change et de l'influence des politiques économiques, gestion du risque de change et produits dérivés associés, diversification internationale des portefeuilles et valorisation d'actifs en environnement international.

Pédagogie :

Le cours – magistral – s'appuie, également, sur l'analyse d'articles économiques et académiques.

Evaluation :

Quiz final (50%), quiz intermédiaire (25%) et présentation d'articles (25%).

Bibliographie :

- Florin Aftalion, *Marchés des changes et produits dérivés*, PUF, 1995.
Simon Y, Lautier D., *Techniques financières internationales*, Economica, 8^{ème} édition, 2003.
Shapiro A., *Multinational financial management*, Wiley editions (7^{ème} édition), 2006.

FINM31164

Marchés financiers

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Management course

Total des heures : 25.00

Equivalent : FINM31165

Prérequis : (FINE31123 ou FINE31124)

Responsable du cours : A. RONCORONI, ESSEC professor

Descriptif du cours :

Marchés Financiers

Objectifs et organisation :

Ce cours vise à présenter les principaux sujets requis lors des entretiens typiques pour un poste dans les fonctions de la gestions des risques, du trading et d'ingénierie financière auprès des institutions financières internationales telles que les banques d'affaires, les intermédiaires financiers et les sociétés d'assurance. On privilégie une approche inductive : les différents sujets sont présentés par le moyen d'exemples pratiques et ensuite on identifie des règles plus générales. On se concentre sur le fonctionnement des marchés financiers majeurs (actions, obligations et énergie) et sur l'évaluation et le trading de produits dérivés de base (forwards, swaps, options et futures). Nouveaux points pour l'année académique 2009/2010 : Un tiers de chaque cours sera consacré à la présentation des solutions des exercices

et cas ; Le dernier cours est consacré à la présentation d'une sélection de questions posées lors des "entretiens-type" auprès des principales banques d'affaire de Wall Street. Nous proposerons des solutions détaillées obtenues par l'application de méthodes et des outils présentés dans le cours ; Un cours accueillera des invités de banque d'affaire qui nous partageront leur expérience. Vous pourrez à cette occasion leur donner votre CV ; Trois nouveaux sujets sont abordés cette année : l'impact du "blanchiment d'argent" sur le fonctionnement des marchés financiers internationaux, le micro-crédit comme une alternative viable pour le développement financier des économies émergentes et les marchés de l'énergie (Gaz, Pétrole et Electricité) comme une opportunité pour les économies internationales.

Thèmes abordés :

Séance 1 : Activité Financière, Marchés Financiers, Indices et Opérateurs de Marchés

Séance 2 : Produits dérivés de base et leur utilisation en pratique

Séance 3 : Contrats Forward et Futures

Séance 4 : Contrats Swap

Séance 5 : Open day : rencontre avec des praticiens invités

Séance 6 : Marchés d'Options et Stratégies de Trading

Séance 7 : Marchés de crédit, Rating et micro-crédit dans les économies émergentes

Séance 8 : Blanchiment d'argent et Marchés de Capitaux

Séance 9 : Produits Financiers dans les Marchés de l'Energie

Séance 10 : Training day : questions sur les "entretiens-types" à Wall Street

Pédagogie :

Lectures, exercices, séance avec un invité

Evaluation :

1/3 série d'exercices + 2/3 examen final.

Bibliographie :

John Hull, *Options, Futures et Autres Actifs Dérivés* (5e éd.), Pearson Education France, 2004 (Chapitres 1-4, 5(sec.'s 1-9), 6 (sec.'s 1-4), 7, 9, 29.

Notes du cours (en anglais) (seront présentées et distribuées au cours).

Crack, Timothy F.: "Heard on the Street: Quantitative Questions from Wall Street Job Interviews"

FINM31165

Financial Markets

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: FINM31164

Prerequisite: (FINE31123 or FINE31124)

Course Coordinators: A. RONCORONI, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Instructor: C. STEFANESCU, ESSEC professor

Financial Markets

Objectives:

We provide a wide-spectrum training aimed at tackling recruiting interviews for job positions in Risk Management, Asset Trading, and Financial Engineering at multinational financial institutions such as investment banks, financial intermediaries, and insurance companies. An inductive approach is followed: we introduce all topics through practical examples and then identify general rules. We focus on the functioning of major Financial Markets (Equity, Bond, Credit, and Energy) and the pricing and trading of Basic Derivatives (Forward, Swaps, and Futures). Institutional features of financial markets, contract engineering, risk management, and commodity-linked products are also presented. One-third of each class meeting is devoted to the solution of exercises and cases. A shared project with FINM31270/271 "Options" held in T3 is allowed. Part of a class

meeting is devoted to the presentation of selected questions posed during interviews at Wall Street based investment banks. One class meeting is jointly held with an invited practitioner. Students may bring a CV.

Topics covered:

Class 1: Indices, Investors and Basic Derivatives

Class 2: Basic Derivatives and their Use in Practice

Class 3: Forward Markets

Class 4: Futures Markets

Class 5: Interest Rate Markets

Class 6: Currency Derivative Markets

Class 7: Open day (Meeting a Practitioner)/Questions from Wall Street Interviews

Class 8: Energy Markets

Class 9: Commodity Markets

Teaching method:

Lectures supplemented by exercises and a session with an invited guest speaker.

Grading pattern:

The grade is 1/3 the result of a take-home problem set and 2/3 final in-class written exam.

Bibliography:

Hull, J., *Options, Futures and Other Derivatives* (6th ed.), Prentice&Hall, 2005 (All chapters from 1 to 7 included)

Hull, J., *Fundamentals of Futures and Options Markets* (6th ed.), can be alternatively adopted as a more accessible introduction to the same topics

Hull, J., *Solution Manual for Options, Futures and Other Derivatives* (6th ed.), Prentice&Hall, 2005

Roncoroni, A., Self-contained synthetic course notes (minimal requirement)

One research paper to be agreed upon with the instructor

Crack, Timothy F. : "Heard on the Street: Quantitative Questions from Wall Street Job Interviews", 2008

FINM31167

Intern'l Financial Markets

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: P. XU, ESSEC professor

Course outline:

International Financial Markets: an Asian Perspective

This course is taught in English and is given on the ESSEC Campus in Singapore.

Teacher: G. DUFÉY

Introduction

The focus of this course is on the international financial environment where business firms operate and financial service providers compete, with specific reference to Asia. It is tailored to students interested in careers in international banking, international financial institutions, or with the finance departments of multinational corporations - or anybody else for that matter who recognizes that a knowledge of international financial markets is essential to doing business intelligently in the Asian Region and indeed an increasingly 'globalized' world.

Topics covered:

Financial markets within the international financial system, macroeconomic aspects. The foreign exchange market.

Microstructure. The eurocurrency market.

International markets for fixed income securities. Introduction to financial innovations (securitization, international aspects of derivatives). Asian equity markets and corporate governance issues.

Private equity in Asia.

Teaching methods:

Lectures, guest speaker.

Grading pattern:

Short quizzes and class participation (40%) and final exam (60%).

Bibliography:

Michael Melvin, *International money and finance*, 7th edition (Intl.), Pearson Addison Wesley, 2004.

FINM31208**Finance immobilière**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : (DEVI31258, ENVI31208)

Responsable du cours : M. BARONI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Finance Immobilière****Introduction :**

Ce cours d'application vise à approfondir les concepts financiers d'analyse du risque dans le secteur de l'immobilier. Une présentation détaillée des différentes opérations immobilières (promotion immobilière, investissement, marchands de biens) permettra de dégager les facteurs principaux de risque.

Thèmes abordés :

L'analyse des cash-flows et le choix d'un taux d'actualisation pertinent au travers d'exemples feront ressortir les aspects spécifiques de l'investissement immobilier. Des outils de mesure du risque fondés sur les paradigmes de la théorie financière seront élaborés. L'appel au modèle de portefeuille et à la théorie des options permettra aux étudiants de saisir le rôle que peut jouer l'immobilier dans l'«asset management» et de concevoir les financements appropriés au risque de l'investisseur. Les principaux arbitrages liés aux projets immobiliers seront aussi présentés.

Pédagogie :

La pédagogie du cours s'appuie notamment sur un outil multimédia consacré à la promotion immobilière (Promimmob) et sur des simulations de situations réelles. L'ensemble du cours et des corrigés d'exercices sont à disposition des étudiants sur myessec.com.

Evaluation :

Max [(0,40xE + 0,60xQ) ; Q] où E représente les exercices de groupe et Q le quiz final.

Bibliographie :

Real estate investment : a capital market approach, Gerald R. Brown & George A. Matysiak, Prentice Hall, 2000,

Prix des logements, produits financiers immobiliers et gestion des risques, J. Friggit, Economica, 2001,

Outil multimedia, Promimmob, Michel Baroni, collection Opium, Medialab 2000, édition 2009.

FINM31213**Agri-food Commodity Markets**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course coordinator: F. DECLERCK, professeur ESSEC

This course is taught in English

Course Outline:**Agri-food Commodity Markets**

Voir chapitre 9. Filières et cursus : «Filière d'enseignement agro-alimentaire»

Partners: international traders, food processors purchasing agricultural products.

Objectives:

Prices fluctuate a lot, from 1 to 3, on international commodity (raw materials) markets. So, risks taken by commodity producers and manufacturers are very high.

The objectives are as follows:

- to enable participants to understand price mechanisms on international commodity markets and how price mechanisms are affected by WTO commercial policies and agricultural policies (US Farm Bill, Common Agricultural Policy in the EU...)
- to know the principles, role and mechanisms of futures markets ;
- to identify risks taken by economic agents ;

- to be able to use financial tools (futures contracts and options) in order to mitigate risks of price volatility.

Topics covered:

- Specificity of price mechanisms on international commodity markets. How price mechanisms are affected by commercial policies (WTO) and agricultural policies (CAP, Farm Bill) ;
- Principles, role and mechanisms of futures markets ;
- Identification of risks taken by economic agents: producers, manufacturers, merchants... when hedging, arbitraging or speculating ;
- Risk management of price volatility in trading or sourcing commodities using futures contracts and options.

Teaching methods:

The course provides theoretical and practical tools, particularly with the experience of experts and business executives.

Grading patterns:

In session 10, an individual exam (50%) will be done in class to test the understanding of commodity futures. Again in session 10, a case study exam (50%) will be written by group in order to solve some practical issues.

Bibliography:

- Chicago Board of Trade, *Commodity Trading Manual*, Board of trade of the City of Chicago.
- Declerck F & M. Portier, 2007, *Comment utiliser les marchés à terme agricoles et alimentaires*, Edition La France Agricole et Label Educagri du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche.
- Geman H., 2005, *Commodities and commodity derivatives, modelling and pricing for agriculturals, metals and energy*, 1st edition, Chichester UK, Wiley Finance.
- Hull J. C., 2003, *Options, Futures, and Other Derivative Securities*, Prentice Hall International Ed. - Pearson Education, 5th edition.
- Leuthold R. M., J. C. Junkins and Jean E. Cordier, 1989, *The Theory and Practice of Futures Markets*, Lexington Books.

FINM31224

Exotic Options

Credit hours: 1.00

Course attribute: Cours de gestion

Contact hours: 25.00

Prerequisite: (FINM31164 or FINM31165)

Course Coordinators: A. FULOP, A. RONCORONI, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Exotic Options

Recommended prerequisite: (FINM31270 or FINM31271)

Objectives:

This course builds on the material covered in Options and Financial Markets and Institutions. It is intended for students who are interested in enhancing their knowledge of numerical techniques to price derivatives. We consider the use of lattices (trees) and Monte Carlo simulation for the pricing of path-dependent and American derivatives. Further, we cover interest rate derivatives. We will take a learning-by-doing approach in the course, presenting the methods through numerous examples and applications.

Topics covered:

Risk-neutral pricing. Exotic Derivatives. Lattice methods (trees and generalizations). Monte Carlo Simulation. Interest rate derivatives.

Teaching method:

Lectures supplemented with numerical applications requiring programming.

Grading pattern:

The final grade is based on 3 Exercise Sets to be completed in groups and a Final Exam. The weights are Exercise Sets 13.33% each - Final Exam 50%

Bibliography:

- Fusai, G., Roncoroni, A, (2008), *Implementing Models in Quantitative Finance: Methods and Cases*, Springer-Verlag.
- John C. Hull, *Options, Futures and Other Derivatives*, 2006, 6th Edition, Prentice Hall

FINM31260

Gestion de portefeuille

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: FINM31261

Prérequis : (FINE31123 ou FINE31124)

Responsable du cours : C. STEFANESCU, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : P. CLAUSS, chargé de cours

Gestion de Portefeuille

Prérequis conseillés :

(FINM31164 ou FINM31165)

et (FINM31270 ou FINM31271)

Introduction et objectifs :

De bonnes notions sur le calcul matriciel et les modèles d'optimisation sous contraintes sont requises. Ce cours fait également appel à des notions de statistique et d'économétrie. A ce titre, les étudiants peuvent suivre conjointement le cours «Financial Econometrics» SIDS31267.

L'objectif du cours est d'expliquer les concepts et les méthodes de la gestion quantitative des portefeuilles d'actions ainsi que leurs limites. Les aspects théoriques pratiques et empiriques seront abordés et discutés.

Thèmes abordés :

Etude statistique des rentabilités, et présentation des indices boursiers. Théorie et application du modèle de Markowitz, de celui du MEDAF et de celui de l'APT ; modèles factoriels. Allocations stratégiques (statiques et dynamiques), allocations tactiques (« stock picking » et « market timing »). Gestion contre benchmark, mesures de performance. Allocation d'un portefeuille par simulations Monte Carlo.

Pédagogie :

Cours magistral, dont l'aspect pratique est assuré par le développement d'un projet réalisé en groupe et par des séries d'exercices fondés sur des données réelles.

Evaluation :

Quiz final et projet.

Bibliographie :

Aftalion F., *La Nouvelle Finance et la Gestion de Portefeuilles*, Economica, 2008.

Aftalion F., *Bodie, Kane and Marcus, Investments* (International edition), 2007.

Portait-Poncet, *Finance de marchés*, Dalloz 2008.

FINM31261

Portfolio Management

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: FINM31260

Prerequisite: (FINE31123 or FINE31124)

Course Coordinator: C. STEFANESCU, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Portfolio Management

Recommended Prerequisites:

(FINM31164 or FINM31165)

and (FINM31270 or FINM31271)

Objectives:

The course is coordinated with "Financial Econometrics" SIDS31267. Students can take the two courses simultaneously to acquire advanced skills.

The aim of this course is to prepare students for the management of equity portfolios. It is both applied and theoretical. The practical aspect is implemented through group projects where real data are applied to the main management models developed over recent years. Underlying theories are introduced and demonstrated.

Topics covered:

Outline: Return And Risk Premia; Choice Under Uncertainty; Building Efficient Frontiers; CAPM; Test of CAPM; Criticisms Of The CAPM; Multi-factors Models APT; Test of APT Models; Market Efficiency And Market Anomalies; Equity Valuation; Performance Measures In Portfolio Management; Active Management; Stock Selection; Market Timing; Treynor Black

Model; Financial Derivatives and their use in Hedging Risk.

Teaching methods:

Lectures, Simulation game, Guest speaker, Case studies.

Grading pattern:

Homeworks (15% for two homeworks), Group Project (25%), Midterm (20%), Final (40%).

Bibliography:

Aftalion F., *Bodie, Kane and Marcus*, Investments (International edition), 2007.

FINM31266

Trading & organis. des marchés

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Prérequis : (FINE31123 ou FINE31124)

Responsable du cours : L. LESCOURRET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Trading et organisation des marchés financiers

Introduction :

Convertir un choix de portefeuille en une position effective nécessite de passer des ordres sur les marchés. Or, selon les règles prévalant aux échanges, l'information dont disposent les intervenants, ou les pratiques de marché, les stratégies de placement des ordres et les politiques de fixation des prix diffèrent, et génèrent des coûts de transaction obérant plus ou moins la rentabilité du portefeuille.

Objectifs :

L'objectif du cours est de proposer une introduction aux questions suivantes : comment se forment les prix sur les marchés ? Comment les règles d'échange et les comportements des investisseurs affectent-ils les propriétés des prix de transaction ? Qu'est-ce que la liquidité ? Quel est le coût de la négociation des ordres ?

Thèmes abordés :

Analyse des différences entre organisations de marché (marché de

carnet d'ordres électronique, marché de teneurs de marché, marché hybride), impact de ces structures sur la stratégie des intervenants (e.g., stratégies de passage d'ordres, ou stratégie de détermination des prix) et sur le processus de prix (volatilité, efficacité liquidité). Définir et comprendre les différentes dimensions de la liquidité et la génération des coûts de transaction. Seront également abordés le processus de découverte des prix ou encore l'analyse des manipulations de marché (corner, squeeze, délit d'initiés).

Pédagogie :

Cours magistral, jeu de simulation de trading, invité professionnel extérieur .

Evaluation :

Participation (30%) et examen final (70%).

Bibliographie :

Harris L., 2003, *Trading and exchanges: Market microstructure for practitioners*, Oxford University Press.

Schwarz, R. et R. Francioni, 2006, *The equity trader course*, Wiley and Sons.

FINM31270

Options

Credit hours: 1.00

Course attribute: Cours de gestion

Contact hours: 25.00

Equivalent: FINM31271

Prerequisite: (FINE31123 or FINE31124) and (FINM31164 or FINM31165)

Course Coordinators: R. PORTAIT, A. RONCORONI, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Options

Objectives:

We introduce the main topics required on typical recruiting interviews for job positions on Futures Trading, Option Trading and Advanced Financial Engineering at multinational financial institutions such as investment banks, financial intermediaries, and insurance companies. An inductive approach is adopted: we

introduce all topics through practical examples and then identify general rules. We focus on pricing, trading and hedging Standard and Exotic Derivatives in Equity, Foreign Exchange, Interest Rate, Credit and Commodity Markets. Arbitrage Pricing Theory is developed in the framework of the Black-Scholes-Merton Model. A particular attention is put on Risk Hedging Strategies of derivative books and the structuring of financial products in deregulated Energy Markets. One-third of each class meeting is devoted to the solution of exercises and cases. A shared project with FINM31165/164 "Financial Markets and Institutions" held by the same professor is allowed.

Training Day: one class meeting is devoted to the presentation of selected questions posed during interviews at Wall Street based investment banks. We provide detailed answers to all questions by applying tools introduced along the course. **Open Day:** one class meeting is jointly held with an invited practitioner. Students may bring and hand out a CV. As time permits, part of the course is devoted to the introduction of Commodity derivatives and Credit-linked securities.

Topics covered:

- Class 1: Option Markets and Arbitrage Bounds
- Class 2: Static Strategies
- Class 3: Introductory Stochastic Calculus
- Class 4: The Black-Scholes Model
- Class 5: Option Hedging
- Class 6: Training Day: Wall Street Interviews
- Class 7: Open Day: Meeting a Trader
- Class 8: Monte Carlo Simulation
- Class 9: Hedging Commodity Risk

Teaching method:

Lectures supplemented by exercises and a session with an invited guest speaker.

Grading pattern:

The grade is 1/3 the result of a take-home problem set and 2/3 final in-class written exam.

Bibliography:

- Hull, J., *Options, Futures and Other Deriv.* (5th ed.), Prentice&Hall, 2002. (Selected parts from ch.'s 8, 9, 11-15, 27).
- Self-contained synthetic course notes and research papers will be distributed in class.
- Crack, Timothy F. : "Heard on the Street: Quantitative Questions from Wall Street Job Interviews", 2003.
- Bjork, T., *Arbitrage Pricing in Continuous Time* (2nd ed.), Oxford, 2004. (Selected parts from ch.'s 3-5).
- Fusai, G., Roncoroni, A., *Implementing Models in Quantitative Finance: Methods and Cases*, Springer Finance, 2008

FINM31271

Options

- Nombre d'UV : 1.00
- Type de cours : Cours de gestion
- Total des heures : 25.00
- Equivalent : FINM31270
- Prérequis : (FINE31123 ou FINE31124) et (FINM31164 ou FINM31165)
- Responsables du cours : R. PORTAIT, A. RONCORONI, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : R. PORTAIT, professeur ESSEC, K. BENHAMI, chargée de cours

Options

Introduction et objectifs :

Ce cours présente les options, leur évaluation et leur utilisation pour la gestion des risques. Il comporte l'analyse des principaux contrats, l'étude théorique de l'évaluation des produits dérivés et de la mise en œuvre de stratégies statiques et dynamiques impliquant ces produits. Ce cours technique exige un important effort de réflexion et de lecture.

Thèmes abordés :

Les sujets traités sont les suivants : l'arbitrage, une introduction au calcul stochastique, évaluation des options en temps discret (Cox-Ross-Rubinstein) et en temps continu (Black-Scholes et extensions, changement de probabilité et de numéraires), les stratégies impliquant

les options statiques et dynamiques (paramètres grecs, smile, ...).

Pédagogie :

Cours magistral, séries d'exercices, lectures personnelles.

Evaluation :

Contrôle continu par séries d'exercices (E<=2 points) et quiz final (F).

La note finale correspondra à :

(i) F si F<8 ;

(ii) Si F>=8, alors la note finale est F+E.

Bibliographie :

Portait R. et P. Poncet, *Finance de marchés*, Dalloz, 2008.

Hull J., *Options, Futures and other derivatives*, 6th ed., Pearson-Prentice Hall, 2008.

FINM31273

Fixed Income and Credit Risk

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Prerequisite: (FINE31123 or FINE31124) and (FINM31164 or FINM31165)

Course Coordinator: A. FULOP, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Fixed Income and Credit Risk

Objectives:

This course introduces the students to the modeling and valuation of fixed income securities with credit risk. The course is targeted to provide skills allowing students to be the vital link between technical and non-technical employees in financial institutions.

Topics covered:

- Credit Market Basics - ratings, credit spreads, default and recovery
- Hazard curve calibration
- Credit Default Swaps
- Structural credit risk models
- Default Correlation and Collateralized Debt Obligations
- The credit crisis of 2007-2008

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies and computer exercises and a session with an invited guest speaker.

Grading pattern:

There will be 3 Assignments, 2 Mini-quizzes and a final

3 Assignments: 15% each=45%

2 Mini-Quizzes: 5% each=10%

Final: 45%

Bibliography:

Lando, David, *Credit Risk Modelling: Theory and Applications*, Princeton: Princeton University Press, 2004.

Duffie, Darrell and Kenneth Singleton, *Credit Risk*, Princeton: Princeton University Press, 2003.

FINS31353

Politique financière

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Prérequis : (FINE31123 ou FINE31124) et (FINE31126 ou FINE31128)

Responsable du cours : M. BARONI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Politique financière

Introduction :

L'objectif principal du cours est d'apprendre à diagnostiquer et à résoudre les problèmes financiers de l'entreprise, sous l'angle de la politique financière. Ce cours constitue une synthèse des enseignements de Corporate finance.

Thèmes abordés :

La gamme des cas utilisés couvre l'ensemble des questions financières, depuis le financement de l'exploitation de l'entreprise jusqu'au choix des politiques financières de haut de bilan liés notamment aux investissements, aux rachats d'entreprises, aux financements hybrides, au LBO et à la politique de dividendes. Le thème de l'évaluation est très présent dans bon nombre de cas.

Pédagogie :

La dynamique pédagogique est assurée par l'analyse de cas réels très typés permettant de bien appréhender les enjeux de situations concrètes.

Evaluation :

Max $[(0,5 \times C + 0,5 \times Q) ; (0,3 \times C + 0,7 \times Q)]$ où C représente la moyenne des cas et Q le quiz final.

Bibliographie :

Financial Management and Policy, Van Horne,
Editions Prentice Hall, 12ème édition, 2000 ;
Finance d'entreprise, P. Vernimmen , P. Quiry,
Y Le Fur, Dalloz, 6ème édition, 2005.

Section 8. Management

Professeur responsable : Marie-Laure DJELIC

Secrétariat : Christiane DESHAIS, Alexandra FELDER, Jessica GOBERT

Le Management est au cœur du développement de l'entreprise et de sa performance. Il développe la connaissance et la maîtrise de son fonctionnement aux niveaux individuel et collectif. Il pilote l'évolution des carrières et des effectifs dans l'environnement complexe de l'organisation. Il se donne les moyens d'élaborer son avenir à moyen et long terme. Enfin, le pôle Entrepreneuriat ESSEC Ventures développe la dimension entrepreneuriale du management.

Les cours et les séminaires proposés par le département préparent à la prise de responsabilités dans l'environnement des affaires, d'une part en permettant de cerner les questions stratégiques et organisationnelles, et d'autre part en sensibilisant aux multiples problèmes de mise en œuvre et à la dynamique des relations sociales et personnelles dans l'entreprise. Tous les enseignements sont intimement liés : stratégie, structure, comportements, ressources humaines, et initiative entrepreneuriale doivent trouver une cohérence dans la pratique du management.

Le dirigeant joue un rôle essentiel pour la synthèse qu'il apporte, pour l'exemple qu'il donne et pour les priorités qu'il suggère. Par sa stratégie, la direction générale assure le développement de l'entreprise. Mais face au dirigeant, il y a des hommes qui vont, par leur action au sein de l'entreprise, faciliter ou entraver ses initiatives. Les analyses et les méthodes se rapportant directement au «leadership», à la mise en œuvre d'options stratégiques, à la conduite du changement, aux jeux de pouvoir permettent de résoudre un certain nombre de problèmes tout autant que d'en évaluer la difficulté. Le manager doit reconnaître les problèmes humains et sociaux dans son équipe et dans l'entreprise, et avoir le souci des personnes avec qui il travaille. A cet effet, il doit développer une compétence personnelle dans des situations de groupe en explicitant les approches des autres, et faire l'expérience de nouveaux comportements sur des questions cruciales (relations interculturelles, phénomènes de société, sciences et techniques, éthique...).

La responsabilité d'équipe dans l'entreprise nécessite en outre une connaissance des techniques et pratiques de la gestion des ressources humaines. Cette connaissance fournit réciproquement une perspective sur la manière dont les uns et les autres seront gérés dans les organisations. La gestion des ressources humaines prépare enfin à une carrière dans la fonction personnel.

Les enseignements du département comprennent :

Deux cours fondamentaux, requis pour le MBA :

MGTP31100 Comportement organisationnel
ou MGTP31101 *Organizational Behavior*

MGTS31102 Stratégie et management
ou MGTS31103 *Strategy and Management*

Des cours d'approfondissement avec six orientations majeures :

- Psychologie et développement personnel
- Ressources humaines
- Management et processus organisationnels
- Stratégie
- Entrepreneuriat
- Services et innovation stratégie

Pour l'année 2009/2010, les étudiants intéressés peuvent, le cas échéant, choisir de s'inscrire aux enseignements rattachés aux Chaires Innovation & Service et la Poste – Management Stratégique des Service intégrées au département Management et développées en partenariat avec CSC, BMW, Bouygues, EDF et la Poste.

MANAGEMENT				Nbre de sections		
Cours fondamentaux						
	(f)	MGTP31100	Comportement organisationnel	2	1	2
ou	(f)(e)	MGTP31101	Organizational Behaviour	2	6	3
	(f)	MGTS31102	Stratégie et management	3	3	3
ou	(f)(e)	MGTS31103	Strategy and Management	2	2	3
Psychologie et développement personnel						
		MGTP31200	Théorie de la personnalité			1
ou	(e)	MGTP31201	Personality Theory	1	1	
	(x)	MGTP31202	Management interculturel			
ou	(e)	MGTP31203	Intercultural Management			1
		MGTP31204	Ethique et entreprise	1		1
ou	(e)(x)	MGTP31205	Business Ethics			
		MGTP31206	Profils personnels et carrière	2	3	2
ou	(e)	MGTP31207	Personality Styles and Careers	1		
		MGTP31208	Travail, rôles et identités			1
ou	(e)(x)	MGTP31209	Work, Roles and Identity			
		MGTP31210	Mise en scène du comportement	2	2	
ou	(e)	MGTP31211	Behaving in Public: a Training	2		
	(e)	MGTP31481	Team Building Seminar		1	
Ressources humaines						
		MGTM31212	Gestion ressources humaines	1	2	
ou	(e)	MGTM31213	Human Resources Management			1
	(x)	MGTM31222	Emplois et carrières			
	(e)	MGTM31233	Managing Workforce Diversity		1	
		MGTM31300	Stratégies RH et performances		1	
		MGTM31302	Mobilité intle et expatriation		1	
Management et processus organisationnels						
		MGTM31214	Philosophie et commerce		1	1
ou	(e)	MGTM31215	Philosophy and Trade			1
	(x)	MGTM31220	Culture sociale contemporaine			
		MGTM31226	Management des organisations		1	
ou	(e)	MGTM31227	Management of Organizations		1	
		MGTM31228	Direction et changement		1	
	(x)	MGTM31230	Changement organisationnel			
ou	(e)(x)	MGTM31231	Organizational Change			
		MGTM31234	Management culturel	1		1
	(e)(fi)	MGTM31305	Corporate Governance	1	1	
	(e)	MGTM31307	Capitalism and Globalization		1	
	(x)	MGTM31350	Jeu de management			
		MGTM31402	Cynisme et management		1	
	(e)(fi)	MGTM31405	Innovation Process Management			
	(c)(e)	MGTM31407	Diversity & Perf. Chair Sem		1	1
	(x)	MGTM31420	Séminaire de recherche MGT			
ou	(e)	MGTM31421	Research Seminar in MGT	1	2	1

PLANNING DES COURS (<i>suite</i>)			T1	T2	T3
Stratégie			nbre de sections		
(x)	MGTS31260	Stratégie et managt internat.			
ou (e)	MGTS31261	Int'l Strategy & Management		1	1
(e)	MGTS31263	Competitive Strategy	1	1	1
(e)	MGTS31265	Alliances and Partnerships		1	1
	MGTS31266	Stratégie industrielle			1
ou (e)(x)	MGTS31267	Industry and Strategy Practice			
	MGTS31268	Les fondements de la stratégie		1	
(e)(fi)	MGTS31271	Managing Intl Business in Asia			
(e)(x)	MGTS31273	Business Environment in Asia			
(e)(fi)	MGTS31401	Agri-food Sustainable Dvt		1	
	MGTS31404	Pratique du mangt. stratégique	1	1	
Entrepreneuriat					
(e)	MGTE31281	Internet-based Investing		1	
	MGTE31282	Créer, manager et céder une PME		1	
	MGTE31360	Initiation à l'entrepreneuriat	1	1	1
ou (e)	MGTE31361	Entrepreneurship: Introduction		1	
	MGTE31362	Construction de business plan	1	1	1
ou (e)(x)	MGTE31363	Writing a Business Plan			
(fi)	MGTE31364	Capital investissement	1	1	2
ou (e)(fi)(x)	MGTE31365	Introduction to Private Equity			
Management et marketing des services					
	MGTA31138	Management des services	2		
ou (e)	MGTA31139	Services Marketing & Mngt		2	
	MGTA31238	Management int'l des services	1		
ou (e)	MGTA31239	Int'l Management of Services		1	1

(f) Cours fondamentale

(e) This course is taught in English

(c) Voir Chapitre 8 - Chaires

(fi) Voir Chapitre 9 - Filières et cursus

(x) Non proposé cette année

Ce planning, établi avec toutes les informations connues au moment de l'impression, est donné sous réserve de changement.

Cours fondamentaux

MGTP31100

Comportement organisationnel

MGTP31101

Organizational Behaviour

MGTS31102

Stratégie et management

MGTS31103

Strategy & Management

**Psychologie
et développement personnel**
*Psychology and
Personal Development*

MGTP31200

Théorie de la personnalité

MGTP31201

Personality Theory

MGTP31202

Management interculturel

MGTP31203

Intercultural Management

MGTP31204

Ethique et entreprise

MGTP31205

Business Ethics

MGTP31206

Profils personnels et carrière

MGTP31207

Personality, Style and Careers

MGTP31208

Travail, rôles et identités

MGTP31209

Work, Roles and Identity

MGTP31210

Mise en scène du comportement

MGTP31211

Behaving in Public: a Training

MGTP31481

Team Building Seminar

Ressources humaines
Human Ressources

MGTM31212

Gestion ressources humaines

MGTM31213

Human Resources Management

MGTM31222

Emplois et carrières

MGTM31233

Managing Workforce Diversity

MGTM31300

Stratégies RH et performances

MGTM31302

Mobilité intle et expatriation

**Management & processus
organisationnels**
*Management and
Organizational Processes*

MGTM31214

Philosophie et commerce

MGTM31215

Philosophy and Trade

MGTM31220

Culture sociale contemporaine

MGTM31226

Management des organisations

MGTM31227

Management of Organizations

MGTM31228

Direction et changement

MGTM31230

Changement organisationnel

MGTM31231

Organizational Change

MGTM31234

Management culturel

MGTM31305

Corporate Governance

MGTM31307

Capitalism and Globalization

MGTM31350

Jeu de management

MGTM31402

Cynisme et management

MGTM31405

Innovation Process Management

MGTM31407

Diversity & Perf.Chair Sem

MGTM31420

Séminaire de recherche MGT

MGTM31421

Research Seminar in MGT

Stratégie
Strategy

MGTS31260

Stratégie et mangt internat.

MGTS31261

Int'l Strategy & Management

MGTS31263

Competitive Strategy

MGTS31265

Alliances and Partnerships

MGTS31266

Stratégie industrielle

MGTS31267

Industry and Strategy Practice

MGTS31268

Les fondements de la stratégie

MGTS31271

Managing Intl Business in Asia

MGTS31273

Business Environment in Asia

MGTS31401

Agri-food Sustainable Dvt

MGTS31404

Pratique du mangt. stratégique

Entrepreneuriat
Entrepreneurship

MGTE31281

Internet-based Investing

MGTE31282

Créer, manager et céder une PME

MGTE31360

Initiation à l'entrepreneuriat

MGTE31361

Entrepreneurship: Introduction

MGTE31362

Construction de business plan

MGTE31363

Writing a Business Plan

MGTE31364

Capital Investissement

MGTE31365

Introduction to Private Equity

**Service et
innovation stratégie**
*Service and
Innovation Strategy*

MGTA31138

Management des services

MGTA31139

Services Marketing & Mngt

MGTA31238

Management int'l des services

MGTA31239

Int'l Management of Services

MGTA31138

Management des services

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : LPSA31138, LPSA31139,
MGTA31139, MKGA31138, MKGA31139

Responsables du cours : H. MATHE,
M. PHAN, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Management des services

Introduction :

Les services constituent aujourd'hui la plus importante part de l'économie. Avec plus de 70 % de la population active employée, les services assurent entre 70 et 80 % du produit intérieur brut en Europe et en Amérique du Nord.

Thèmes abordés :

Les transports, le tourisme, les télécommunications, mais aussi l'éducation, les services de santé, la banque ou les assurances représentent autant de secteurs de service qui, avec le conseil aux entreprises, la gestion externalisée des systèmes d'information et bien d'autres activités de services aux entreprises, possèdent des spécificités communes en matière de marketing, production et management des ressources humaines.

Ces spécialités et caractéristiques distinctes par rapport aux activités industrielles exigent la formulation de visions stratégiques nouvelles, profondément dynamisées par une recherche permanente de solutions innovantes.

Pédagogie :

La pédagogie adoptée fait largement appel à des études de cas, synthèses d'expériences et travaux de groupes. Ce cours profite du support actif de l'Institut pour la Stratégie et l'Innovation dans les Services «ISIS» et de ses partenaires : BMW, Bouygues Telecom, Computer Science Corporation et EDF.

Bibliographie :

Ouvrages conseillés :

Schmenner R., *Service Operations Management*, Prentice Hall, 1995.

Mathe H., Shapiro R., *Integrating Service Strategy in the manufacturing company*, Chapman & Hall, 1993.

Lovelock Christopher et Jochen Wirtz, *Services Marketing, People, Technology, Strategy* (fifth edition), Ed. Prentice Hall

Metters R., King-Metters K. and Pullman M., *Successful Services Operations Management*, Mason: Thomson South West, 2003.

MGTA31139

Services Marketing & Mngt

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: LPSA31138, LPSA31139,
MGTA31138, MKGA31138, MKGA31139

Course Coordinators: H. MATHE, M. PHAN,
ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Services Marketing and Management Introduction and Objectives:

Service industries are rapidly emerging as the most dominant force in most world economies. In developed economies up to 70% of the labour force, 70-80% of the GNP are accounted for by services in Europe and North America.

Tourism, hotels and restaurants, education, medical services, as well as transports and telecommunication services, consulting and other professional services are all categorised as services. The course addresses the distinct needs and problems of such service organisations in terms of marketing, production and human resources management.

Services possess several unique characteristics that require a distinctive approach to strategy – both in its development and execution. This course expands upon and adapts the marketing and management concepts covered in previous related-topic foundations courses.

Teaching method:

The teaching method includes case studies, class discussions and group work. This course is endorsed by the Institute of Strategy and Innovation for Services «ISIS» and its partners: BMW, Bouygues Telecom, Computer Science Corporation and EDF.

Bibliography:

- R. Schmenner, *Service Operations Management*, Prentice Hall, 1995.
 H. Mathe, R. Shapiro, *Integrating Service Strategy in the manufacturing company*, Chapman & Hall, 1993.
 Christopher Lovelock et Jochen Wirtz, *Services Marketing, People, Technology, Strategy* (fifth edition), Ed. Prentice Hall
 R. Metters, K. King-Metters and M. Pullman, *Successful Services Operations Management*, Mason : Thomson South West, 2003.

MGTA31238**Management int'l des services**

Nombre d'UV : 1.00
 Type de cours : Cours de gestion
 Total des heures : 25.00
 Equivalent: LPSA31239, MGTA31239
 Responsable du cours : H. MATHE, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Management international des services****Introduction :**

Les mécanismes de développement international et de fonctionnement multinational des entreprises de service diffèrent sensiblement de ceux de l'entreprise industrielle. Prendre les bonnes décisions, en la matière, réclame que soient parfaitement intégrés les facteurs culturels ainsi que les risques politiques liés à telle ou telle implantation. Ce cours a pour objet l'identification et l'explication des principaux schémas stratégiques et opérationnels permettant de diriger une grande organisation de service et d'en assurer un développement international

harmonieux. Plusieurs responsables, au plus haut niveau, viennent expliquer leurs stratégies internationales en complément du cours.

Bibliographie :*Ouvrages conseillés :*

- H. Mathe, *Le service global*, Maxima, 1997
 Y Doz, J Santos, P Williamson, *From Global to Metanational*, HBS Press, 2001.
 J. Heskett, W.E. Sasser, L. Schlesinger, *The Service Profit Chain*, The Free Press, 1997
 JB Galbraith, *Designing the Global Corporation*, San Francisco Jossey Bass, 2000
Internationalization, Technology and Services, Ed. by M. Miozzo and J. Miles Cheltenham. Edward Elgar Publishing, 2003.

MGTA31239**Int'l Management of Services**

Credit hours: 1.00
 Course attribute: Management course
 Contact hours: 25.00
 Equivalent: LPSA31239, MGTA31238
 Course Coordinators: H. MATHE, M. PHAN
 ESSEC professors
This course is taught in English

Course outline:**International Management of Services**

The mechanics of the international development and multi-national functioning of service companies differ markedly from those of an industrial company. To ensure that the right decisions are made, it is essential that all cultural factors be taken fully into account, as well as the potential political risks of business implantation. The aim of this course is to identify and explain the main strategic and operational set-ups that enable the effective management of a large-scale service organization and guarantee smooth development on the international scene. In addition to the course itself, the most senior representatives of the sector will come to explain their international strategies.

Bibliography:

Ouvrages conseillés :

H. Mathe, *Le service global*, Maxima, 1997

Y Doz, J Santos, P Williamson, *From Global to Metanational*, HBS Press, 2001.

J. Heskett, W.E. Sasser, L. Schlesinger, *The Service Profit Chain*, The Free Press, 1997

JB Galbraith, *Designing the Global Corporation*, San Francisco Jossey Bass, 2000

Internationalization, Technology and Services, Ed. by M. Miozzo and J. Miles Cheltenham. Edwar Elgar Publishing, 2003.

MGTE31281

Internet Based Investing

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: H. BOUCHIKHI,
ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Teacher: J.M CHOFFRAY, ESSEC professor

Internet-based (entrepreneurial) Investing

This course teaches how to make the best use of the information and the tools available on the internet to make sound investment decisions, both at the individual and at the corporate levels.

It addresses key questions that challenge all entrepreneurs concerned with the most efficient use of their limited resources: where to find the best opportunities (information); how to assess the economic value of target companies (intelligence); how to optimize the allocation of available cash (decision); what are the key drivers of success for an entrepreneurial investor (control).

The subject aims at preparing students to compete in a global investment environment, both as individuals and as entrepreneurs.

MGTE31282

Créer, manager et céder une PME

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : H. BOUCHIKHI,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : G. LECOINTRE, PDG Intercessio

Créer, manager et céder une PME

Un parcours initiatique destiné à ceux qui ont la fibre entrepreneuriale et qui souhaitent découvrir l'univers très spécifique du management des entreprises patrimoniales indépendantes.

Ce cours pratique est conçu afin de préparer humainement et techniquement les étudiants :

- soit à la profession de conseil indépendant en management ;
- soit à une fonction de «N°2», puis de dirigeant de PME ;
- soit au métier de la «fusion-acquisition» ;
- soit, à mieux gérer au sein de grands groupes, les relations techniques et professionnelles avec des clients ou fournisseurs représentant des petites ou moyennes entreprises indépendantes.

MGTE31360

Initiation à l'entrepreneuriat

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MGTE31361

Responsable du cours : H. BOUCHIKHI,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : F. CAVARRETTA,
J.M. CHOFFRAY, professeurs ESSEC,
J.F. GALLOUIN, chargé de cours

Initiation à l'entrepreneuriat

Prérequis : Aucun, si ce n'est une volonté franche d'entreprendre !

Objectifs :

Sensibiliser les étudiants au monde de l'entrepreneuriat (explorer).

Compréhension des outils de base pour créer, reprendre et développer une entreprise.

Thèmes abordés :

- enseignement des principaux concepts et méthodes à maîtriser ;
- témoignages d'entrepreneurs ;
- apports d'experts sur des sujets techniques.

Programme (non exhaustif) :

- identification des opportunités ;
- valorisation d'une société ;
- construction de l'offre ;
- élaboration des plans de développement ;
- montage financier, fiscal et juridique ;
- gestion de la trésorerie et des recouvrements ;
- organisation des processus majeurs.

MGTE31361

Entrepreneurship: introduction

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTE31360

Course Coordinator: F. CAVARRETTA,
ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Introduction to Entrepreneurship

Objectives:

The course aims to introduce participants to entrepreneurship as a wealth creation and value adding process, and give them the necessary conceptual and practical background on what is involved in creating a new enterprise. It is oriented toward providing students with the various cultures of entrepreneurial activities (covering fully, but not restricted to, the venture-capital funded startup).

Requirements: it is recommended for students that have already completed the core courses of an MBA, including strategy, OB and corporate finance.

Topics covered:

Through the various cases and guests, the course also addresses specific themes related to entrepreneurship:

- funding of nascent firms
- starting a technology-based company
- social and responsible entrepreneurship
- starting new business within an established firm (intrapreneurship)

Teaching methods:

This course is based on a resource oriented learning approach and does not use a specific course textbook. Students are responsible for individually reading sources relevant to the course topic, and to conduct case analyses in group. The course will strongly encourage students to prepare prior to class and to actively participate (individually and in groups) through presentations and class discussions. Class feedback is welcomed and encouraged.

Most sessions include the participation of a guest speaker (entrepreneur, lawyers, venture capitalist).

Course Evaluation :

This course includes a range of student group assignments, from case presentation to business plan preparation to real startup analysis. Individual evaluation is based mainly on participation.

MGTE31362

Construction de business plan

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MGTE31363

Responsable du cours : H. BOUCHIKHI,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Construction de business plan

Prérequis recommandé :

(MGTE31360 ou MGTE31361)

Objectif :

Ce cours vise à aider les étudiants à mettre en pratique les connaissances et

compétences acquises dans les disciplines de gestion pour élaborer un Business Plan.
Les étudiants ayant un projet de création d'entreprise y trouveront un contexte favorable pour faire mûrir leur projet à travers une approche méthodologique. Les étudiants qui n'ont pas un projet de création d'entreprise dans l'immédiat pourront aiguïser une compétence recherchée et appréciée dans les grandes entreprises où l'aptitude à produire, défendre et mettre en œuvre un projet de développement est désormais une compétence clef que les futurs cadres dirigeants doivent maîtriser.

Résultat :

Des business plans réalisés par équipes de 3-4 étudiants, acquisition d'une méthodologie de business planning et meilleure intégration des connaissances acquises dans les cours spécialisés.

Population :

Les étudiants travaillant sur un projet de création d'entreprise ou intéressés par l'acquisition d'une compétence en business planning.

MGTE31363

Writing a Business Plan

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Equivalent: MGTE31362
Course Coordinator: H .BOUCHIKHI,
ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:

Writing a business plan

(This course will not be offered in 2009-10)

*Recommended prerequisite:
MGTE31360 or MGTE31361*

Objectives:

The purpose of this course is to enable students to use the knowledge acquired in specialized courses and their professional skills to produce a Business Plan.

Students who plan to start a new venture a new venture creation will find an environment where they can submit their project to a systematic market investigation and business planning methodology.

Students who do not intend to create their business in the short term will acquire business planning skills that are highly sought and appreciated in established firms.

Outcomes:

Business plans produced by teams of 3-4 students, acquisition of a business planning methodology, and a better integration of the knowledge acquired in specialized courses.

Population:

Students who plan to start a company or want to enhance their business planning skills.

MGTE31364

Capital Investissement

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : MGTE31365
Responsable du cours : H. BOUCHIKHI,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : G. HELLERINGER, professeur ESSEC, J.F. GALLOUIN, chargé de cours

Capital Investissement

(Ce cours est proposé dans le cadre de la filière entrepreneuriat, cf. Chapitre 9 «Filière»)

- Enseignement théorique sur les acteurs, les concepts, les méthodes à connaître, les erreurs à éviter.
- Eclairage d'ensemble sur les différents types de capital investissement (du capital risque au LBO en passant par le capital développement) ; présentation approfondie des outils juridiques (SPA, garantie, pactes, mécanismes incitation des managers) et financiers (structuration de la dette, modélisation LBO).

- Témoignages de professionnels du capital investissement (entrepreneurs, investisseurs, banquiers, avocats).
- Présentation par les étudiants d'un travail de terrain destiné à approfondir tel ou tel aspect du marché du capital investissement.

MGTE31365

Introduction to Private Equity

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTE31364

Course Coordinator: H .BOUCHIKHI,
ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Teacher: G. HELLERINGER, ESSEC
professor

Introduction to Private Equity

(This course will not be offered in 2009-10)

(This course is part of the Entrepreneurship program, see chapter 9 "Filières")

- Introduction to the private equity industry concepts and stakeholders.
- Analysis of the various ranges of capital investment - from venture capital to LBO; in-depth presentation of legal tools used in capital investment transactions (share purchase agreement, shareholders agreements, management package...) along with finance and strategy aspects (debt structuring, LBO modelling...).
- Presentation by top professionals in the field (entrepreneurs, investors, bankers, lawyers).

MGTM31212

Gestion ressources humaines

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTM31213

Responsables du cours : J.M. PERETTI,
J.L. CERDIN, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Gestion des ressources humaines

Introduction :

Ce cours présente d'une part le cadre théorique dans lequel s'inscrit la GRH et d'autre part, l'ensemble des techniques au service de la fonction. La gestion des ressources humaines implique une prise en charge des responsabilités opérationnelles de gestion des hommes par tout cadre dès lors qu'il (ou elle) anime une équipe. "Tous DRH" devient le mot d'ordre du partage de la fonction.

Objectifs :

Ce cours de gestion des ressources humaines est présenté dans un double objectif :

- situer la fonction ressources humaines, stratégique et contingente, ses principales missions et ses moyens aujourd'hui.
- sensibiliser les participants aux outils de gestion décentralisée des ressources humaines pour gérer, motiver et développer les potentiels dont ils seront responsables, individuellement et collectivement dans une approche "Tous DRH".

Pédagogie :

Ce cours utilisera une combinaison de conférences, lectures, discussions, études de cas et exercices. Certaines séances sont organisées en partenariat avec des entreprises afin de donner une perspective très pratique aux étudiants.

Thèmes abordés :

En particuliers des DRH viennent témoigner sur leurs activités.

Evaluation :

- Individuelle sur la base de la participation en cours et éventuellement d'un mini quiz en fin de cours qui portera sur les concepts vus en cours (présentés en classe ou développés dans les ouvrages et articles exigés pour ce cours).
- En groupe sur la base de :
 - . un projet sur une pratique RH
 - . la présentation d'études de cas préparées en cours.

Bibliographie :

- J.L. Cerdin, « Les personnes au centre de l'entreprise », in H. Bouchikhi, J.L. Cerdin, P.-P. Dornier, B. Esnault,
E. Le Nagard-Assayag, N. Mottis, *Invitation au management*, PUF, 359-457, 2001.
Tous DRH, les Editions d'Organisation, ouvrage collectif sous la direction de
J.M. Peretti

MGTM31213

Human Resources Management

Credit hours: 1.00
Course attribute: Cours de gestion
Contact hours: 25.00
Equivalent: MGTM31212
Course Coordinator: A. JENKINS, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:

Human Resources Management

This is a course on human resources management (HRM) for generalists which brings together recent work in the fields of organizational behaviour and development, personnel administration and industrial relations. The aim is not to produce specialists in the HR function but potential managers keenly aware of the crucial importance of human resources policies for line management and company strategy. Consideration of recent changes in work systems (e.g. team-based structures) and in employee representation, forges links with organization theory and labour relations.

Topics covered:

Four broad HRM areas will be covered:

- Work systems structure and design;
- The flows of human resources from recruitment through to exit;
- Reward philosophies and compensation policies;
- Employee representation and influence.

Strong emphasis will be placed on the theme of change: developing human resources analysis which is necessary for the anticipation, planning and

implementation of social and technological change in the firm.

Teaching methods:

Illustrative cases alongside selected theory will form the heart of the course. Cases will be international, featuring companies from Britain, the United States and France. Outside speakers may well be invited to provide illustrations and develop debate about policy, particularly practitioners. Video material will also be used.

Grading pattern:

A mix of individual work as well as group work will be proposed to students, sometimes focusing on books and articles, at other times on cases.

MGTM31214

Philosophie et commerce

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent: MGTM31215
Responsable du cours : L. BIBARD, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Philosophie et commerce

Introduction :

Le cours a pour objectif d'examiner comment s'est déroulée l'histoire de la philosophie à partir d'une opposition initiale entre philosophie et commerce (époque de la philosophie grecque).

Thèmes abordés :

On s'interroge dans un premier temps sur les raisons de cette opposition entre le commerce et la philosophie. On examine ensuite comment la naissance de la philosophie politique moderne a contribué à rapprocher la philosophie des questions économiques qui gouvernent des domaines entiers de la pensée contemporaine. Enfin, à la lumière de certains textes de la pensée politique qui s'est développée depuis le XVIII^e siècle, on considère le commerce en relation avec l'évolution politique du monde contemporain.

La question majeure devient alors celle de la liberté. Cette question est abordée à partir de l'étude du mythe du Dieu grec du commerce : Hermès.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait à partir :

- de travaux réguliers des étudiants sur les textes commentés ;
- d'un mémoire rédigé au cours du trimestre sur une question relative à la problématique du cours.

MGTM31215

Philosophy and Trade

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTM31214

Course Coordinator: L. BIBARD, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Philosophy and Trade

Introduction:

Most often then not, classical political philosophers were not sympathetic to trade. The reasons usually concerned "economic externalities", such as (as we shall see) the preservation of moral (religious) and civic virtues of the citizens. But this also reflects a biased attitude of the philosopher towards the political power in the state, respectively the freedom of the subjects. Modern times can also be characterized, among other features, by a change in the views of theorists and philosophers towards trade. These non-economic arguments pro or against trade are important to be known by economists and related specialists: even today, they help us understand the intricacies of world politics, phenomena like religious fundamentalism, anti-Westernism or the cultural resistance to globalization. Without a like understanding, one cannot hope to shape a correct view of current events, from the ongoing economic

globalization, to the ascent of international terrorism or the war in Iraq. Trade is a specific economic activity and, as such, its technicalities are to be learned separately. However, trade cannot be understood without reference to the wider frame of economic action and, most important, of political intentionality. The course aims at describing, in a loose historical manner, how trade fitted within the philosophical conceptions about economy and politics over time.

Objectives:

Its main objectives are:

1. To exercise a specifically philosophical mode of reasoning about a specialized subject;
2. To get an understanding of trade in the context of economic activity in general and of their relationship with policy;
3. To gain a perspective upon the wider cultural and societal effects of commercial activities and, by that, to understand how trade comes to influence war, peace, wealth and the general conditions of life for large numbers;
4. To apply such an understanding to current processes such as international conflict, globalization, market trends, etc.

MGTM31220

Culture sociale contemporaine

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : A. JENKINS, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Culture sociale contemporaine

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Introduction :

Sur le plan du management économique, social et culturel, les changements des vingt dernières années ont été importants et rapides. La distance entre les trois principales générations actives s'est accrue, et les modes de transmission entre elles se sont modifiés. Au-delà de sa

culture professionnelle, quelle culture sociale doit s'approprier un cadre du management aujourd'hui pour être en situation de conduire son intervention dans l'entreprise, sans ignorer les interdépendances existantes avec la société ? L'enseignement proposé est celui d'un apprentissage d'éléments-clés de la culture sociale contemporaine, en adoptant une double démarche : se placer dans l'entreprise, future position des diplômés de l'ESSEC, aborder chaque élément-clé en faisant référence aux conditions historiques d'il y a 30 ans.

Thèmes abordés :

Les thèmes suivants seront examinés :

- les acteurs sociaux : patronats, syndicalismes, Etat, partis politiques, associations..., dans leur rapport au social ;
- la régulation sociale : négociation sociale et co-gestion des ensembles paritaires ;
- la relation école-entreprise, éducation-profession ;
- les femmes, la mixité de l'emploi et les conséquences sur l'organisation sociale (crèches, etc.) ;
- les identités professionnelles et sociales ;
- l'entreprise et ses liens locaux ;
- les générations sociales (à travers l'histoire récente d'une entreprise).

En conclusion, on analyse les difficultés de passage d'un modèle social (centralisé, centralisation, d'initiative étatique et ordonné par un système de représentation et de valeurs (ex : communisme, anti-communisme), à un autre modèle, décentralisé, diversifié, contractualiste et hésitant dans ses nouvelles formes de lien social.

MGTM31222

Emplois et carrières

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Responsable du cours : J.L. CERDIN,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Emplois et carrières

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Introduction :

Autour des thèmes centraux relatifs aux emplois et aux carrières, ce cours propose les outils et les concepts les plus récents, avec un point de vue aussi bien théorique (concepts) que pratique (témoignages de professionnels).

Objectifs :

Les objectifs de ce cours sont d'aider les étudiants à :

- conduire une réflexion sur leur propre carrière ;
- comprendre comment les entreprises gèrent les carrières de leurs salariés.

Pédagogie :

Ce cours utilisera une combinaison de conférences, lectures, discussions, études de cas et exercices. Certaines séances sont organisées en partenariat avec des entreprises afin de donner une perspective très pratique aux thèmes abordés.

Evaluation :

- Individuelle sur la base de la participation en cours et éventuellement d'un mini quiz en fin de cours.
- En groupe sur la base d'un projet et fiches de lectures.

Bibliographie :

Cerdin, J.L. (2000), *Gérer les carrières*, EMS.
Une bibliographie complète sera donnée en cours.

MGTM31226

Management des organisations

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : MGTM31227
Responsable du cours : G. van WIJK,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Management des organisations

Introduction :

Les problèmes d'ordre pratique et stratégique que pose le management nécessitent une analyse fine des aspects

humains, économiques, et structurels pour pouvoir être résolus de façon satisfaisante. On ne peut améliorer un processus que l'on ne comprend pas.

Thèmes abordés :

C'est pourquoi le cours aborde les questions de structure, de comportement, et certaines méthodes comme la qualité, puis les problèmes de direction. Les évolutions récentes enrichissent l'analyse dans la mesure où la création de valeur se fait de plus en plus dans des organisations par projet et relativement moins dans des structures industrielles traditionnelles. Ceci ramène l'attention sur le rapport complexe entre structure et comportement. Enfin, la différenciation entre l'organisation de service et l'organisation industrielle permet une mise en œuvre des outils d'analyse pour la conception des structures pour répondre à la fois aux exigences d'un management intensif des personnes et d'une prestation de qualité irréprochable.

Pédagogie :

L'accent est mis sur l'acquisition des méthodes d'analyse pour l'application pratique et la sensibilisation aux caractéristiques culturelles nationales dans cette démarche. On utilise la méthode des cas, les jeux de rôle, et la discussion critique de certaines méthodes de consultants.

Evaluation :

La participation est essentielle. Le questionnement des théories, et l'identification de problématiques dans les cas sont fortement valorisés. L'examen final se fait sur la base d'un cas.

Bibliographie :

- G. Morgan, *Images de l'Organisation*, Paris ; Bruxelles : De Boeck Université, 1999.
- G. Koenig, *Management Stratégique*, Nathan, 1990.

MGTM31227

Management of Organizations

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTM31226

Course Coordinator: G. van WIJK, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Management of Organizations

Introduction:

The aim of this course is to prepare yourself to lead and manage organizations and help each of you to improve your understanding of the processes at hand. Recent organizational developments in the field point towards a change in value creating activities: industrial structures have become a liability, and it is important to have project-based organizations. This understanding will put you in a position to develop your leadership and management skills.

Objectives:

By the end of the course you will be able to better «read» the business environment, organizations and actors. You will have enough insights to «think» your organizational action. Working on your analysis of a situation, you will better know yourself and be able to determine effective ways of handling a variety of critical situations.

This course will emphasize the behavioural nature of management and will explore the formal and informal levers by which managers can achieve results in organizations.

Teaching methods:

The class is designed to provide for plenty of discussion, interaction, and feedback. In addition to formal lectures we will use group discussion, cases, video materials and experiential activities to reinforce the coursework.

Grading pattern:

Class participation will be an important part of the final grade. In particular, you are expected to contribute critical comments on theories, and good questions on the cases. The final exam will be based on a case discussion.

Bibliography:

- G. Morgan, *Images of Organisation*, Thousand Oaks. Calif.: Sage, 1997.
 R. L. Daft, *Understanding the Theory and Design of Organizations*, Mason, Ohio: Thompson, 2007.

MGTM31228**Direction et changement**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : M.L. DJELIC, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Direction et changement****Introduction et objectifs :**

Dans ce cours, l'accent est mis sur la réalisation de la stratégie de l'organisation et les changements structurels qui en découlent par la pratique et les jeux de simulation. L'objectif recherché est que l'étudiant puisse tout d'abord approfondir son apprentissage en matière de diagnostic du fonctionnement des organisations. Ceci lui permettra ensuite d'évoluer vers la prescription.

Thèmes :

- Les effets sur la réalisation des objectifs des valeurs des dirigeants
- Le rôle de différents styles de direction
- L'importance des systèmes de contrôle
- La place à accorder dans le contexte du changement aux stimulants matériels ou idéologiques
- La manière dont ces différents éléments jouent un rôle dans le contexte de la prise de décision stratégique

Méthodologie :

Le cours est structuré à la fois par des études de cas et par la discussion active autour des lectures et des thématiques couvertes.

Bibliographie :

- Y. Enrègle, *Du conflit à la motivation - La gestion sociale*, Editions d'Organisations, 1985.
 Y. Enrègle et R.A.Thiétart, *Précis de direction et de gestion*, (4ème édition), Editions d'Organisations, 1985.
 J.D. Bower, *Managing the resource allocation process*, New York, Irwin, 1982.
 Y. Enrègle, *Le pouvoir de la manipulation à l'autorité : précis de gestion sociale*, Editions d'organisations, Paris, 1998.
 Y. Enrègle, *Le management revisité : diriger en situation de crise*, Editions d'organisations, Paris, 1999.
 Y. Enrègle, *La responsabilité sociétale de l'entreprise*, Arnaud Franel Editions, Paris, 2009.

MGTM31230**Changement organisationnel**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTM31231

Responsable du cours : M.L. DJELIC, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Changement organisationnel**

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Introduction et objectifs:

L'ambition de ce cours est de proposer une discussion du changement organisationnel en faisant le lien entre les complexités du monde organisationnel et l'évolution dynamique de l'environnement. Tous les acteurs dans toutes les organisations de notre monde contemporain ont à se confronter à un moment ou à un autre à la problématique du changement. Dans un monde mondialisé, traversant qui plus est une remise en cause profonde, le changement ne peut que s'amplifier et s'accélérer.

Thèmes :

- Interactions entre organisations et leurs environnements
- Le poids de la mondialisation dans la transformation de l'environnement
- Les modèles du changement organisationnel – forces et faiblesses
- Le leadership du changement
- Les outils, les philosophies et les mécaniques du changement
- L'émergence d'une « industrie » du changement organisationnel – le secteur du conseil
- Gestion de la résistance et des obstacles
- La culture du « changement permanent » - conséquences organisationnelles et individuelles

Méthodologie :

Le cours est structuré à la fois par des études de cas et par la discussion active autour des lectures et des thématiques couvertes.

Evaluation :

- Participation active dans les discussions (note individuelle) – 20%
 - Un travail de présentation orale et un dossier de synthèse pour une séance (travail de groupe) – 25%
 - Note de lecture et réactions écrites sur une autre séance (note individuelle) – 20%
- Rapport final (travail de groupe) – 35%

Ce rapport final peut prendre deux formes:

1. Identifier un cas de changement organisationnel et proposer son analyse (pourquoi le changement, contexte et environnement ; les étapes et les mécanismes du changement ; les acteurs et les formes de leadership, les obstacles et les résistances...
2. Identifier une tendance forte du monde contemporain et analyser son impact sur les organisations en faisant le lien avec le changement organisationnel. Parmi ces tendances : Gouvernance d'Entreprise, Responsabilité Sociale, Management de la Qualité, Private Equity, Fonds souverains, Intégration de la diversité...

Bibliography:

Tom Karp, "Transforming Organisations for Organic Growth: The DNA of Change Leadership", *Journal of Change Management*, 6(1), 2006.
Managing Change, Bernard Burnes, 2004, Pearson.

MGTM31231**Organizational Change**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTM31230

Course Coordinator: M.L. DJELIC, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**Organizational Change**

(This course will not be offered in 2009-10).

Introduction and Objectives:

The overall ambition of this course is to go through a discussion of change in relation to the complexities of organizational life and to the dynamics of surrounding environments. All people in all organizations are concerned with and involved in change. In our globalizing world, the pace and magnitude of change is only increasing.

Session headings/Themes:

- The nature of interactions between organizations and their environments
- New logics associated with globalization in that regard
- The multiplicity of change processes
- The nature of leadership adapted in each case
- The philosophy, tools and processes of change management
- The structuration of an "industry of change management"
- The impact – positive and more complex – of a culture of permanent change

Teaching methods:

The course is based on a mix of case discussions, readings and active lecture and debates.

Evaluation:

- Active participation in class discussions (individual) – 20%
- Introduction to the readings and case of one session (group) – 25%
- Summary notes and analysis of the readings and case for another session (individual) – 20%
- Final report to be handed before the end of the term (group) – 35%

This final report can be one of two things:

1. Identify a case of organizational change and propose a structured report of that case (why change: context, environment and stakes; how change: actors, challenges, processes, forms of leadership; role of external mediators: consultants, etc...; difficulties: obstacles, forms of resistance and mechanisms to overcome them....)
2. Identify a broad trend with an impact on organizations and assess the ways in which this broad trend has been and still is transforming organizations. Examples of trends are: Corporate Governance; Corporate Social Responsibility; Quality Management; Private Equity; Sovereign Funds; Diversity Management...

Bibliography:

Tom Karp, "Transforming Organisations for Organic Growth: The DNA of Change Leadership", Journal of Change Management, 6(1), 2006.
Managing Change, Bernard Burnes, Pearson, 2004.

MGTM31233

Managing Workforce Diversity

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: S. GRÖSCHL, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Managing Workforce Diversity

Introduction:

The world is changing rapidly. Companies expand beyond their national borders,

merge with other companies, and outsource organizational activities and processes globally. Technological advancements and cross-country employment agreements like in the European Union provide opportunities for skilled workers to work outside their home countries. Many countries face aging populations, and historically disadvantaged groups such as persons with disabilities become important members of labor markets. These demographic changes and developments have created increasingly diverse populations and workforces. In response to the challenges of managing such diverse workforces a paradigm called Diversity Management has emerged in the past two decades.

Objectives:

This course will explore conceptual aspects of diversity and diversity management helping you to:

- Identify contextual and environmental changes and developments leading to increasingly diverse workforces.
- Understand the historical background and philosophical roots of Diversity Management (DM) and its key characteristics.
- Understand DM related concepts, approaches, and practices including hard and soft affirmative action, positive action, and equal opportunities.
- Identify current DM initiatives and best practices, and future trends and challenges in this area.

Course Activities:

This course is based on a resource oriented learning approach and does not use a specific course textbook. Students are responsible for researching secondary sources relevant to the course topics and conduct independent literature reviews. The course will strongly encourage students to prepare prior to class and to actively participate (individually and in groups) through presentations and class discussions. Class feedback is welcomed and encouraged. Guest speakers will be

included where possible. Short video clips, illustrative of the topics under discussion, will be shown where appropriate material exists.

Evaluation:

This course includes a range of student assignments reflecting the diversity of students' learning styles and educational experiences and backgrounds. Detailed descriptions of each student assignment are provided separately.

MGT31234

Management culturel

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : COMC31427

Responsable du cours : S. SGOUREV,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Management culturel

Enseignants : L. COLLIEX, F. KLETZ,
Y. LE TOUHER, chargés de cours
Cours ouvert à tous les étudiants.

*(anciennement offert sous le code
COMC31427).*

Thèmes abordés :

Le cours comprend quatre volets thématiques répartis sur les dix séances d'enseignement qui sont assurées par des intervenants de renom.

1. La place de l'art et de la culture dans la société (les aspects anthropologiques, les analyses historiques, le mouvement des idées).
2. Le cadrage économique des activités culturelles : la dynamique des liens entre les activités culturelles et l'économie générale, la consommation des ménages, les emplois (NAF), les investissements, les produits fiscaux, les comptes en export et import.
3. Les supports institutionnels : tableau synthétique des principales institutions rencontrées dans les activités culturelles.

4. Les marchés des activités culturelles.

Contrôle : des groupes d'étude

composés de 3 étudiants préparent pour la dernière séance une présentation sur un thème choisi avec le professeur.

Notation : pour 2/3 de la note finale

après remise du rapport d'étude. La participation compte pour le 1/3 restant de cette note finale.

Bibliographie - orientations :

Aicardi Maurice, *La fiscalité du patrimoine*, Paris, Documentation française, 1988.

Aillagon Jean- Jacques, *Le Centre Pompidou*, PUF, Que Sais-je, Paris.

Benhamou Françoise, *L'économie de la culture*, Paris, La Découverte, 2001.

Chastel André, *La notion de patrimoine*, Paris, 2000.

Choay Françoise, *L'allégorie du patrimoine*, Seuil, Paris, 1996.

Greffe Xavier, *La gestion du patrimoine culturel*, Anthropos, Paris, 1999.

Moulin Raymonde, *Le marché de l'art : Mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, Flammarion, 2000.

Porter Michael E. et Van der Linde Class, *Green and competitive*, Harvard Business School, 2000.

MGT31300

Stratégie RH et performance

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : J.M. PERETTI,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Stratégie des ressources humaines et performance

Objectifs :

Ce cours de gestion se donne pour ambition de :

- proposer une vision prospective de la fonction s'appuyant sur la notion de stratégie et de responsabilité sociale ;
- démontrer la cohérence globale des pratiques de gestion des ressources humaines dans différents environnements ;
- expliciter la relation entre stratégie sociale et performance de l'entreprise en

tenant compte des variables d'organisation et de ressources.

Thèmes abordés :

- la notion de stratégie sociale et ses relations avec les modes d'organisation et la culture ;
- la traduction des stratégies sociales dans le système des politiques RH ;
- les stratégies de rémunération ;
- la gestion des hauts potentiels ;
- l'audit social et la RSE.

MGT31302

Mobilité internationale et expatriation

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : J.L. CERDIN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Mobilité internationale et expatriation

Introduction :

Ce cours s'adresse particulièrement aux étudiants en fin d'étude et/ou ceux qui souhaitent réfléchir à la mobilité internationale dans leur vie personnelle et professionnelle. Ceux qui s'orientent vers une carrière en RH ont aussi intérêt à suivre ce cours.

Objectifs :

Ce cours couvre les principales questions de la mobilité internationale et de l'expatriation avec deux optiques complémentaires :

1. Sensibiliser les étudiants à la question de la mobilité internationale. Les étudiants auront la possibilité d'aborder les déterminants de l'adaptation à une nouvelle situation internationale. Ils réfléchiront également aux composantes d'une décision d'expatriation des personnes afin d'examiner dans quelle mesure la mobilité internationale peut s'inscrire à la fois dans leur projet personnel et professionnel.

2. Exposer aux étudiants la démarche et les problèmes soulevés par la gestion de la mobilité internationale. Seront abordées entre autres les politiques de recrutement, de formation et de rémunération des expatriés.

Méthodologie :

Ce cours s'organise autour du site «L'expatriation : Préparez votre projet de mobilité internationale». Les étudiants qui suivent le cours obtiennent l'accès aux ressources de ce site pour le cours et au-delà. Des experts de l'expatriation co-animent un grand nombre de séances. Ce cours fonctionne dans l'esprit d'un séminaire avec des échanges nombreux entre les intervenants et les participants.

Evaluation :

L'évaluation se fait à 4 niveaux :

1. Un projet de groupe sur une problématique de mobilité internationale choisie par les étudiants (25% de la note finale).
2. Une étude de cas en groupe exposée lors de la dernière séance de cours.
3. Les étudiants devront élaborer un "projet international" relatifs à leur mobilité (ou non mobilité). Le projet international comptera pour 50% de la note finale.
4. La participation au cours est prise en compte selon la formule suivante :
Insuffisante = -2 / Faible = -1 /
Moyenne = 0 / Bonne = +1 / Excellente = +2

Bibliographie :

Cerdin, J.L., *S'expatrier en toute connaissance de cause*, Paris, Eyrolles, 2007.

Cerdin, J.L., *L'expatriation*, Editions d'Organisation, 2002.

Une bibliographie complète sera donnée en cours.

MGTM31305

Corporate Governance

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinators: M. CONYON, A. SOM, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

(Mainly given on the ESSEC Campus in Singapore; sometimes in Paris)

Corporate Governance

Introduction

The course begins from the observation that in practice self-interested managers are often in a position to take actions that are not necessarily in the interests of the owners of firms. In consequence, managers may not undertake desirable long-term wealth-maximizing strategies for the organization. This course examines the governance of organizations, including the conflict of interest between managers and owners. It examines how a well-designed corporate governance system can promote wealth-creation as well as mitigate agency problems inherent in organizations. The course covers a selection of important management theories including agency theory and stakeholder theories of corporate governance. The course takes a global perspective and outline corporate governance models around the world including North America, Europe and Asia.

Objectives/Concepts/Topics:

The course will cover a selection of contemporary topics in corporate governance. It will introduce you to topics such as: the ownership and control of organizations, executive compensation, boards of directors, the market for corporate control, stock options, corporate scandals, leadership and team decision making, corporate networks, international corporate

governance, strategy and governance as well as accountability and securities regulation. The course is aimed at developing and expanding your knowledge of organization theory acquired so far throughout your career. It is designed to promote puzzle-solving skills in relation to organization theory and corporate governance.

Methodology:

The course makes extensive use of the case-method. You will work in teams to solve real-world governance problems through a series of contemporary cases. These are then discussed in class. The case-analyses are supplemented with a series of mini-lectures that provide the critical theoretical insights and important empirical evidence. The course is delivered through a balanced mix of team and individual learning. An individual assignment and group project form the basis of the learning and evaluation in this course.

Grading pattern:

Evaluation is based on written work and classroom participation. In arriving at your final grade for the course the following typical weighting scheme will be used:
Classroom participation: 25%
Learning teams and case analyses: 25%
Individual assignment: 25%
Team project: 25%

Bibliography:

- Canyon, M.J., 2006, *Executive Compensation and Incentives*, Academy of Management Perspectives 20, 25-44
- Canyon, M.J., Murphy, K.J., 2000, The Prince and the Pauper? CEO Pay in the United States and United Kingdom, *Economic Journal* 110, F640-F671, reprinted in *Governance: An International Perspective* edited by Diane Denis and John McConnell, 2005, Edward Elgar, (chapter 10).

MGTM31307

Capitalism and Globalization

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: M.L. DJELIC, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Capitalism and Globalization

Objectives:

This course has two main objectives :

1. Explore the nature of contemporary capitalism, contrasting it with other forms of capitalism and economic organization
2. Understand some of the recent evolutions by linking them to the process of Globalization and the associated wave of Global Governance

Session Headings/Themes:

We start from the exploration of the concept of capitalism. What is capitalism?

We look at some of the key defining features – value creation, profit, markets.... We contrast then different forms of capitalist organization as they have evolved through history and in different regions of the world. We consider some of the mechanisms that have led recently to considerable transformations in the organization of national economies. We make the connection between those transformations and globalization. We look at some of the key features of contemporary globalization and explore some of the major challenges – those having to do with governance, sustainability and the rise of new regions/actors (in particular Asia and the Middle East).

Teaching methods:

The course is based on a mix of case discussions, readings and active lecture and debates.

Evaluation:

1. Introduction and launch of the discussion in one session (from session 2 to session 9): group work: 20%
2. Written 2-pages reactions on the case/readings for a second section and regular participation in discussions: individual work: 30%
3. Report on one dimension of globalization, global governance or contemporary challenges, in particular sustainability or the rise of Asia or other regions/actors in the world with a potentially strong impact. The theme should be agreed upon with the professor. It should lead to the writing of a 15 page report – identifying the issue, its context, the nature of the stakes associated, the main actors involved, the possible scenarios: group work: 50%.

Bibliography:

Hall, P. and D. Soskice, *Varieties of Capitalism*, Oxford University Press, 2001.

Djelic, ML and K. Sahlin-Andersson, *Transnational Governance*, Cambridge University Press, 2006.

MGTM31350

Jeu de management

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : A. SOM, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Jeu de management

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Introduction :

Ce cours est une simulation de gestion :

- Réaliste : les modèles utilisés ont été élaborés à partir de données réelles.
- Générale : elle couvre tous les domaines de la gestion d'une entreprise.
- Riche : outre les possibilités déjà prévues dans la simulation, il est possible de simuler des opérations non prévues à l'origine, à la demande des étudiants.

Méthodologie :

Les étudiants travaillent en équipe tout au long du trimestre. L'organisation interne des entreprises, le choix d'une stratégie et la cohérence des décisions sont des compléments indispensables au travail individuel.

Cette expérience originale constitue un tremplin idéal pour une entrée réussie dans la vie professionnelle mais ce cours peut également être suivi en deuxième année. Dans ce cas, il permettra de mieux orienter les choix des cours suivants.

Le nombre maximum d'étudiants est de 60.

MGTM31402**Cynisme et management**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : G. van WIJK, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Co-fondateurs: P. BONNEAULT (CPT), J. DELGA (DEV), R. DINASQUET (CPT)

Cynisme et management**Introduction :**

La vie de l'entreprise fait fréquemment l'objet de questionnements sur la moralité de certains agissements. L'adoption d'un code éthique ne suffit pas forcément à résoudre les problèmes. Un séminaire multi-disciplinaire qui commencerait par l'analyse des problèmes de moralité au travers de différents éclairages permet d'étudier le phénomène à la lumière des jugements de chacun et dans le contexte pratique de la vie des affaires. L'indifférence apparente aux valeurs morales et la quasi-légitimité de comportements cyniques pousse à une réflexion sur les pratiques professionnelles.

Objectifs :

L'objectif du séminaire n'est pas de moraliser mais de donner à chacun l'occasion de réfléchir sur son identité et ses priorités.

L'étude de textes et de situations permet de développer une perception des problèmes de moralité dans les affaires, et de se positionner soi-même.

La connaissance des différentes perspectives qu'elles soient disciplinaires ou pratiques interpelle les participants et les pousse à se situer notamment par leurs propres choix de pratiques.

Thèmes abordés :

Le séminaire est pluridisciplinaire : il s'appuie sur l'analyse comptable, juridique, managériale et stratégique. Chaque intervenant s'attachera à développer une analyse personnelle. Cette démarche s'inscrit dans les préoccupations exprimées à différents niveaux face à la montée de pratiques douteuses dans la vie des affaires.

«Ce n'est pas en entretenant des chimères sur le respect des valeurs qu'on parviendra à réduire le cynisme, mais en le dénonçant».

Evaluation :

La participation active et l'apport individuel en termes de réflexion sont essentiels. Les participants sont en outre évalués sur la base d'une présentation concernant un cas ou un thème théorique.

Bibliographie :

- A. Comte-Sponville, *Valeur et Vérité - Etudes Cyniques*, PUF Perspectives Critiques, 1994
N. Machiavel, *Le Prince*, Gallimard, 1980

MGTM31405**Innovation Process Management**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: A. KARAMANOS, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**Innovation Process Management**

(Given on the ESSEC Campus in Singapore)

Introduction:

The management of innovation is one of the most challenging aspects of modern business. Although technological

innovation is uncertain and risky, it can be managed. Therefore it is essential that managers understand the strategies, tools and techniques for managing innovation. Drawing from leading innovators' experiences, this course explores how firms go about organising for innovation.

The course focuses on understanding and managing creativity and innovation in organizations by examining the relationships among organizational structure, group dynamics, and individual psychology in problem-solving organizations.

Objectives:

- To provide participants with proven, best-practice tools and concepts for creating winning new products and services,
- Guide participants in the construction of winning business designs (in strategy, marketing, production, supply chain) around new product ideas,
- Prepare participants for the leadership, organisational structure, team working and communication challenges of modern innovation management.

Topics:

Innovation versus inventiveness
Innovation process: Stage Gate method used in big companies
Innovation culture and team structures
Innovation process: Lead-user method
Innovation process: Learning from the customers
Innovation process: Experience innovation used in services industries
Innovation strategy: Coordination with suppliers
Innovation strategy: Creation networks
Innovation strategy: Coordination across borders and open innovation

MGTM31407

Diversity & Perf. Chair Sem

Credit hours: 0.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinators: S. GRÖSCHL, S. NYECK, J. TAKAGI, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Diversity and Performance Chair

Seminar

Overview

T2 & T3.- The goal of this seminar is to help students participating in the Diversity and Performance Chair to deepen their understanding of current preoccupying issues dealing with diversity from the perspective of multiple stakeholders (e.g. business, political, legal, social etc.). It will also contribute to the finalization of student research projects for the chair. The seminar follows two compulsory courses that discuss diversity, and introduces students to representatives of different stakeholders who will share their standpoint and discourse, their actions and the anticipated and actual consequences. The seminar highlights the complexities of the field, and through a dialectical process of questioning and reformulating ideas with the presenters, will help students to formulate mental maps of how the field is currently organized, what are the on-going debates in the field and in what direction(s) it is going. Such an understanding is necessary to place their research projects in a conceptual context, and is also important for students who will be participating in an increasingly dynamic, complex and diverse business environment. By the end of the seminar, students will be well-versed in all aspects of diversity and performance and will be able to contribute constructively to on-going discussions on diversity on different platforms.

Course Objectives:

- Introducing students to the complexity of diversity issues and discourses
- Becoming familiar with the perspectives of multiple stakeholders and the discussions around these perspectives
- Critically analysing these perspectives and showing how they are related to the research project

Methodology:

The course combines conceptual, testimonial, and experiential approaches. We draw on four valuable sources of knowledge to accomplish this: 1) theoretical frameworks and research findings from academic research (permanent faculty); 2) business and media accounts (guest speakers from business and diversity-related foundations); 3) legal and political accounts (guest speakers from the EU, and other public institutions; and 4) student experiences and observations from research projects. The class will be highly interactive, and active participation in discussions is expected.

Grading:

Class Participation & Attendance 30%

In-class presentations 20%

Final Group Project 50%

1. Class Participation & Attendance: 30%
Students are expected to be present at every class and arrive on time. At the beginning of each class you will be asked to 'sign-in' by entering your name on a sheet of paper.

Simply attending classes is not sufficient to obtain a passing class participation grade. Effective class participation entails making insightful comments appropriate to the question under discussion; it requires listening and building on, and advancing the class discussion but not unduly monopolizing the discussion or pulling it off on a tangent; it also can entail addressing inaccurate or unsubstantiated statements

by presenters or fellow students in a constructive manner. Those students who consistently make quality contributions over the course of the semester will receive bonus points.

Beyond 2 absences, you do not pass and do not get the credits.

2. In-class Presentations: 20%

Either in small groups or individually, students will be assigned to a particular topic/week depending on the relationship of the topic of the week to their chair projects. The students assigned to a topic are expected to prepare an introductory presentation of the topic which covers a general understanding of the issues, the different approaches that are currently applied to the topic, and an introduction of the guest speaker. The students are also expected to kick-off the discussion after the presentation by the guest speaker(s), and thus should have prepared questions.

3. Final Group project: 50%

The group project for the seminar constitutes a part of the final chair project. It should place the chair project in the general diversity context as covered in the seminar and also constitutes the conceptual part of the Chair project.

Some other useful points to remember: Class sessions (3 hours) will generally follow the format:

30 minutes of in-class presentation to introduce the topic

60–75 minutes of presentation by guest speakers.

60–75 minutes of interactive discussions.

Summary of the topic

MGTM31420

Séminaire de recherche MGT

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MGTM31421

Responsable du cours : L. BIBARD,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Séminaire de recherche en management**

(This course will not be offered in 2009-10).

Introduction :

Ce séminaire porte sur des thèmes variables en fonction des intérêts des professeurs du département comme des intervenants extérieurs. Ce séminaire de recherche à un enseignement d'une durée comparable à celle d'un cours et faisant l'objet d'UV. Mais son optique est orientée sur la recherche.

Pédagogie :

Les étudiants sont co-créateurs des développements de l'enseignement et reçoivent une formation de base à la recherche. Ce séminaire traite de thèmes qui peuvent être renouvelés d'un trimestre à l'autre et qui sont précisés dans l'emploi du temps trimestriel par un descriptif. En général, ils nécessitent une bonne connaissance générale des matières enseignées en Sciences Humaines, mais aussi des autres disciplines de la gestion. C'est pour cette raison que l'on doit les conseiller à des étudiants ayant déjà effectué une partie de leur cursus de l'ESSEC MBA. Une fois par an, le département propose un séminaire de réflexion sur les relations entre hommes et femmes dans plusieurs perspectives essentielles aujourd'hui : politique, psychologique, scientifique (c.f. les biotechnologies appliquées à l'humain), religion, etc.

Evaluation :

Le séminaire demande une participation systématique des étudiants et étudiantes aux séances et un travail de discussion sur les thèmes présentés par les professeurs. Pour l'efficacité de la recherche du séminaire, les étudiants seront au maximum vingt.

MGTM31421**Research Seminar in MGT**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTM31420

Course Coordinator: L. BIBARD, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**Research Seminar in Management**

This course is the English version of the MGTM31420 "Séminaire de recherche MGT". It has the same syllabus.

MGTP31100**Comportement organisationnel**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours fondamental

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTP31101

Responsable du cours : M. DUBOULOY, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Comportement organisationnel****Introduction :**

La compréhension et l'apprentissage du comportement organisationnel peut vous apporter une meilleure compréhension de vous-mêmes, des autres et de vos interactions dans le contexte du travail. Le « savoir-être » en entreprise est un élément important de la réussite de votre vie professionnelle... et de l'agrément de celle-ci pour vous et ceux qui vous entourent. Ce cours a pour objectif de vous permettre de mieux décoder les phénomènes humains dans l'environnement des organisations, c'est-à-dire tout ce que l'individu pense, ressent et fait, afin d'être en mesure d'influencer ce qui se passe et de prédire ce qui risque de se passer. Comprendre ce qui se passe dans une organisation signifie comprendre :

- Ce qu'est le management des hommes et des équipes

- Les comportements des individus (personnalité et comportements, motivation)
- Le fonctionnement des groupes et des équipes (fonctionnement, dynamique et performance des équipes, communication, conflit et coopération, pouvoir et leadership)
- Les processus organisationnels (culture d'entreprise, changement et innovation, responsabilité sociale de l'entreprise)

Pédagogie :

Le cours se structure autour de ces approches. Il mobilise et articule des disciplines aussi diverses que la psychologie, la sociologie, la psychosociologie, l'anthropologie, l'ingénierie industrielle.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait :

- à partir d'un travail individuel de réflexion autour de l'expérience de chaque étudiant lors de ses stages ou dans le cadre de la vie associative,
- de l'analyse d'un cas en groupe (souvent un film ou un documentaire), en relation avec les théories mobilisées à chaque séance,
- et un dossier collectif d'analyse d'une situation managériale.

MGTP31101

Organizational Behaviour

Credit hours: 1.00

Course attribute: Core course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTP31100

Course Coordinator: M. DUBOULOY, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Organizational Behaviour

Introduction:

The study of organizational behaviour provides a foundation for a better understanding of yourself, of others and of your interactions in the context of

work. The "know-how" in a company is an essential element for the success of your professional life.

Objectives:

The course will enable you to better decode human behavior in organizations, i.e., what individuals think and feel, as well as of the processes that govern groups. It will also give you the tools that will help you influence individual and group behaviour, as well as predict the effects of your and others' actions.

Topics covered:

The course is structured around three main areas:

- The behaviour of individuals (personality and attitudes; motivation);
- The operation of groups and teams (functioning, dynamics and performance; communication, cooperation and conflict; power and leadership);
- The organizational processes (corporate culture; change and innovation; corporate social responsibility).

The course draws on several disciplines: psychology, sociology, social psychology, anthropology, and industrial engineering.

Grading pattern:

The evaluation of the course includes:

- Individual work in the form of a reflection paper based on the student's experience during his or her internship(s), or as part of community life;
- Group work in the form of the analysis of several cases (managerial situations), in conjunction with theories covered in the course.

MGTP31200

Théorie de la personnalité

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTP31201

Responsable du cours : M. DUBOULOY, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Théorie de la personnalité

Ce cours est également donné en anglais une ou deux fois par an.

Introduction et objectifs :

Pourquoi les personnes agissent-elles comme elles le font ? Comment sont-elles devenues ce qu'elles sont ? Pourquoi sommes-nous si semblables et si différents ? Quelle est l'importance de l'inconscient dans nos comportements ? Quel est le poids du passé dans nos comportements actuels ? Quel rôle jouent les émotions dans notre comportement ? Comment les autres influencent-ils notre comportement ? Quelle est l'importance relative de l'histoire personnelle ? Est-il possible de changer ? Comment peut-on changer ? Quand peut-on parler de pathologie ?

Ce cours vise à apporter des éléments de réponses à ces questions en abordant :

- Les grandes théories de la personnalité et du comportement (psychanalyse, behaviourisme, psychologie cognitive, théorie du développement, cycle de vie, psychosociologie, anthropologie) ;
- Des questionnements tels que nature / culture, déterminisme / libre-arbitre, individu / société, normal / pathologique, passé / présent / avenir ;
- Quelques thématiques telles que personnalité/identité/comportements/rôles, conformisme/le faux-self/autonomie, le narcissisme/l'estime de soi, les fantasmes, les mécanismes de défense et l'inconscient, les émotions, histoire de vie et roman familial, les crises dans la vie, la perte et le deuil, la souffrance psychique, les pathologies (névrose, psychose, perversion, dépression, états limites), les différentes thérapies, les interactions avec les autres, les rites et rituels.

Les discussions autour de films et documents audio-visuels constituent la matière première permettant de mieux comprendre la complexité des individus et de leurs comportements, les

interactions entre les personnes et leur environnement.

Les apports conceptuels s'appuient sur l'examen de textes théoriques

A l'issue de ce cours, les étudiants auront acquis les capacités suivantes :

- connaître les principales théories de la personnalité et du comportement individuel;
- mieux comprendre la personnalité et les comportements des individus à partir de ces théories ;
- apprécier leurs applications dans la vie quotidienne et les pratiques de management dans les entreprises ;

Thèmes abordés :

- Les grandes théories de la personnalité et du comportement :
 - psychanalyse
 - behaviourisme
 - psychologie cognitive,
 - théorie du développement,
 - psychosociologie,
 - anthropologie ;
- Les thématiques suivantes seront abordées :
 - l'identité/personnalité/narcissisme ;
 - les émotions (joie, violence, peur, jalousie...)
 - l'interaction entre les personnes (le pouvoir, l'influence, l'autorité et le leadership) ;
 - les âges de la vie ;
 - le changement et rites de passage ;
 - les pathologies : dépression, névroses, psychoses, perversion, border line ;
 - les différentes thérapies.

Pédagogie :

Les films et documents audio visuels constituent la matière première permettant d'appréhender et comprendre la complexité des comportements des individus.

Evaluation :

L'évaluation porte sur la présentation d'un exposé et un dossier final individuel : « histoire de vie ».

MGTP31201

Personality Theory

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTP31200

Course Coordinator: J. TAKAGI, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Personality Theory

Objectives:

- To develop in students the following:
 - Knowledge of the main psychological theories of personality and individual behavior.
 - Understanding of their application to management practice.
 - Comprehension of psychological development and change.

Topics covered:

- Personality theories:
 - Major issues in personality development.
 - Main schools of thought in personality analysis (psycho analysis, behaviorism, cognitive psychology...).
 - Methods of research into personality and behavior.

Teaching methods:

The course uses theoretical texts but also experimental data. Case studies are used and students are expected to participate actively in class sessions.

MGTP31202

Management interculturel

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTP31203

Responsable du cours : J. TAKAGI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Management interculturel

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Ce cours permet une analyse comparative des organisations tant sur le plan national qu'international. Il définit le concept de culture organisationnelle utilisant des approches théoriques variées. L'analyse comparative interculturelle est faite en termes de management, mais emprunte aussi à la sociologie des organisations et à la méthode d'analyse ethnologique. Le cours vise enfin à situer chaque organisation en tant que système ouvert dans ses relations avec ses environnements économiques et institutionnels.

MGTP31203

Intercultural Management

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTP31202

Course Coordinator: J. TAKAGI, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Intercultural Management

Introduction:

One of the impacts of the current perception of globalization of markets and firms and the internationalization of interactions has been the increasing attention paid to the concept of culture as a key element to be understood and managed, leading to the term «cross-cultural management». In this context, culture is used as an explanation for national differences in management structure and practices, and is often perceived to be the culprit when difficulties arise in managing diverse workforces. There are various schools of research concerning culture and management, but there is a tendency to rather uncritically use popular researchers such as Hofstede to explain the impact and implications of culture on management.

Objectives:

The goals of the course are to:

- provide a theoretical framework for understanding the concept of culture;
- provide analytical tools founded in research to assess when and how culture impacts managerial processes (e.g. teamwork, decision-making ; leadership), assess the validity of these concepts in management practice.

Topics covered:

In this course, we examine complementary approaches to thinking about culture and management and discuss the effect of their theoretical and methodological traditions on how culture can be understood.

MGTP31204**Ethique et entreprise**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTP31205

Responsables du cours : L. BIBARD,
G. KATZ, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :**Ethique et entreprise****Introduction :**

Il est trivial de souligner que l'éthique est devenue un thème à la mode dans les entreprises privées, publiques, les ONG, etc. Il est encore plus trivial d'insister sur le fait que ce thème sert de faire-valoir aux organisations pour l'image qu'elles doivent entretenir auprès de leurs clients, usagers, etc.

Thèmes abordés :

Or, loin de s'ajouter aux organisations, l'éthique en tant que désignation de la nature «juste» ou «injuste», efficace ou inefficace, des comportements individuels et collectifs, à la fois traverse de part en part, conditionne le fonctionnement et les dysfonctionnements organisationnels en leur totalité et témoigne de leurs performances ou de leurs contre-performances sur les trois

plans de l'économie, de la technique, et du sens.

C'est en effet lors même de l'épreuve la plus ordinaire ou la plus banale, comme la plus extraordinaire et la plus exceptionnelle, des décisions organisationnelles, que l'éthique se met à son tour à l'œuvre et à l'épreuve.

Pédagogie :

En anglais ou en français, le cours s'efforce de rendre sensible aux étudiants le caractère à la fois incessant, extrêmement exigeant et apparemment «ordinaire», des conséquences éthiques de toute décision organisationnelle.

Il s'appuie systématiquement pour cela sur des cas réels, issus des événements récents parmi les plus représentatifs (affaire Enron, Nike, etc.). Il interroge enfin les façons les plus efficaces qui permettent à une équipe dirigeante de redresser des situations «éthiques problématiques». Enfin, le cours se fait à partir d'exposés magistraux, d'études de cas réels et de textes de philosophie économique et politique.

Evaluation :

L'évaluation tient compte de la participation des étudiants, de deux études de cas et d'un mémoire élaboré au cours du trimestre sur une question éthique de leur choix posée lors du cours. Ces travaux peuvent être menés individuellement ou en groupe (trois personnes maximum).

MGTP31205**Business Ethics**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTP31204

Course Coordinators: L. BIBARD, G. KATZ,
ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:**Business Ethics**

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Introduction:

This course provides students with an opportunity to hone their understanding of decision making through an inquiry into the foundations of moral reasoning and the analysis that arise in a wide range of business practices, both domestically and globally.

Objectives:

The central aim of the course is to enable students to develop a framework to bridge individual leadership and corporate accountability, i.e. decipher pathologies of power, patterns of prejudice and deal with miscellaneous forms of conflict of interest.

Teaching methods:

In order to reach this goal, the course articulates theoretical concepts from social sciences (philosophy, psychology, sociology) with concrete business cases to sharpen students' awareness about stakeholder analysis, business guidelines and codes of conducts, rules of whistleblowing, social ratings and their impact on stock markets. The range of business sectors explored throughout the course embraces various specific industries: Banking, Tobacco, Petroleum, Garments, Internet, Sport Industry, Weapons, etc. This course does not aim to provide matter for learning, but rather to develop thinking. Teaching material is based on a combination of business readings, case analyses, interactive lectures, extensive class debates and videos. Wide space is devoted to discussion in order to compare judgments and hone the students' critical sense. This course also strives to develop an international viewpoint and a grasp of cultural differences. By the time students have completed the 10 sessions, they should have: improved their individual and group skills in identifying and analyzing ethical decisions they will face as managers, discovered how to develop action plans that resolve conflicts of

interest, and learned to identify common patterns of success and failure in corporate accountability.

Grading pattern:

Evaluation is based on class participation (30%), a book essay (20%) and a final essay about a case study (50%).

MGTP31206**Profils personnels et carrière**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTP31207

Responsables du cours : A. BERNARD,
M. THEVENET, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :**Profils personnels et carrière****Introduction et objectifs :**

A l'issue de ce cours, les étudiants seront devenus davantage conscients de leurs forces et de leurs faiblesses personnelles en tant qu'acteurs sur le point de s'engager dans différents types de situations sociales impliquant des choix d'orientation de leur vie adulte (projet de vie, projet de travail, rapport à la société). Ce cours est structuré autour de concepts et de méthodes d'analyse propres à la psychologie et à la sociologie. Il s'agit de mettre en évidence les structures de la personnalité, les systèmes de valeurs et les mécanismes cognitifs propres aux individus, d'une part, d'évaluer les influences relatives de l'environnement social, du milieu familial et du système éducatif sur le développement de la personne, d'autre part. Un accent particulier est également accordé à la compréhension du processus d'insertion professionnelle et des modes d'élaboration de la stratégie de carrière et de vie adulte.

Thèmes abordés :

- connaissances et styles culturels ;
- la méthode des tests ;
- la relation à l'autre ;
- les types de personnalité ;

- les attitudes, valeurs et intérêts professionnels ;
- les choix d'insertion professionnelle,
- les motivations et points d'ancrage d'une carrière ;
- l'approche du marché de l'emploi ;
- le recrutement et la gestion des carrières des jeunes cadres.

Pédagogie :

Différents types d'outils sont utilisés :

- questionnaires, tests et exercices auto-administrés ;
- outils d'analyse statistique multidimensionnelle ;
- travaux d'introspection et de réflexion personnelle ;
- analyses écrites et rapports de synthèse ;
- étude de cas.

Ce cours est donné selon deux formules : cours hebdomadaire et cours bloqué sur une semaine en février et juin.

MGTP31207

Personality Styles and Careers

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 30

Equivalent: MGTP31206

Course coordinator: A. BERNARD, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Personality Styles and Careers

Objectives:

This course is essentially based on the broad use of tests. Its main objective is to assist students in orientation and preparation for professional life. Becoming more self-conscious and discovering one's preferred ways of using the abilities and competencies one has acquired is a key factor for future success. What happens to us in professional life depends not just on how well we think and interact with others, but also on how we think and develop self- and others-representations. People think and behave in different ways. As a result,

misunderstandings can develop.

Understanding different styles of thinking, learning and behaviour can help us prevent these misunderstandings, and motivates us to actually come to a better understanding of each other and of ourselves.

All personal styles are not ideally suited to all jobs. If some occupations allow flexibility in styles and the expression of stylistic preferences, other ones tend to reinforce a dominant style. So high-potential or highly talented people are those people whose styles match their patterns of abilities and competencies. To succeed, people need to find compatibility and maintain coherence between how they think, how they behave, professional expectations and their preferred styles.

Main topics:

Cultural styles and forms of human intelligence

Orientations toward others

Personality styles

Professional values and interests

Labour markets orientation

Career beginning strategies

Building one's life project

Pedagogy:

Use of a broad set of pedagogical tools:

Tests

Self-diagnosis exercises

Case studies

Data survey

Written self-report

Performance evaluation:

Final self-report accuracy and breadth of analysis

Bibliography:

Pervin L., *The science of personality*, John Wiley and sons, 1996

MGTP31208

Travail, rôles et identité

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTP31209

Responsables du cours : M. DUBOULOY,
J. TAKAGI, A. BOURGUIGNON, professeurs
ESSEC

Descriptif du cours :

Travail, rôles et identité

Introduction :

Ce cours permet aux étudiants de comprendre comment s'articulent la vie professionnelle et familiale ainsi que d'identifier les représentations et les enjeux qui sous-tendent certains choix et comportements.

Il s'agit de repérer comment se construit progressivement l'identité professionnelle des individus.

Au terme de ce cours, les étudiants auront acquis les capacités suivantes :

- repérer les éléments théoriques leur permettant de mieux comprendre les enjeux professionnels
- analyser les composantes et la dynamique de l'identité professionnelle,
- repérer le processus et les enjeux de la prise de rôle.

Thèmes abordés :

Les thèmes évoqués concernent essentiellement :

- représentation et place du travail : vie professionnelle / vie « privée », valeurs personnelles / valeurs sociales ;
- les éléments, la dynamique et l'évolution de l'identité ;
- la relation identité / personnalité ;
- quel est mon héritage social, culturel, économique et affectif ?
- les trajectoires familiale, sociale et professionnelle ;
- les tensions et conflits entre les divers éléments de l'identité et les divers rôles sociaux, familiaux, professionnels ;
- les rites et la constitution des groupes.

Pédagogie :

La pédagogie prend appui à la fois sur l'expérience et la manière dont celle-ci est vécue par les étudiants.

Elle est constituée d'un va et vient entre :

- des ateliers de réflexion, des exercices, de mises en situations et jeu de rôles, des tests
- des exposés théoriques

Evaluation :

L'évaluation se fait sur la base de la participation (30%) et la réalisation d'un dossier sur une thématique particulière (70%, dossier remis 3 semaines après la fin du cours).

MGTP31209

Work, Roles and Identity

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTP31208

Course Coordinators: J. TAKAGI,
M. DUBOULOY, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Work, Roles and Identity

(This course will not be offered in 2009-10).

Introduction:

The course addresses issues related to the articulation between professional and private life and identifies the representations and potential consequences of actions and choices. It focuses on the construction of professional and personal identities.

Objectives:

By the end of the course, students will be able to identify theoretical elements which will help them to analyse the elements and dynamics of professional identity and understand the processes and consequences of role taking.

Topics covered:

The course covers the following themes

- Identity dynamics
- Identity-personality relations

- Individual heritage, trajectories
- Conflicts between identity and role
- Group rites

Teaching methods:

Lectures, reflective workshops, exercises, role playing and personality tests.

MGTP31210

Mise en scène du comportement

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTP31211

Responsable du cours : L. BIBARD, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Mise en scène du comportement

Introduction :

La scolarité des étudiants est telle qu'en eux, sensibilité et intelligence ne s'appellent pas spontanément l'une l'autre. Or, l'exercice du jugement et son énonciation demandent une synthèse réelle de ces deux facultés. Afin de préparer avec efficacité les étudiants à la vie en entreprise, il est important de compléter leur formation intellectuelle par un apprentissage de situations concrètes d'entreprise : relations de pouvoir, négociation commerciale, tenue de réunion, animations de groupes, etc.

Thèmes abordés :

Le département sciences humaines se propose de contribuer à ce complément, en proposant aux étudiants une sensibilisation aux techniques théâtrales, étayée d'une réflexion approfondie sur leur apport pour le comportement quotidien dans le milieu du travail.

Pédagogie :

Le cours est articulé autour de deux pôles : un pôle pratique d'exercice et de jeux de rôles, et un pôle théorique permettant aux étudiants de tirer profit sur le plan intellectuel comme sur le plan pratique d'un tel apprentissage.

Evaluation :

Outre une réflexion théorique intermédiaire, l'évaluation du cours s'appuie sur la rédaction d'un mémoire de réflexion sur l'enseignement suivi pendant le cours. Elle suppose donc un double travail d'exécution scénique et d'analyse théorique.

Il est à noter que ce cours n'est autorisé qu'aux étudiants n'ayant jamais suivi d'enseignement théâtral antérieur.

MGTP31211

Behaving in Public: a Training

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTP31210

Course Coordinator: L. BIBARD, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Teacher: Th. MONFRAY

Behaving in Public: a Training

Introduction:

Public speaking, be it one-on-one or to a larger audience, is a difficult exercise. It's a revealing process. People show themselves not only to others but first of all to themselves.

When people are confronted of others, a whole variety of things are called into question: the knowledge of the subject matter, skills and competencies, etc. In communicating, people listening ability, people relationship to the audience are in question. What appears simple and easy in a daily life can suddenly become problematic, and a source of tension. What words to choose? How to say them? What to do with my body? With my hands? Where to look? How can I feel myself as a source of meaning which is always first, silent and sometimes apparently nonsensical ?

A pianist can not succeed without practising his scales; a dancer can not dance without stretching at the bar : a public speaker needs to prepare, too. A

public speaker has to perform on stage, in front of an audience.

Teaching methods/Objectives:

A theatrical training, rigorously based, with its games and various exercises can help you find the harmony of emotion and intelligence, of body and thought, necessary to make you an effective public speaker.

MGTP31481

Team Building Seminar

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 9.00

Course Coordinator: J. TAKAGI,
professeur ESSEC

This course is taught in English

Course outline:

Team Building Seminar

Introduction:

This is a seminar course open to ESSEC students in their third year and above.

Teaching methods:

It involves participation in a one-day training session in June with the co-ordinator and a one-day training session at the end of September on group animation and team-building, followed by two days of experience in group animation/facilitation and logistics through team-building exercises with incoming MBA students. During the two days of group facilitation, you will each be in charge of animating a group of 15 students through a variety of team-building exercises.

Objectives:

You will not only acquire group animation skills and learn how to effectively create working teams, but also how to organize and run team-building sessions.

Grading pattern:

You will be asked to keep a log of your activities during the two days, and to use that to write-up a 15 page report on team-building and group behaviour based on your experience in the program and on pre-assigned readings. The report is to be handed in at the end of the autumn quarter.

MGTS31102

Stratégie et Management

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours fondamental

Total des heures : 25.00

Equivalent: MGTS31103

Responsable du cours : J. BARTHELEMY,
professeur ESSEC

Objectifs :

L'objectif de ce cours est de faire acquérir aux participants les notions fondamentales de stratégie mais aussi la logique comportementale et méthodologique propre à la Direction Générale d'une entreprise.

Thèmes abordés :

Modèle de base de la stratégie, formation de la stratégie, analyse concurrentielle, stratégies génériques, chaîne de valeur, approche par les ressources et les compétences, modèles de gestion de l'entreprise diversifiée

Méthodes pédagogiques :

Analyses de cas, présentations de concepts et « simulations » de décisions stratégiques.

Evaluation :

Participation aux discussions, études de cas ou rédaction de rapports analysant les stratégies des entreprises.

Bibliographie :

Johnson, Scholes et Whittington, *Stratégique*, édition française dirigée par F. Fréry, Pearson, Paris, 2008.

R.A. Thiétart et J.M. Xuereb, *Stratégies*, Dunod, Paris, 2009.

MGTS31103

Strategy and Management

Credit hours: 1.00

Course attribute : Core course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTS31102

Course Coordinator: A. KARAMANOS,
ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Strategy and Management

Objectives:

The objective of the course is twofold.

First, we will cover all the need-to-know topics, including: The nature of strategic management; Analysing industry and competition; Strategies for cost advantage and differentiation advantage; Strategy in times of change; Resources, capabilities and competitive advantage; Alliances; Diversification; Internationalisation; Strategy and the organisational context. Second, we will use case studies to learn how to link the above topics to the actual strategy making process. Cases deal with real life experiences and simulate situations where the student is the central actor confronting a strategic dilemma, faced with the task of providing an informed answer to important strategic questions. Students will learn to use the techniques of strategic analysis, as well as appreciate the range of their applicability and limitations. You will NOT learn best strategy. Rather, you will learn to structure your strategy making capability.

Topics:

- What is strategy and the strategy making process
- Business strategy: Analyse the external environment to determine profit potential
- 3 generic business strategies: Cost leadership, Differentiation, Focus
- Generic business strategies based on competences and Competitive strategy: Free-riding

- Business strategy based on competences and Competitive strategy: Substitution
- Business strategy based on alliances
- Strategy for high-tech industries based on establishing an industry standard
- Corporate strategy: The scope of the firm & diversification
- Corporate strategy: Going international

MGTS31260

Stratégie et managt internat.

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MGTS31261

Responsable du cours : A. SOM, professeur
ESSEC

Descriptif du cours :

Stratégie et management internationaux

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Introduction :

Le monde des entreprises modernes est en pleine transformation, l'ancien système a commencé à changer. Les frontières disparaissent car la rivalité des entreprises devient de plus en plus globale. La consolidation par le biais de fusions et d'acquisitions, les alliances stratégiques, les fournisseurs étrangers et les réseaux deviennent les règles du jeu, que ce soit dans le secteur de l'automobile, du ciment, des télécommunications ou de la banque. Une étude de la stratégie des multinationales (MNCs) souligne tout problème ou opportunité, dans les domaines de la finance, de la production, du marketing, de l'information, de la technologie et de la gestion des ressources humaines.

Ce cours s'appuie aussi bien sur l'environnement interne et externe, que sur la macro et micro économie de l'entreprise. En conséquence, il est aussi bien interdisciplinaire qu'intégrateur.

Thèmes abordés :

Voici quelques-uns des thèmes-clés traités dans ce cours :

- Globalisation et Internationalisation (Environnement et Stratégie).
- Direction et Organisation MNCs (Structure et systèmes).
- Direction au-delà des cultures (Culture).
- Direction Internationale des Ressources Humaines (Personnes).
- Stratégies de survie pour les entreprises locales et internationales (scénario des pays émergents).

Méthodologie :

L'approche choisie pour traiter ces questions sera managériale. Nous utiliserons une combinaison de théorie et de cas pratiques pour approfondir vos connaissances contextuelles, vos capacités d'analyse et vos qualités à débattre.

Pour être un dirigeant compétent dans un contexte international, vous devez être conscient de vos propres orientations, valeurs tout en apprenant à être à l'écoute des autres.

Cette méthodologie tentera de maximiser votre expérience d'apprentissage.

Evaluation :

Participation et assiduité : 25%

Analyse de cas effectuée en groupe : 50%

Epreuve individuelle : 25%

MGTS31261**Int'l Strategy & Management**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTS31260

Course Coordinator: A. SOM, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**International Strategy and Management****Introduction & Objectives:**

The world of the modern corporations is being transformed, the old order has started to change. World is becoming «borderless», as corporations are competing to be more and more global. Consolidation through mergers and acquisitions, strategic alliances, outsourcing and networks are becoming names of the game, be it the automobile, cement, telecom, retail, luxury or the banking industry. A study of the strategy of multinational corporations (MNCs) encompasses any problem or opportunity, in the areas of finance, production, marketing, information technology, and human resource management. This course draws from both the external and internal environment, and macro and micro economies of the firm. Hence it is both interdisciplinary and integrative.

Topics covered:

The course will deal with the following issues:

- Globalization and Internationalization (Environment & Strategy).
- Managing and Organizing MNCs (Structure and Systems).
- Managing Across Cultures (Culture).
- Managing International Human Resource (People).
- Survival Strategies for Local and Global Companies (Emerging Country Scenario).

Methodology:

The approach taken to deal with these queries will be managerially oriented. We will use a combination of theory and case studies to probe your contextual familiarity, analytical abilities and debating skills. To be an effective manager in an international context you have to be aware of your own orientations, your values while learning to listen sensitively to others. This methodology will attempt to maximize your learning experience.

Grading pattern:

Class participation and Attendance: 25%

Group Case Analysis: 50%

Individual Case Assignment: 25%

Bibliography:

- Bartlett, C.A., Ghoshal, S., Beamish, P. (2008)
Transnational Management: Text, Cases and Readings in Cross-Border Management, Irwin, Fifth Edition.
- Hodgetts, R. M, Luthans, F, Doh, J. (2007)
International Management: Culture, Strategy and Behaviour, Irwin-McGrawHill, Sixth Edition.

MGTS31263

Competitive Strategy

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Prerequisite : (MGTS31102 or MGTS31103)
Course Coordinator: O. FOURCADET, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:

Competitive strategy

Introduction:

This course focuses on the business level strategy, examining issues central to its long and short term competitive position.

Topic Covered:

The initial focus is on:

1. Industry analysis,
2. Value creation and appropriation,
3. Strategic games and tactics.

This course analyzes competitive interactions between industry players. It emphasizes a vision of strategy in which a competitor chooses its strategy taking into account the strategies of its opponents. This course provides managers with an analytical base, consistent principles, and robust insights useful to develop business strategies.

Teaching methods:

The course is divided into two parts:

1. Interactive lectures (4 + 1) including games and short exercises,
2. Case discussions. 5 cases.

The learning process can be summarized as: «Students learn by doing and do while learning». The course is both conceptual and practical as concepts are presented

and then applied, or identified from practice and the evaluated.

Grading pattern:

The final grade is made from:

- a. class participation,
- b. two group works (one presentation + one challenge),
- c. 3 one page papers,
- d. One short self

Bibliography:

- M.E. Porter
- Competitive strategy
 - Competitive Advantage
 - Thinking Strategically: The Competitive Edge in Business, Politics, and Everyday Life, by Avinash K. Dixit, Barry J. Nalebuff
 - Co-Opetition : A Revolution Mindset That Combines Competition and Cooperation : The Game Theory Strategy That's Changing the Game of Business, by Adam M. Brandenburger, Barry J. Nalebuff

MGTS31265

Alliances and Partnerships

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Prerequisite: (MGTS31102 or MGTS31103)
Course Coordinators: J. BARTHELEMY, C. DONADA, ESSEC professors
This course is taught in English

Course outline:

Alliances and partnerships

Objectives:

Alliances and partnerships between firms have increased dramatically in number and diversity during the last two decades. This course is designed to help students understand the benefits and limitations of collaboration by exploring a range of strategic contexts in which alliances have become commonplace. We also explore alliance processes including partner selection and negotiation, partnership management, and ecosystem management. Readings and course lectures present concepts and frameworks

that will structure the analysis and class discussion.

The course therefore has the following goals:

- Deepen your understanding of alliances as a means to achieve strategic goals
- Provide you with the frameworks, tools, and experiences needed to initiate and manage alliances effectively
- Broaden your knowledge of different industry sectors and how alliances are leveraged in them

Teaching method and evaluation:

The course builds on cases, readings, and lectures. Student contributions are also critical to a successful class. They include contribution to class discussion, case write-ups, and a final written project and presentation.

Bibliography:

- Doz, Y. L., & Hamel, G, 1998, *Alliance advantage*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Dyer, J., Kale, P. & Singh, H. 2004, "When to Ally and When to Acquire", *Harvard Business Review*.
- Bamford, J. & Ernst, D, 2002, "Managing an alliance portfolio", *McKinsey Quarterly*

MGTS31266

Stratégie industrielle

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MGTS31267

Responsable du cours : C. DONADA, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Stratégie industrielle

Par stratégie industrielle, on entend la manière dont l'entreprise conçoit les produits qu'elle offre sur le marché, définit les moyens d'acquisition et de transformation de ces produits et organise ses ressources. La stratégie industrielle repose donc sur des choix technologiques : technologie de produits et technologies de processus.

Dans ce cours sont analysées les stratégies industrielles d'entreprises telles qu'elles ont été développées au cours du 20e siècle en insistant plus particulièrement sur les stratégies actuelles.

Au cours de la première moitié du siècle, la stratégie industrielle de la Ford Motor Company avec son produit unique, son processus rigide et intégré et son organisation taylorienne diffèrent totalement des stratégies actuelles de prolifération de produits à faible durée de vie. Flexibilité et réactivité sont au même titre que qualité et productivité, les attributs des systèmes industriels d'aujourd'hui. Les technologies flexibles, les politiques de qualité totale, le juste à temps comme les nouvelles organisations contribuent à réconcilier des objectifs longtemps contradictoires, d'efficacité, de capacité d'adaptation et de qualité de vie au travail.

Thèmes abordés :

Dans ce cours, on étudiera successivement :

1. L'évolution historique des stratégies industrielles d'entreprise.
2. Les systèmes industriels.
3. Les décisions stratégiques de conception des produits et des processus industriels :
 - diversité de l'offre de produit ;
 - différenciation retardée des produits ;
 - focalisation, spécialisation, intégration et quasi-intégration ;
 - internationalisation des processus industriels.
4. Les politiques industrielles novatrices :
 - la gestion stratégique de la qualité ;
 - les technologies flexibles ;
 - la gestion stratégique du temps,
 - les organisations flexibles et les nouveaux systèmes de contrôle stratégique.

Evaluation :

Les étudiants doivent présenter des cas devant des professionnels.

MGTS31267

Industry & Strategy Practice

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MGTS31266

Course Coordinator: A. SOM, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Industry and Strategy Practice

(This course will not be offered in 2009-10).

"The art of management is to make good decisions in complex environments and with incomplete or inaccurate pieces of information"

Introduction & Objectives:

The objective of the course is to provide a methodology to structure and address complex strategic problems in a rigorous but time efficient manner. This class aims at teaching a generic problem solving methodology that can help participants structure the analysis of any complex business situation within the context of any industry. It will provide the participants a concrete example of a "classical" engagement performed in a leading management consulting firm, McKinsey, to provide a flair for "Strategy in Action". Beyond management consulting, this methodology can be helpful in most business decision processes, either when the problem is not clearly defined, or when there is no existing methodology to "answer the problem".

Topics covered:

The approach taken during this course is a partnership between ESSEC and a team of McKinsey consultants. Five sessions of the class will be based on a real, live (although disguised) client engagement that has been undertaken by McKinsey recently. Eight sessions will be based in ESSEC Cergy campus. Based on this live case the participants would be required to prepare a mid-term and an end-term

presentation which will take place within McKinsey's office in Paris (79 avenue des Champs Elysées) during which teams of participants would present recommendations of the live case to partners of McKinsey from the Paris office posing as clients.

Methodology:

A combination of theory providing the basic tools of analysis and case studies will be used. The course will provide the participants with contextual familiarity, analytical abilities and debating skills. It shall also provide with opportunities of Role plays to simulate typical client interactions, coaching sessions to help the participants structure the cases and live presentations in a simulated client environment. This methodology will attempt to maximize your learning experience.

Grading pattern:

Class participation and Attendance: 10%

Mid-Term Exam: 20%

Mid-Term Assignment Presentation: 25%

Final-Term Assignment Presentation: 35%

Bibliography:

McKinsey Documents and Industry Notes.

MGTS31268

Les fondements de la stratégie

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : O. FOURCADET, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : Ce cours est enseigné par le Général Paul Farbos. Il partagera avec vous son regard de théoricien de la stratégie, sa passion pour l'histoire, mais aussi son expérience de praticien.

Les fondements de la stratégie

Introduction :

L'objectif de ce cours est d'inviter à réfléchir sur la démarche stratégique de l'entreprise en s'inspirant de la stratégie militaire et de ses problématiques. La

stratégie militaire et son histoire plusieurs fois millénaire, ouvre des perspectives intéressantes pour la stratégie d'entreprise autant pour sa formulation, ses conditions de réalisation que pour son exécution.

Thèmes abordés :

- les principes historiques et les méthodes
- 4 exemples de stratégies différentes
- des références permanentes

Méthodologie :

Au-delà des dimensions stratégiques pures, le cours aborde également les questions du leadership, de la direction des hommes, de la technologie, etc. Plus qu'un simple exposé des grands concepts de la stratégie militaire du moment, le cours offre un regard sur l'évolution des paradigmes stratégiques militaires au travers d'une séquence historique fondée sur les grands faits militaires et les grands événements qui ont affecté le monde, passés ou récents.

Evaluation :

Outre des exposés sur des sujets ciblés en 20min par trinômes, un devoir de réflexion stratégique est demandé.

MGTS31271

Managing Intl Business in Asia

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: A. SOM, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Managing International Business in Asia

(Given on the ESSEC Campus in Singapore)

Introduction:

The rise of Asia (China and India) in the last decade has brought about a paradigm change in the ways that businesses and firms think about their current and future strategy. There are no firms today that can undermine or not to think of their global

strategy without thinking of a comprehensive China and India strategy. Forbes magazine's list of medium-sized fast-growing companies boasts far more Indian than Chinese companies, and international banks' ratings of many Indian firms as far better managed than other Asian companies, including several better-known firms from Japan.

In this race between Asia's developing nations, China's dragon is, being compared to India's elephant. But India's level of foreign direct investment is still a fraction of China's while India but recently grabbed just as much attention, prompted largely by the number of jobs transferred to it from the West. China has successfully leveraged its governmental structure to attract the foreign companies fuelling its manufacturing boom while India's indigenous entrepreneurship is thriving in a way that cannot be ignored. China's rise has been because of the support of the bureaucracy and the government, rising through the ranks of the party has been based, since 1978, on how much one contributes to the local GDP. India's rise has been despite of its government support in key areas like infrastructure and it has bred home grown entrepreneurial ventures in «knowledge» industries like software, pharmaceuticals and biotechnology, advertising, and even the film industry. The dragon and the elephant make for a fascinating comparison because of the variation it creates.

Objectives:

The goal of this course, given the Asian business environment, makes participants aware of Asian (Chinese, Indian and Japanese) management styles, decision-making processes, managerial opportunities, challenges and dilemmas that Asian complexities create. The course seeks to address this need by providing an insight into the international business models and operations in the region. It tries to understand - How does multinational

enterprises conduct business in this geographically vast, rapidly fluctuating, and tempting environment? In addition to providing an understanding of the important general issues that face business managers in the region, this course also provides students with specific and practical knowledge about how business is conducted in the region, and how western companies operate in this environment. Against this background, the course aims to provide the student with: classroom introductions to and comparisons of the distinctive characteristics of Indian, Chinese and Japanese businesses. Thus the course objectives include:

- Provide a sound foundation of business practices within Asia (India, China, Japan) from both country specific and a comparative perspective.
- Will enable the participants to gauge and adopt to the rapidly changing economic, political, socio-cultural and technological environment that are affecting the operations and characteristics of firms in these markets.
- Appreciate the relationship challenges, opportunities and dilemmas of doing business in Asia, specifically in India, China, Japan.
- Delineate and discern the managerial characteristics, strategic orientation and performance of firms of various national origins from the nations of India, China and Japan.
- Lessons that emerging economies such as India and China can learn from the West and what western nations can learn from Asia.

Topics covered:

- Session 1: Introduction: India, China and Japan
- Session 2: What are emerging markets?
- Session 3: On the Move: Entering and Managing Business in India
- Session 4: Changing Business Models in India

- Session 5: Entering and Managing Business in China
- Session 6: Managing People and Success in China
- Session 7: Managing Business in Japan
- Session 8: Japanese Management Practices
- Session 9: Comparing India, China vis-à-vis Japan
- Session 10: Feedback, Discussion on Take-Home Case

Methodology:

The approach taken to deal with these queries will be managerially-oriented. We will use a combination of theory and case studies to build on and probe your contextual familiarity, analytical abilities and debating skills. To be an effective manager in an international and particularly in the Asian context you have to be aware of your own orientations, your values while learning to listen sensitively to others. This methodology will attempt to maximize your learning experience. In-class discussions and exchanges will be a critical part of the course. Maximum benefit (both learning-wise and grade-wise) can only be assured by your attending class prepared, the quality of your presentations, ready to listen to and debate with your class members.

Grading pattern:

Class Participation and Attendance: 25%
 Group Case Analysis: 50%
 Individual Case Assignment: 25%

MGTS31273

Business Environnement in Asia

Credit hours: 1.00
 Course attribute: Management course
 Contact hours: 25.00
 Course Coordinator: A. SOM, ESSEC
 Professor
This course is taught in English

Course outline:

Business Environment in Asia
(This course will not be offered in 2009-10).

Introduction & Objectives:

Business Environment in Asia will explore some of the political, economic and cultural realities and complexities of doing business in Asia. The course will specifically focus on three countries of China, India, and Japan. China and India being the two of the world's fastest growing developing economies and important strategic partners for many Global 500 corporations. Whereas the Japanese economy is still massive despite prolonged economic stagnation. This course will explore why the post-WW2 «miracle» and late-1980s «bubble», the Asian crisis of 1997 and the economic crisis on 2008. At the end of this course students should understand the main trends in the economic development and the economic structures of some key countries of Asia (India, China and Japan), appreciate the main characteristics of the business environment, including business institutions, practices, and the social and political background; be able to discuss the implications of the environment for doing business in Asia, be able to critically examine the South-East Asian business environment especially in terms of the relationships between business cultures, social and political systems and cultural traditions.

The course objectives include:

- Comprehensive overview of Asia from a macro perspective.
- Survey the rapidly evolving business opportunities Asia has to offer.
- Understanding key success factors for running successful Asia operations
- Address the lessons that developing economies have learned from the experience of the Asian Crisis
- Lessons on what Asia can learn from Europe and the US, what Europe and the US can learn from Asia, how competitive threat could be turned into constructive partnership between these regions.

Methodology:

The course provides an opportunity to focus on the immediate relevance of the issues discussed in class. The class is therefore

designed to provide for plenty of discussion, interaction, and feedback. The more your willingness to take some risks in sharing examples, insights, confusion and questions, the more successful we will be in making the concepts immediately useful. Please come ready to share your thoughts on the readings. In addition to formal lectures we will use group discussion, presentations and cases to reinforce the coursework.

Topics covered:

The course will address 8 topics key to understanding the Asian economy. Topics emphasizing the growing importance of intangible assets as opposed to traditional assets such as property, plant and equipment will explore critical questions about sources of market advantage in a global economy that is increasingly being shaped by Asian competitors.

- Session 1: Culture, Politics, Demography & Value Systems I
- Session 2: Culture, Politics, Demography & Value Systems II
- Session 3: Financial System
- Session 4: Institutions and Institutional Capital
- Session 5: Human Resources and Social Capital
- Session 6: Technology and Knowledge: Research and Development Environment
- Session 7: Japan: Why has its recovery been slow? And its place in Emerging Asia
- Session 8: Financial Crisis in Asia and Governance
- Session 9: Asia as a Competitive Threat to EU/US
- Session 10: Feedback, General and End-Term Assignment Discussion

Grading pattern:

- Class Participation: 20%
- Group Presentation (in each session one group presents their analysis of the assigned case): 20%
- Country Presentation: 20%
- 1 Individual Research Assignment (end term): 40%

MGTS31401

Agri-food Sustainable Dvt

Credit hours: 1.00

Course attribute: Cours de gestion

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: O. FOURCADET,
professeur ESSEC

This course is taught in English

Course Outline:

Agri-food Sustainable Development

Partners: companies and organizations, according to the topics covered during a session

Introduction:

The world is changing! New issues are emerging. How can agri-food companies build a leadership position in a changing world?

Objectives:

The main objective of the course is to provide participants with a good understanding of the current and future challenges agri-food companies face nowadays. Participants will learn how to design company policy and operational plan to successfully build leadership.

Topics covered:

The course focuses on human development issues, on one side, such as health (e.g., obesity epidemics) and sustainability, acceptance of new technologies, corporate social responsibility, cause related marketing, institutional environment (WTO, FAO), building efficiencies in the chain, crisis management, etc.

Teaching methods:

The course provides concepts illustrated with practical applications, simulations and cases studies.

Grading pattern:

The final grade is made from: a) class participation; b) a group term paper, usually a position paper on a selected issue.

MGTS31404

Pratique du mangt. stratégique

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Prérequis : (MGTS31102 or MGTS31103)

Responsable du cours : C. DONADA,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : professeurs ESSEC et consultants des plus grands cabinets de conseil en stratégie.

Pratique du management stratégique

Ce cours repose sur la reproduction d'une ou plusieurs missions de conseil en direction générale.

Ce cours demande un travail très important pendant et entre les séances. Parce qu'il nécessite une connaissance approfondie des différents domaines de la gestion des entreprises, ce cours s'adresse surtout aux étudiants de troisième année souhaitant s'orienter vers le conseil à l'issue de leur scolarité.

Objectifs :

Ce cours forme les étudiants aux techniques des analyses stratégiques mises en œuvre par les consultants. Les étudiants devront

- définir les problèmes des cas et missions sur lesquels ils vont travailler,
- réaliser toutes les analyses nécessaires (analyses marketing, financières et stratégiques), identifier les options stratégiques possibles pour l'entreprise,
- évaluer les conditions de mise en œuvre
- déterminer les impacts financiers et organisationnels de ces options
- proposer et défendre des recommandations

Pédagogie :

Tous les travaux sont réalisés par équipe. Les étudiants doivent présenter leur travail devant un jury de consultants

La participation des cabinets diffère selon les trimestres. Les cabinets impliqués ces dernières années étaient : Advancy,

ATKearney, Bain & Co, BCG, BoozAH,
McKinsey, Roland Berger.

Les enseignants apportent les
compléments méthodologiques
indispensables à la réalisation d'une
mission.

Evaluation :

Les étudiants travaillent en équipe sur
des cas pratiques extraits de missions de
conseil en direction générale. Selon les
trimestres et selon les cabinets impliqués
dans le cours, les étudiants doivent
présenter leur travail directement dans
les locaux des cabinets ou à l'ESSEC.

Section 9. Management des Opérations

Professeur responsable : Fouad EL OUARDIGHI

Secrétariat : Emeline LECHAT

Avec la mondialisation des échanges et de la production, le raccourcissement du cycle de vie des produits et la course à l'innovation et de manière plus générale la complexification de l'économie, le management des opérations devient une préoccupation essentielle de l'entreprise. De fait, le management des opérations prend en charge, tant sur le plan stratégique qu'opérationnel, tout ou partie de la conception des produits ou des processus, de la production, de la disponibilité et de la qualité des produits, des achats et des approvisionnements, du soutien après-vente, du recyclage, etc. Il contribue ainsi à l'optimisation de la performance de l'entreprise en matière de coût, de service et de création de valeur. La production correspond à un volet essentiel du management des opérations. Elle recouvre à la fois les activités industrielles et les activités de service. Soumise à d'importantes pressions concurrentielles, l'entreprise vise à développer des systèmes de transformation plus performants grâce auxquels elle renforce sa compétitivité. La différenciation retardée, la production de masse, la production personnalisée figurent parmi les dispositifs susceptibles d'être adoptés. Dans tous les cas, la conception d'un système de production requiert une segmentation des marchés et une définition du portefeuille de produits et doit pouvoir s'appuyer sur une organisation d'achat et un réseau d'approvisionnement efficaces.

La logistique constitue un autre volet du management des opérations. Elle conçoit et organise les réseaux à travers lesquels les flux de produits et d'information circulent dans l'entreprise et prend en charge leur gestion quotidienne. D'une façon générale, elle est compétente pour traiter les problèmes de service au client à moindre coût dans l'entreprise.

Au prolongement de la fonction logistique, le Supply Chain Management s'est imposé aux entreprises comme un dispositif stratégique de coordination globale associant l'ensemble des acteurs de la chaîne d'approvisionnement. De fait, le Supply Chain Management a vocation à construire une démarche collective entre des acteurs poursuivant des objectifs différents, afin de maximiser la performance globale de la chaîne d'approvisionnement dans le respect des règles contractuelles de partage des revenus. A l'échelle d'un réseau, le Supply Chain Management contribue à coordonner les stratégies transversales des entreprises et devient ainsi un élément-clef de leur compétitivité.

Le management des opérations s'étend à l'innovation. Dans tous les secteurs d'activité économique, celle-ci est au cœur des stratégies de croissance des entreprises. Sa mise en œuvre nécessite souvent un accès direct à des ressources technologiques, soit dans le cadre d'un développement interne, soit à travers des collaborations externes avec des fournisseurs. Le management de l'innovation contribue à la transformation des modes de développement des produits ainsi que ceux de leur production et de leur consommation. En ce sens, il englobe des compétences multiples et nécessite un effort de coordination soumis à des contraintes temporelles.

Pour l'année 2009/2010, les étudiants intéressés peuvent, le cas échéant, choisir de suivre la filière spécialisée en Management des Opérations.

PLANNING DES COURS			T1	T2	T3
MANAGEMENT DES OPERATIONS			Nbre de sections		
(e)	MOP031211	Revenue Management (LPS031261)		1	1
	MOP031212	Logistique & Supply Chain Mngt (LPS031250)	1		
(x)	MOP031320	Gestion de la qualité (LPS031230)			
ou	(e)(x)	MOP031321	Management & Quality Control (LPS031237)		
	(e)	MOP031323	Risk Management in Operations (LPS031235)		1
		MOPP31100	Management logistique & SCM (LPSP31135)	1	
	(x)	MOPP31102	Gestion des opérations indust. (LPSP31136)		
ou	(e)	MOPP31103	Operations Management (LPSP31137)	1	
	(e)(x)	MOPP31105	Management of Int'l Operations (LPSP31247)		
	(x)	MOPP31230	Management des achats & appro. (LPSP31338)		
ou	(e)	MOPP31231	Purchasing & Procurement Mngt (LPSP31339)	1	1
		MOPP31232	Gestion de projet (LPSP31240)	1	
	(x)	MOPP31234	Gestion de la technologie (LPSP31242)		
ou	(e)(x)	MOPP31235	New Product Devpt & Tech Mngt (LPSP31243)		

Les codes entre parenthèses indiquent l'ancienne codification

(e) *This course is taught in English*

(x) *Non proposé cette année*

Ce planning, établi avec toutes les informations connues au moment de l'impression, est donné sous réserve de changement.

MOP031211

Revenue Management

Credit hours: 1.00

Course attribute: Cours de gestion

Contact hours: 25.00

Equivalent: LPS031261

Course Coordinator: F. OLIVEIRA, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Revenue Management

In today's dynamic markets, the key challenge is to sell the right product to the right customer at the right price and at the right time. RM manages quantities and prices to extract the maximum value from demand and supply imbalances. The value proposition behind RM (and this course) lies beyond the base concepts of capacity management and differential pricing.

The course objective is to convey to future business leaders innovative ways to boost the bottom-line. The course will explore how firms can improve the operational management of the demand for their products (goods or services) to more effectively align it with their supply. The topical matters are capacity management and pricing, but from a non-traditional perspective. This combines operations management, marketing and economics. Key features that differentiate this course from standard pricing courses are:

- Focus on capacity management
- Emphasis on multi-pricing, across products, markets, segments, channels, and time
- Specific attention to managing demand risk within the firm's operating constraints
- Tactical approach that integrates pricing with sales and product design decisions

Bibliography:

Phillips, R.L., *Pricing and Revenue Optimization*, Stanford University press, 2005.

Talluri, K.T. & Van Ryzin, G., *The Theory and Practice of Revenue Management*, Kluwer Academic Publishers, 2004.

Yeoman, J. & Mc Mahon-Beattie, U., *Revenue Management and Pricing*, Thomson, 2004.

Simchi-levi, D., Wu, D., & Shen, Z., *Handbook of Quantitative Supply Chain Analysis: modelling in the e-business era*, Kluwer, 1998.

MOP031212

Logistique & Supply Chain Mngt

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : LPS031250

Responsable du cours : F. EL OUARDIGHI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Logistique et Supply Chain Management

Introduction et objectifs :

De manière générale, l'excellence logistique passe par la maîtrise des interfaces internes de l'entreprise. Le Supply Chain Management, pour sa part, doit pouvoir s'appuyer sur une maîtrise des interfaces externes de l'entreprise. Ce cours vise l'acquisition d'outils opérationnels permettant de répondre à cette double préoccupation.

Ce cours a un double objectif, à savoir :

- assimiler le processus d'analyse des problématiques associées aux fonctions logistique et supply chain,
- maîtriser les outils quantitatifs de la logistique et du Supply Chain Management.

Pédagogie :

La vocation de ce cours est essentiellement applicative.

L'assimilation du processus d'analyse des problématiques associées aux fonctions logistique et Supply Chain Management s'appuiera sur l'utilisation d'un jeu multimédia. La mise en œuvre des outils quantitatifs de management logistique et Supply Chain, quant à elle, sera illustrée à l'aide d'exercices sur tableur. De plus, des

exposés seront consacrés à la présentation de la stratégie et des organisations logistique et Supply Chain de grandes entreprises du secteur industriel et/ou de la distribution.

Bibliographie :

- Simchi-Levy, D., Kaminsky, P. & Simchi-Levy, E., *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies*, McGraw-Hill, 2008.
- Kogan, K. & Tapiero, C.S., *Supply Chain Games: Operations Management and Risk Valuation*, Springer, 2007.
- Kim, B., *Supply Chain Management*, Wiley, 2005.
- Christopher, M.G., *Logistics and Supply Chain Management*, Pitman Publishing, 2005 (3rd edition).
- Chopra, S. & Meindl, P., *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operations*, Pearson, 2004 (2nd edition).

MOP031320

Gestion de la qualité

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : LPS031230, LPS031237, MOP031321
Responsable du cours : F. EL OUARDIGHI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Gestion de la qualité

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10). Identifier les différentes dimensions de la qualité et les enjeux associés, évaluer le coût de la qualité, formuler une stratégie de qualité, organiser le management opérationnel de la qualité, mettre en œuvre les outils statistiques de contrôle de la qualité et de prévention de la non-qualité, analyser la qualité de service, etc. Telles sont les principales préoccupations auxquelles sont confrontées les entreprises dans le domaine de la gestion de la qualité. Ce cours vise à favoriser l'apprentissage des concepts et méthodes permettant de répondre à ces préoccupations. Ce cours a un double objectif, à savoir :

- aborder les concepts modernes de gestion de la qualité,
- développer les méthodes opérationnelles de maîtrise statistique de la qualité.

Ce cours a une vocation essentiellement applicative. Les concepts et outils quantitatifs présentés seront systématiquement illustrés à l'aide d'études de cas traités en groupe et d'exercices. En outre, des exposés synthétiques feront périodiquement le point sur des questions de qualité mises en lumière par l'actualité récente.

Bibliographie :

- Dale, B.G., *Managing Quality*, Blackwell Publishing, 2003.
- Evans, J.R. & Dean, J.W., *Total Quality*, Thomson South Western, 2003.
- Eckes, G., *Objectif Six Sigma*, Village Mondial, 2001.
- Mitra, A., *Fundamentals of Quality Control and Improvement*, Mc Millan, 1998 (2nd edition).
- Tapiero, C.S., *The Management of Quality and its Control*, Chapman and Hall, 1996.

MOP031321

Management & Quality Control

Credit hours: 1.00
Course attribute: Cours de gestion
Contact hours: 25.00
Equivalent : LPS031230, LPS031237, MOP031320
Course Coordinator: F. EL OUARDIGHI, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:

Management of Quality and its Control

(This course will not be offered in 2009-10) This course seeks to present various facets of the management of quality and its control and ISO 9000-9004 certifications. First, we define various notions of quality. Subsequently principles of integrated and TQM are presented through a lateral-cross section managerial approach. The tools of TQM, including Pareto Charts, Fishbone

diagrams; Quality Assurance and SQC are also studied. Finally, a strategic approach to the management of quality is developed.

Bibliography:

- Tapiero, C.S., *Management of Quality and its Control*, Chapman & Hall, 1996.
Daudin, J.J. & Tapiero C.S., *Les Outils et les Contrôles de la Qualité*, Economica, 1996.
AFCERQ, *Le Guide de la Qualité*, Editions d'Organisation, 1988.
Deming, E.W., *Qualité, la Révolution du Management*, Economica, 1988.
Crosby, P.B., *La Qualité c'est Gratuit*, Economica, 1986.
Juran, J.M., *Gestion de la Qualité*, AFNOR, 1983.

MOP031323

Risk Management in Operations

Credit hours: 1.00
Course attribute: Cours de gestion
Contact hours: 25.00
Equivalent: LPS031234, LPS031235
Course Coordinator: F. OLIVEIRA, ESSEC professor
This course is taught in English

Course Outline:

Risk Management in Operations

The management of risks, prevention and the design of operational systems are studied through a number of cases and the applications of analytical tools. In particular, reliability, security, maintenance, spare parts management and industrial logistics are presented as basic tools of logistical and production management. The approach of this course is to establish a risk management approach to operational problems.

Bibliography:

- Tapiero, C. S., *Notes de cours*, 2005.
Tapiero, C. S., *Risk Management: An Interdisciplinary Framework*, Actuarial Science Encyclopedia, Wiley, 2004.
Sutton, I. S., *Process Reliability and Risk Management*, Chapman & Hall, 1992.

MOPP31100

Management logistique & SCM

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent: LPSP31135
Responsable du cours : P.P. DORNIER, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Management logistique de l'entreprise & SCM

La logistique et le Supply Chain Management (SCM) sont abordés comme des outils de management contribuant à accroître la compétitivité de l'entreprise grâce à la maîtrise des flux de produits et matières. Cet enseignement permet d'étudier l'interdépendance existante entre les fonctions commerciale, de production, et d'approvisionnement sous l'angle de la circulation physique. Il permet également d'envisager les démarches collaboratives entre les acteurs d'un même secteur en matière de gestion des opérations. Une double vocation guide l'activité de ce cours : l'apprentissage de la conduite des opérations logistiques et associées au Supply Chain Management, et la maîtrise des schémas conceptuels permettant de formuler une stratégie logistique et Supply Chain Management. Ce cours apporte une série de «clés» qui permettent l'analyse des systèmes supply chains et l'orientation des efforts de rationalisation et d'intégration des fonctions. Aussi, l'étude de cas réels, la synthèse d'expériences professionnelles et la prise en charge d'une direction logistique dans le cadre d'une simulation occupent des positions privilégiées dans cet enseignement.

Bibliographie :

- Dornier, P.P. & Fender, M., *La Logistique Globale et le Supply Chain Management*, Editions d'Organisation, 2^{me} édition, 2007.
Chopra, S. & Meindl, P., *Supply Chain Management*, Prentice Hall, 2nd Edition, 2003.

Cohen, S. & Roussel, J., *Avantage Supply Chain*, Editions d'organisation, 2005.
 Frazelle E., *Supply Chain Strategy*, McGraw-Hill, 2002.
 Hugos M., *Essential of Supply Chain Management*, John Wiley, 2003.
 Pimor, Y., *La Logistique*, Dunod, 2005.
 Ritzman, L. & Krajewski, L., *Management des Opérations*, Pearson, 2004.
 Roumis, S. & Thomas, G., *Afilog, En Toute Logistique*, Editions Jacob-Duvernet, 2004.
 Slack, N., Chambers, S. & Johnston, R., *Operations Management*, Prentice Hall, 2004.
 Vallin, P., *La Logistique*, Economica, 2006.

MOPP31102

Gestion des opérations indust.

Nombre d'UV : 1.00
 Type de cours : Cours de gestion
 Total des heures : 25.00
 Equivalent: LPSP31136, LPSP31137, MOPP31103
 Responsable du cours : F. EL OUARDIGHI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Gestion des opérations industrielles

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Les processus opérationnels de production peuvent être définis comme les systèmes conduisant à transformer une «entrée» (matière première, client demandant un service, etc.) en une «sortie» (produit manufacturé, client satisfait d'un service rendu, etc.). Ce cours a pour objet d'expliquer les concepts, outils et techniques essentiels permettant de concevoir et de gérer les processus opérationnels en milieu industriel. Les méthodes MRP et KANBAN sont décrites à partir d'une approche intégrée de la gestion de production en termes de «planification-ordonnancement - contrôle».

L'étude de cas de mise en place de système de «gestion de production assistée par ordinateur» et de système de «production flexible» occupe une position privilégiée dans cet enseignement. Une

simulation de mise en place d'un système juste-à-temps est proposée aux étudiants.

Bibliographie :

Hanna, M.D. & Newman, W.R., *Integrated Operations Management*, Prentice Hall, 2001.
 Hayes, R., Wheelwright, S. & Clark, K., *Dynamic Manufacturing*, Free Press, 1998.
 Tarondeau, J.C., *Stratégie Industrielle*, Vuibert, 1993.
 Beranger, P., *Les Nouvelles Règles de la Production*, Dunod, 1987.
 Shingo, S., *Maîtrise de la Production et Méthode KANBAN*, Editions d'Organisation, 1983.

MOPP31103

Operations Management

Credit hours: 1.00
 Course attribute: Cours de gestion
 Contact hours: 25.00
 Equivalent: LPSP31136, LPSP31137, MOPP31102
 Course Coordinator: S. TEYARACHAKUL, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:

Operations Management

This course explains the role of operations management (OM) in business.

It aims to:

- Describe the type of decisions made in OM,
- Explain the role of an operation strategy,
- Describe how an operation strategy is developed and implemented,
- Identify competitive priorities,
- Evaluate different OM policies,
- Describe problem-solving tools,
- Solve OM problems.

Bibliography:

Reid, D.R. & Sanders, N.R., *Operations Management*, John Wiley & Sons, 2002.
 Hanna, M.D. & Newman W.R., *Integrated Operations Management*, Prentice Hall, 2001.

MOPP31105

Management of Int'l Operations

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent : LPSP31247

Course Coordinator: F. EL OUARDIGHI,
ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Management of International Operations

(This course will not be offered in 2009-10)
Globalisation is forcing companies to take a global view in their competitive analysis, even if no foreign company is present in their country yet. This course focuses on the impact of globalisation on logistics and operations. Logistics and operations, previously treated as short term and merely functional, are now elevated to strategic level.

Bibliography:

Hayes, R.H., Pisano, G.P., Upton, D.M. & Wheelwright, S.C., *Operations, Strategy and Technology*, John Wiley & Sons, 2005.
Dornier, P.P., Ernst, R., Fender, M. & Kouvelis, P., *Global Operations and Logistics*, John Wiley & Sons, 1998.

MOPP31230

Management des achats & appro.

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: LPSP31338, LPSP31339,
MOPP31231

Responsable du cours : P. POURCHET,
directeur académique du MS GAI

Descriptif du cours :

Management des achats et des approvisionnements

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).
Les achats et les approvisionnements font l'objet d'un intérêt central de la part des directions générales et acquièrent une

place toujours plus significative dans les stratégies des entreprises.

Les achats constituent en effet un gisement de réduction des coûts privilégié à mesure que leur part s'accroît (cette part s'élève à plus de 50% du prix de vente pour les produits manufacturés) et que le potentiel de réduction des coûts internes s'amenuise. Mais principalement, dans la perspective de l'entreprise réseau intimement connectée à ses partenaires pour tenter de satisfaire mieux et plus rapidement les exigences des clients, les achats assument un rôle critique en tant qu'interface principale avec l'ensemble des fournisseurs.

Le cours a pour objectif de faire connaître aux participants les principales étapes du processus d'approvisionnement — définition des besoins, sélection des fournisseurs, établissement du prix et des conditions d'achat, passation des commandes, réception et paiement — les problèmes qu'elles posent ainsi que les outils de management et de support à la prise de décision dont dispose l'acheteur. Une grande place sera accordée aux pratiques d'achat et d'approvisionnement les plus innovatrices, celles qui correspondent aux exigences d'une production flexible et réactive : participation de l'acheteur à la conception des produits, «commodity teams», création de relations de partenaires fournisseurs, approvisionnement en juste à temps, coordination/intégration des processus administratifs, logistiques ou productifs des fournisseurs.

Le cours se conclura sur l'organisation des achats au sein de l'entreprise et tentera de décrire les caractéristiques émergentes de la fonction «Achat et approvisionnement» : structure, degré de centralisation, niveau de reporting et liens avec les autres fonctions.

Bibliographie :

Saunders, M., *Strategic Purchasing and Supply Chain Management*, Pitman Publishing, 1997 (2nd edition).

Bruel, O., *Politique d'Achat et Gestion des Approvisionnements*, Dunod, 1996 (2ème édition).

Leenders, M.R., *Purchasing and Supply Management*, Richard D. Erwin, 1996 (11th edition).

MOPP31231**Purchasing & Procurement Mngt**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Cours de gestion

Contact hours: 25.00

Equivalent: LPSP31338, LPSP31339, MOPP31230

Course Coordinator: S. TEYARACHAKUL, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**Purchasing and Procurement Management**

Purchasing and procurement generally represent more than 50% of the sales price of an item. In this sense, any reduction of the purchasing and procurement costs can have a strong impact on the profitability of a firm.

The purchasing function has a central role as an interface between the final demand and the suppliers. This course describes the main steps of the purchasing process, as well as the problems related and the management tools that can be used by purchasers.

Bibliography:

Saunders, M., *Strategic Purchasing and Supply Chain Management*, Pitman Publishing, 1997 (2nd edition).

Leenders, M.R., *Purchasing and Supply Management*, Richard D. Erwin, 1996 (11th edition).

MOPP31232**Gestion de projet**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : LPSP31240

Responsable du cours : F. EL OUARDIGHI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Gestion de projet**

Analyser et représenter le déroulement d'un projet, planifier la réalisation d'un projet en fonction du nivellement des ressources et du caractère incertain de la durée des opérations, arbitrer entre les délais et les coûts de réalisation, évaluer la rentabilité d'un projet, mener un contrôle des coûts et des délais en temps réel, identifier et gérer les enjeux associés à la réalisation d'un projet, organiser et manager l'équipe en charge d'un projet, instituer et développer la gestion par projets dans l'entreprise. Telles sont les principales préoccupations d'un chef de projet. Ce cours vise à favoriser l'apprentissage des concepts et méthodes permettant de répondre à ces préoccupations.

Ce cours a un double objectif, à savoir :

- maîtriser les outils quantitatifs de planification et de contrôle de suivi des projets,
- mesurer l'importance du rôle du facteur humain dans la mise en œuvre des projets.

La vocation de ce cours est essentiellement transversale et applicative. Les concepts et méthodes utiles à la gestion de projets seront illustrés à l'aide d'exercices sur Excel et d'études de cas. De plus, des exposés seront consacrés à la présentation de projets connus du grand public.

Bibliographie :

Maylor, H., *Project Management*, Prentice Hall, 2003 (3rd edition).

Garel, G., *Le Management de Projet*, La Découverte, 2003.

Ragsdale, C.T., *Spreadsheet Modelling and Decision Analysis*, South, Western College Pub., 2001 (2nd edition).

Houdayer, R., *Evaluation Financière des Projets : Ingénierie de Projets et Décision d'Investissement*, Economica, 1999.

Marciniak, R., *Management de Projet : Méthodes et Outils*, Weka, 1999.

Picq, T., *Manager une Equipe Projet*, Dunod, 1999.

MOPP31234

Gestion de la technologie

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: LPSP31242, LPSP31243, MOPP31235

Responsable du cours : F. EL OUARDIGHI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Gestion de la technologie et innovation industrielle

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

La technologie, la compétitivité internationale et les besoins de plus en plus variés des consommateurs mènent à une transformation des modes de développement de produits ainsi que ceux de leur production. Les entreprises industrielles doivent significativement réduire les délais de mise sur le marché des nouveaux produits et piloter des équipes mêlant Marketing, Production et Recherche capables de traiter les problèmes de développement très en amont.

Enfin, elles travaillent à tirer le meilleur parti possible des collaborations extérieures avec fournisseurs, clients ou prestataires lors des développements technologiques, développements gérés stratégiquement dans le cadre de portefeuilles équilibrés d'investissement à plus ou moins long terme.

Bibliographie :

Ulrich, K. & Eppinger, S., *Product Design and Development*, McGraw Hill, 2003 (3rd edition).

Clark, K. & Wheelwright, S., *Managing New Product and Process Development*, Free Press, 1993.

Roussel, P., Saad, K. & Erickson, T., *Third Generation R&D*, Harvard Business School Press, 1991.

MOPP31235

New Product Devpt & Tech Mngt

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: LPSP31242, LPSP31243, MOPP31234

Course Coordinator: F. EL OUARDIGHI, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

New Product Development and Technology Management

(This course will not be offered in 2009-10)

This course has two major building blocks: managing new product development from an interdisciplinary perspective, and managing technology and innovation. At some point in your managerial career, you will need to deal with issues related to product/service development. This course will help you to effectively integrate strategy, marketing, design, and manufacturing decisions. Yet one can not fully comprehend how to manage new product development without a deep understanding of innovation processes in a global context. Therefore in this course we also provide an analysis of some critical issues in managing innovation.

Bibliography:

Ulrich, K. & Eppinger, S., *Product Design and Development*, McGraw Hill, 2003 (3rd edition).

Christensen, C., *The Innovator's Dilemma*, Harper Business Publishers, New York, 1997.

Section 10. Marketing

Professeur responsable : Thierry LARDINOIT

Secrétariat : Nathalie SOURMAIL, Christelle DUBAILLE

Le département Marketing a pour vocation de donner aux étudiants de l'ESSEC désireux de se concentrer sur cette discipline une formation de généralistes en marketing. A cette fin, tous doivent acquérir les concepts de base et la logique d'analyse spécifique à la fonction marketing à travers les enseignements des cours de marketing obligatoires MKGM21020 (*en période initiale*) ou MKGM31080 ou MKGM31081 (*pour les étudiants admis directement en MBA*).

En MBA, TOUS les étudiants auront l'obligation de valider le cours de Marketing Management (MKGM31128 ou MKGM31129).

Les étudiants désireux d'approfondir un cursus marketing devront, au préalable, réussir les cours suivants : Comportement du consommateur (MKGC31125) ou Consumer Behavior (MKGC31126), Chef de produit (MKGM31217) ou Product Management (MKGM31218), Etudes en marketing (MKGC31112) ou Marketing Research (MKGC31113).

Ces cours sont essentiels pour bâtir un socle de connaissances fondamental en marketing. Au-delà de ces cours incontournables, chaque étudiant pourra parfaire son cursus marketing en fonction de son « profil » (« opérationnel » ou « recherche ») et du type de carrière qu'il envisage. Le schéma ci-après suggère quelques cours possibles. Il est vivement conseillé aux étudiants de conclure leur scolarité par l'un des cours suivants : Jeu Intopia (MKGJ31313), Politique de marketing (MKGM31354), Management des produits de grande consommation (MKGM31355), Stratégie internationale et politique de marques (MKGM31356), Marketing stratégique (MKGM31321).

			PLANNING DES COURS		
			T1	T2	T3
MARKETING			Nbre de sections		
(e)(fi) *	MKGA31139	Services Marketing & Mngt (=MGTA31139)		2	
*	MKGC31112	Etudes en marketing	1	1	1
ou (e) *	MKGC31113	Marketing Research	1	1	1
*	MKGC31125	Comportement du consommateur	1	1	1
ou (e) *	MKGC31126	Consumer Behavior	1	2	1
(e)	MKGC31260	Product Policy	1	1	1
	MKGC31442	Sémiotique et communication		1	
ou (e)	MKGC31443	Semiotics and Communication			1
	MKGF31211	Publicité	1	2	1
ou (e)	MKGF31212	Brand Strategies		1	1
	MKGF31213	Stratégie de commercialisation			1
	MKGF31215	Gestion de la force de vente		1	
ou (e)	MKGF31216	Sales Force Management	1		1
	MKGF31218	Marketing des distributeurs			1
(x)	MKGF31220	Marketing direct			
	MKGF31222	Innovation & nouveaux produits		1	
	MKGF31230	Création de produit innovant 1	1		
	MKGF31232	Création de produit innovant 2		1	
	MKGF31234	Création de produit innovant 3			1
(c)(e)	MKGF31411	Int'l Luxury Distribution	1	1	1
	MKGJ31003	Jeu Mirage – Synthèse générale			
(x)	MKGJ31004	Focus Manager/Eurosim			
	MKGJ31313	Jeu Intopia			1
(a)	MKGM31080	Pré-MBA marketing	2		
ou (a)(e)	MKGM31081	Pre-MBA Marketing	1		
(f)	MKGM31128	Marketing management	2	4	2
ou (f)(e)	MKGM31129	Marketing Management	2	4	4
*	MKGM31217	Chef de produit	1	1	1
ou (e) *	MKGM31218	Product Management	1	1	1
(e)(fi)	MKGM31225	eMarketing & Business Models			
	MKGM31321	Marketing stratégique		1	
	MKGM31353	Partenariat Carrefour-Danone		1	
	MKGM31354	Politique de marketing		1	
	MKGM31355	Managt produits grande conso		1	
	MKGM31356	Politique de marques internat			1
	MKGM31412	Gestion des marques de luxe	1	1	
ou (e)	MKGM31413	Luxury Brand Management	1	1	1
(x)	MKGM31420	Séminaire de recherche MKG			
ou (e)	MKGM31421	Research Seminar in Marketing		2	1

PLANNING DES COURS <i>(suite)</i>			T1	T2	T3
	MKGM31454	Relations industrie commerce			1
<i>(c)(e)</i>	MKGS31200	Contemporary Issues Luxury MKG			2
	MKGS31226	Marketing B to B et industriel	1	1	
<i>ou (e)</i>	MKGS31227	Industrial & B to B Marketing			1
<i>(e)(fi)</i>	MKGS31228	B to B Agri-food Mkg Policy		1	
<i>(e)</i>	MKGS31311	International Marketing	1		
<i>ou (x)</i>	MKGS31312	Marketing international			
<i>(c)(e)</i>	MKGS31469	Luxury Retail Management (MKGF31219)	1		1
<i>(c)(x)</i>	MKGS31474	Sém. Chaire LVMH «Sémiotique»			
<i>ou (e)(x)*</i>	MKGS31475	Luxury Brands Communication			
<i>(c)(x)</i>	MKGS31484	Economie du sport et stratégie			
<i>ou (c)(e)</i>	MKGS31485	Sports Economics and Strategy		1	
SEMINAIRES DE CHAIRE					
<i>(c)</i>	MKGS31452	Sém. Chaire PGC (1)		1	
<i>(c)</i>	MKGS31453	Sém. Chaire PGC (2)			1
<i>(c)</i>	MKGS31461	Sém. Chaire VSM «Synthèse»		1	
<i>(c)</i>	MKGS31462	Sém. Chaire VSM «Vente 1»		1	
<i>(c)</i>	MKGS31463	Sém. Chaire VSM «Vente 2»			1
<i>(c)(e)</i>	MKGS31471	LVMH Chair Sem. «Funda Luxury»		1	
<i>(c)(x)</i>	MKGS31472	Sém. Chaire LVMH «Fonda théor.»			
<i>(c)(x)</i>	MKGS31473	Sém. Chaire LVMH «Métiers luxe»			
<i>(c)(e)</i>	MKGS31481	Sport Mkg Chair Seminar (1)		1	
<i>ou (c)(x)</i>	MKGS31483	Sém. Chaire Mkg sportif (1)			
<i>(c)</i>	MKGS31482	Sém. Chaire Mkg sportif (2)			1

* Cours prérequis en vue d'un parcours Marketing

(a) Réservé aux étudiants admis directement en MBA

(f) Cours fondamental

(e) This course is taught in English

(c) Voir chapitre 8 - Chaires

(fi) Voir chapitre 9 - Filières et cursus

(x) Non proposé cette année

Ce planning, établi avec toutes les informations connues au moment de l'impression, est donné sous réserve de changements.

MKGA31139

Services Marketing & Mngt

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: LPSA31138, LPSA31139,
MGTA31138, MGTA31139, MKGA31138

Course Coordinator: H. MATHE, M. PHAN,
ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Services Marketing and Management

(Given mainly on the ESSEC Campus in Singapore; sometimes in Paris)

Service industries are rapidly emerging as the most dominant force in most world economies. In developed economies up to 70% of the labour force, 70-80% of the GNP are accounted for by services in Europe and North America.

Tourism, hotels and restaurants, education, medical services, as well as transports and telecommunication services, consulting and other professional services are all categorised as services. The course addresses the distinct needs and problems of such service organisations in terms of marketing, production and human resources management.

Services possess several unique characteristics that require a distinctive approach to strategy – both in its development and execution. This course expands upon and adapts the marketing and management concepts covered in previous related-topic foundations courses.

Teaching methods:

The teaching methods include case studies, class discussions and group work. This course is endorsed by the Institute of Strategy and Innovation for Services «ISIS» and its partners: BMW, Bouygues Telecom, Computer Science Corporation and EDF.

Bibliography:

Schmenner R., *Service Operations Management*, Prentice Hall, 1995.

Mathe H., Shapiro R., *Integrating Service Strategy in the manufacturing company*, Chapman & Hall, 1993.

Lovelock Christopher et Jochen Wirtz., *Services Marketing, People, Technology, Strategy* (6th edition), Ed. Prentice Hall, 2007

Metters R., King-Metters K. and Pullman M., *Successful Services Operations Management*. Mason: Thomson South West, 2003.

MKGC31112

Etudes en marketing

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MKGC31113

Responsable du cours : A. BEMMAOR,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Etudes en marketing

Objectif du cours :

L'objectif du cours est d'introduire les étudiants aux divers types de données utilisées dans la pratique.

Thèmes abordés :

Le cours est divisé en trois parties: (1) Données de panel de ménages, données de panels de magasins, (2) Plans expérimentaux, et (3) Enquêtes avec, en particulier, la formulation des questions et la correction des biais, comme la sur-déclaration dans le cas des intentions d'achats pour les nouveaux produits ou l'effet de télescopage dans les mesures d'audience presse. Les méthodes qualitatives fondées sur l'entretien semi-directif sont aussi présentes.

Pédagogie :

Les supports pédagogiques sont constitués d'articles de revues scientifiques et de base de données réelles (panels, plans expérimentaux et enquêtes). Les séances se composent pour moitié de présentations ex-catedra, et pour moitié de travaux dirigés en salle

informatique. En séance, les étudiants analysent des données chiffrées et évaluent leur qualité.

Evaluation :

Les étudiants mènent un projet de recherche (en groupe) qu'ils présentent succinctement en troisième séance et dans son intégralité en dernière séance. Le projet porte sur une problématique d'entreprise issue d'un stage ou d'autres cours ou de chaires, avec une collecte de données par questionnaire ou par guide d'entretien. Les étudiants sont vivement encouragés à utiliser les bases de données électroniques (Business Source Premier, Delphes, Factiva) ainsi que les études de marché disponibles sur le serveur (par exemple, Xerfi, GMID). Ces bases de données, ainsi qu'éventuellement les données fournies par des professionnels (parts de marché, pénétrations, fréquences moyennes d'achat et autres) servent à développer les hypothèses du projet de recherche. A la dernière séance, les étudiants remettent un rapport. Ce rapport représente 100% de la note finale.

MKGC31113

Marketing Research

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGC31112

Course Coordinator: A. BEMMAOR, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Marketing Research

Course objective:

The purpose of the course is to introduce the students to the various types of data that companies use in their decision making process.

Topics:

They include three headings: (1) Household-level panel data and store-level panel data, (2) Experimental designs, and (3) Survey research, in

particular, the formulation of questions and the correction for the biases that can be due to forward telescoping (e.g., magazine audience measurement) and to other possible sources (i.e., overstatement in the stated purchase intents for new-product adoption). Qualitative data collection methods are also covered.

Teaching material:

The teaching material consists of (1) A packet of readings and (2) Real-life data sets (panel data, experimental data and surveys). Each session comprises half-time lecturing and half-time applications in a computer room. During classes, the students analyze data sets and make an assessment of their quality.

Grading:

The students will work on a research project. They will deal with an issue that can be borrowed from other courses and/or from a traineeship. They will collect data in face-to-face interviews or in an on-line survey. They are strongly encouraged to use the electronic data sources (i.e., Business Source Premier and Factiva) and market research studies (e.g., Xerfi, Global Market Information Database). This information as well as the data that may be provided by practitioners (market shares, penetration and others) can be extremely useful to develop the hypotheses of the project. The students will present an outline of their planned study during the third session, and the full project during the last session. They will turn in a report. This report represents 100% of the final grade.

MKGC31125

Comportement du consommateur

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MKGC31126

Responsable du cours : S. NYECK, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Comportement du consommateur****Objectifs :**

L'objectif général de ce cours est de sensibiliser les participants aux variables qui influencent et déterminent le processus de décision du consommateur. Cette vue de synthèse de l'ensemble des concepts permettra d'éclairer la prise de décision du responsable marketing. Les objectifs spécifiques sont :

- de familiariser l'étudiant avec l'analyse des situations de consommation, lui permettant ainsi d'appliquer en situation réelle les concepts appris en cours,
- de permettre la compréhension de l'environnement du consommateur.
- de permettre à l'étudiant de maîtriser les processus d'achat individuel et organisationnel,
- d'amener l'étudiant à définir des stratégies marketing efficaces visant différents segments de clientèle,
- de sensibiliser l'étudiant aux nouveaux développements en comportement du consommateur auxquels les gestionnaires marketing doivent faire face.

Thèmes abordés :

1. Une phase analytique mettant en évidence les facteurs influençant le comportement d'achat et de consommation des produits - Motivations, Besoins, Attitude, Influence de groupes, C.S.P., Style de vie, etc.
 2. Une phase synthétique intégrant ces différents facteurs dans le cadre de modèle de comportement d'achat.
- L'analyse des facteurs et modèles pris en compte sera complétée par la présentation des techniques d'études correspondantes : techniques d'études de motivation, mesure des attitudes, mesure des attributs déterminant le choix du produit et de la marque, étude du processus de décision.

Pédagogie :

La pédagogie est basée sur une méthode active d'apprentissage : cas, exercices d'application, mises en situation et étude sur le terrain. Les étudiants analyseront des comportements de consommation afin d'illustrer ces concepts et d'en tirer des enseignements utiles pour les entreprises.

Evaluation :

Travail de groupe 50%
Travaux individuels (2) 30%
Participation 10%

Bibliographie :

DUBOIS, Bernard, *Comprendre le consommateur*, ed. Dalloz ou tout autre livre de comportement du consommateur paru après 2006.

Autre volume suggéré

Michael Solomon, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, ed, © 2006 / 0-13-091360-X

MKGC31126**Consumer Behavior**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGC31125

Course Coordinator: S. PROKOPEC, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**Consumer Behavior****Objectives and Topics covered:**

How does the study of consumer behavior help consumer product firms, health care marketers, entertainment providers, and other types of service businesses understand and serve their customers? What concepts and frameworks help us to understand our customers? What tools can be used in our companies? What types of consumer research can be done in our company or purchased from a marketing research provider?

These and other questions will be addressed in this course in relation to decisions by actual firms. We'll study the ways that consumers make decisions, how

they find and evaluate alternatives, and how they purchase and use products. We'll consider what they do when they're satisfied and what happens when they are not! In particular, we'll study a group of psychological variables that can provide useful information about consumers: such as how they learn, what they perceive, and how they choose to live their lifestyles. In addition, we'll consider the impacts of the groups that they belong to: such as how their families, social groups, and ethnicities affect what they buy. When you have completed this course, you will have learned how major firms utilize consumer research in their own strategies and hopefully how to apply consumer research in your own firm.

Grading:

Item - 25 %

Class Attendance (15%) + Homework (10%)

Group Presentation - 25 %

Term Project - 25 %

Exam - 25 %

Teaching method:

Classes may involve lectures, videos, guest speakers, small group exercises, and discussions. Case analyses and student presentations are an important part of the course. Students are expected to attend class, participate and contribute to discussions, and keep up with current issues in consumer behavior and marketing strategy.

Bibliography:

Consumer Behavior, Wayne D. Hoyer and Deborah J. MacInnis, New York: Houghton Mifflin Company, 2007, 4th Ed.

MKGC31260

Product Policy

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: A. BEMMAOR, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Product Policy

Objective:

The purpose of the course is to introduce students to analytical methods in product policy.

Topics:

This course deals with basic issues in the area of product policy, such as:

Measuring consumers' preferences with conjoint analysis;

Capturing «spurious» brand awareness in surveys on new products;

Analyzing the determinants of the product life cycle: The case of new car models, movies, CD's and others;

Forecasting the diffusion of a new durable good or of a new service offering (i) prior to launch and (ii) after launch;

Forecasting the sales pattern of a new packaged good (i) prior to launch and (ii) after launch;

Capturing new-product substitution (sources of volume) prior to launch (with the binomial-Dirichlet model);

Correcting survey data for the forward-telescoping bias in the measurement of magazine audience;

Designing and analyzing product tests; Assessing a new (or existing) customer's expected number of future transactions and its determinants.

Teaching material:

It consists of (1) A packet of readings, and (2) Real-life data sets. Each session comprises half-time lecturing and half-time applications in a computer room.

Grading:

The students will work on a research project. They will address an issue which

can be borrowed from other courses or from a traineeship. They will collect data in face-to-face interviews or in an on-line survey. They are strongly encouraged to use the available electronic data sources (e.g., Factiva, Business Source Premier) and market research studies (e.g., Global Market Information Database, Xerfi). This information as well as the data that may be provided by practitioners (market shares, penetration statistics, mean number of purchases and others) can be extremely useful to develop the hypotheses of the research project. The students will present an outline of their planned study during the third session, and the full project during the last session. They will turn in a report. This report represents 100% of the final grade.

MKGC31442

Sémiotique et communication

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MKGC31443

Responsable du cours : S. NYECK,
professeur ESSEC,

Descriptif du cours :

Enseignant : D. TSALA EFFA, chargé de cours

Sémiotique et communication

L'apport de la sémiotique aux études de marketing et de communication.

Ce cours a pour but de présenter la sémiotique comme une discipline capable d'aider efficacement tous ceux qui ont à analyser ou à «gérer» les signes et les langages par lesquels une marque, une enseigne ou une entreprise affirme son identité ou maîtrise son image.

Les grandes options théoriques de la sémiotique seront présentées de telle sorte que celle-ci soit restituée dans le contexte des Sciences Sociales et, très pratiquement, dans celui des études dites «Qualitatives».

Le cours s'organisera à partir de la présentation d'études concrètes qui montrera la diversité des problématiques et des types d'intervention qui peut être offert à ceux qui réalisent ou font réaliser des études sémiotiques. C'est ainsi que seront illustrés les grands concepts opératoires de la discipline, ainsi que les modes d'articulation entre l'étude sémiotique et les autres types d'études, qualitatives et quantitatives.

MKGC31443

Semiotics and Communication

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGC31442

Course Coordinator: S. NYECK, ESSEC
professor

This course is taught in English

Course outline:

Semiotics and Communication

Objectives and Topics:

The aim of this course is to present semiotics as a helpful discipline for everyone who have to analyze and manage signs and the language used by companies in asserting their identity or image.

The main theoretical options of semiotics will be presented through a social sciences approach and in the field of qualitative researches.

The course will present actual cases (exclusively luxury cases) in order to illustrate a variety of problems which need semiotics studies to be resolved. Major operational concepts of this discipline will be illustrated as well as the articulation between semiotics and other types of research, both qualitative and quantitative.

Teaching method:

Formal lectures and workshops

Grading pattern:

Oral group presentations (following the workshops)

Bibliography:

- Jean-Marie Floch, *Semiotics, Marketing and Communication, Beneath the Signs, the Strategies*, Palgrave Macmillan, 2001
- Jean-Marie Floch (author), Alec McHoul (translator), and Pierre Van Osselaer (translator), *Visual Identities*, Continuum (ed), 2001
- Douglas Holt, *How brands become icons, The principle of Cultural branding*, Harvard business school press, 2004
- Christiane Legris-Desportes, Pascal Capron, Patrick Couton-Wyporeck, Didier Tsala Effa, *Études sémiotiques et enquêtes en entreprises – Manuel de méthodologies*, Les 2 Encres, 2008

MKGF31211

Publicité

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent: MKGF31212
Responsable du cours : N. ALTHUIZEN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : Ph. COHEN, chargé de cours

Publicité

Objectifs :

Définir et positionner la variable « publicité » au sein de la stratégie globale de l'Entreprise. Affiner le jugement créatif. Optimiser l'efficacité et les relations avec les agences-conseils en publicité.

Thèmes abordés :

Publicité : définitions, enjeux, cas. Le marché de la communication, Le budget de communication, fixation et arbitrage. Le concept de la communication intégrée, Tendances en communication : la prise en compte des valeurs, crise et nouveau consommateur, L'efficacité publicitaire, critères et applications, Le capital marque, identité/valeurs. Evaluation de la marque, au plan communication.

Stratégies de communication : fixations des objectifs, la copy-stratégie et le concept créatif,

Les grandes campagnes publicitaires à l'international. Concepts et tendances.

Les métiers de la communication.

Organisation agence/conseil,

Simulations professionnelles

Pédagogie :

Actualités publicitaires ; cas de groupe ; recherche fondamentale et appliquée.

Polycopiés de synthèse.

Evaluation :

Recommandation agences/conseils (présentation séance 10) / Cas de groupe.

Bibliographie :

- Brochand, Lendrevie, *La Publicité* (Dalloz)
- Dru, *Disruption/Live* (Village Mondial)
- Mermet, *Francoscopie* (Larousse)
- Hebdomadaires CB News et Stratégies.
- Ph. Michel, *c'est quoi l'idée ?* (Michalon)

MKGF31212

Brand Strategies

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGF31211

Course Coordinator: S. NYECK, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Brand strategies

Objectives:

Advertising, including everything from television spots and print ads to Internet and point of purchase communications, creates and sustains value for a brand that exceeds the use-value of the product.

Topics covered:

In this course students learn the following:

How brand image develops from clear strategic business initiatives.

How advertising campaigns across marketing media are developed and executed.

How semiotic codes shape brand communication at different points of contact with the consumer.

How to work with a class team to understand how to build a creative strategy for a specific brand.

Teaching methods:

Lecture, discussion, team presentations.

Class Project

Working in teams of 4-6 people, students will participate in a strategic brand communications project.

MKGF31213

Stratégie de commercialisation

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : E. MONGROLLE, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Stratégie de commercialisation et politique des ventes

Objectifs :

Ce cours a pour but de familiariser l'étudiant avec les actuelles problématiques en matière de stratégie de commercialisation et politique des ventes. Il aborde les problèmes des choix stratégiques offerts à l'entreprise, en matière de distribution. La méthode pédagogique repose sur l'intervention de professionnels, le travail sur des cas, des jeux de rôles animés par les étudiants.

Thèmes abordés :

Les principaux thèmes étudiés sont : les rôles respectifs de la marque, de la gamme et du prix dans l'offre globale ; la dialectique part de marché/profit et les arbitrages qui en résultent ; les apports de la logistique et du service après-vente dans la démarche de fidélisation des clients ; les choix de distribution (vente directe et indirecte, réseau de concessionnaires ou de franchisés) ; choix des différents modes de commercialisation et incidence de l'Internet sur l'Intermédiation. Ce cours

est caractérisé par la variété des thèmes abordés et des types de travaux réalisés par les étudiants.

Evaluation :

Analyses, jeu d'entreprise, cas personnels, interviews et participation en cours sont pris en compte pour la notation finale.

Bibliographie :

Les marques à l'épreuve de la pratique, Jean-Noel Kapferer (Ed. Organisation)

Remarques, Jean-Noel Kapferer (Ed. Organisation)

Les Paradoxes du Marketing, Jacques Neiryneck (Ed. Organisations)

Marketing des Nouveaux Produits, E. Le Nagard Assayag (Dunod)

Stratégies, R.A. Thiétard, J.M. Xuereb (Dunod)

MKGF31215

Gestion de la force de vente

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MKGF31216

Responsable du cours : E. MONGROLLE, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Gestion de la force de vente

Objectifs :

Ce cours a pour but de faire analyser à l'étudiant les différents pièges à éviter et les clés à accumuler pour une gestion efficace d'une commercialisation. Il étudie la mise en œuvre des actions et les conséquences des choix opérés. Les principaux thèmes abordés dans ce cours seront les suivants : l'évolution de l'environnement concurrentiel, le rôle du vendeur, l'importance cruciale de la segmentation des clients et des vendeurs, les nouveaux produits, la négociation, le management et la rémunération de la force de vente.

Evaluation :

Interview de nombreux intervenants sur les différents thèmes du cours. Jeux de rôles, négociations, présentation de différentes techniques de vente font

partie des différentes actions qui sollicitent la participation des étudiants.

Bibliographie :

Le Pilotage dynamique de la Force de Vente, René Y. Darmon (Village Mondial)

Le consommateur entrepreneur, R. Rochefort (O.Jacob)

La société des consommateurs, R. Rochefort (O. Jacob)

Managing Sales People, CR Patty et R.Hite (Prentice Hall)

La promotion des ventes, P. Desmet (Village Mondial)

MKGF31216

Sales Force Management

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGF31215

Course Coordinator: E. MONGROLLE, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Sales Force Management

Teachers: X. MARTIN,

J. NEIRYNCK

Objective :

The objective of this course is to show how sales organizations' decision making may be conceptualized and formalized in order to enhance selling effectiveness. The seminar provides a systemic view of a sales organization and surveys the most important concepts, tools and techniques presently available for analyzing sales management decision problems in the areas of recruiting, selecting, training, motivating, supporting and controlling salespeople.

Class activities:

Personal reading, lectures and class discussions, group projects and class presentations. No prerequisite.

MKGF31218

Marketing des distributeurs

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : D. TIXIER, professeur ESSEC,

Descriptif du cours :

Marketing des distributeurs

Enseignant : F. PERODEAU, chargé de cours

Objectifs :

Faire acquérir aux étudiants :

- une connaissance des techniques commerciales modernes ;
- une compréhension des différents éléments du mix de Marketing de Distribution ;
- une démarche d'analyse des outils de gestion de l'offre marchande, assortiment tarifaire, promotions, etc.

L'accent sera mis sur l'évolution des stratégies merchandising, des techniques modernes de gestion et d'aménagement des points de ventes.

Thèmes abordés :

Les thèmes suivants seront particulièrement développés :

- Les nouvelles attentes des shoppers en point de vente ;
- Le merchandising des industriels et des distributeurs ;
- Les techniques de « category management » ;
- Les hommes du merchandising ;
- Les relations nouvelles entre producteurs et commerçants.

MKGF31220

Marketing direct

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : A. de BRUYN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Marketing direct

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Ce cours présente l'approche, les outils et les méthodes du Marketing direct, en lien avec les notions de Capital client et de Gestion de la relation client (CRM pour Customer Relationship Management).

Thèmes abordés :

Le capital client et la mesure de la valeur client ; la segmentation RFM ; les règles de constitution et d'utilisation des fichiers et des bases de données ; la gestion de l'interface client ; les politiques d'acquisition, de fidélisation et de rétention ; les media : du mailing au consumer magazine ; les tests.

Pédagogie :

Des cas pratiques et des interventions de professionnels illustrent les concepts et les méthodes acquis par la lecture d'un ouvrage de référence.

MKGF31222

Innovation & nouveaux produits

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MKGF31228

Responsable du cours : E. LE NAGARD, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Innovation et nouveaux produits

Enseignant : P. ANCIAN, chargé de cours

Introduction :

L'innovation constitue un enjeu fondamental pour les entreprises et un des principaux leviers de la création de valeur. Une innovation réussie passe notamment par la mise au point d'une stratégie d'innovation, l'optimisation du processus de conception et de lancement des produits et services nouveaux.

Objectifs du cours :

Les objectifs du cours sont de présenter aux étudiants :

- les enjeux stratégiques et marketing liés à l'innovation,
- les différentes étapes de la conception et de développement d'un nouveau produit et les outils associés,

- les stratégies de lancement des nouveaux produits.

Il s'agit de montrer qu'au-delà de la diversité des produits eux-mêmes, les logiques et les enjeux peuvent être communs à différents secteurs (haute technologie, biens durables, grande consommation,...)

Thèmes abordés :

- les enjeux de l'innovation
- l'avantage du pionnier
- le processus de développement
- les études amont
- les différents tests de concept
- le comportement d'adoption d'un nouveau produit
- la diffusion des innovations
- la conception du produit
- les tests de produits
- typologie des innovations
- l'organisation de l'innovation
- la prévision des ventes des nouveaux produits
- le lancement
- les réponses concurrentielles
- l'impact de l'innovation sur la configuration du secteur

Pédagogie :

Les méthodes pédagogiques utilisées sont variées : exposés du professeur, intervenants professionnels, cas, rédaction et présentation de travaux personnels. Elles visent à donner aux étudiants à la fois une perspective théorique et une illustration par des cas très concrets.

Evaluation du cours :

Deux études de cas seront à rendre par groupe de 5 étudiants maximum :

Les étudiants devront réaliser, par groupe de 4 ou 5 maximum, un dossier sur un cas d'innovation ou sur le lancement d'un nouveau produit. Ce dossier fera une vingtaine de pages environ.

Lors de la dernière séance, un quiz de 45 minutes, sous forme de questions de cours, sans documents, permettra de vérifier les connaissances acquises tout au long du cours.

Les différentes évaluations seront pondérées de la façon suivante :

Projet : 40%

Cas n°1 : 20%

Cas n°2 : 20%

Examen individuel : 20%

Bibliographie :

Ouvrage de référence :

Le Nagard-Assayag, E. et Manceau, D., *Marketing des nouveaux produits : de la conception au lancement*, Dunod, 2005.

Autres ouvrages :

Bloch, A. & Manceau, D., *De l'idée au marché : marketing et stratégie de l'innovation*, Vuibert, Collection Vital Roux, novembre 2000.

Broustail, J. & Fréry, M., *Le Management stratégique de l'innovation*, Dalloz, 1993.

Joulin, N., *Les coulisses des nouveaux produits*, Ed D'Organisation, 2003.

Gotteland, D. & Haon, C., *Concevoir un nouveau produit : outils et méthodes*, Pearson Education, 2005.

Viardot, E., *Successful marketing strategy for high-tech firms*, Artech House Publishers, 1995.

MKGF31230

Création de produit innovant 1

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : E. LE NAGARD, professeur ESSEC

Coordinateur du Programme CPI : J.C. CHARLET

Descriptif du cours :

Création de produit innovant 1

Introduction :

Dans le champ de l'innovation, le manque chronique de liens et d'intégration entre ingénierie, business et design au niveau des études engendre des incompréhensions et un manque d'efficacité important dans la vie professionnelle des futurs diplômés, qui pénalisent le développement de l'innovation. Le manque de projets réels dans le parcours académique des étudiants ne favorise pas toujours le développement de leur sens

entrepreneurial, ni de leur sens des réalités économiques, financières, marketing et humaines de la gestion de projet. Face à cela, le Programme CPI a pour objectif de favoriser l'innovation croisée et la transversalité autour de la réalisation de projets concrets de création de nouveaux produits ou services innovants, pour le compte d'entreprises partenaires.

Il s'agit d'un programme conjoint entre l'Ecole Centrale Paris, l'ESSEC et Strate College Designers (école de design industriel), en partenariat avec Capgemini Consulting.

MKGF31230 (T1) et MKGF31232(T2) et MKGF31234 (T3) doivent être pris

obligatoirement ensemble. Les étudiants doivent s'inscrire pour les 3 trimestres. Le suivi du programme sur les 3 trimestres est validé par 3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle (2/3 d'UVEP).

Les cours auront lieu en alternance à l'ESSEC (Cergy ou La Défense), à l'Ecole Centrale et à Strate College.

Candidature dès le mois de juillet auprès de C. CAMPAGNE (campagne@essec.fr) et inscription sur myessec.com après admission au cours (sans mise de point).

Objectifs du cours :

Favoriser l' « open innovation »
Développer l'esprit entrepreneurial
Avoir un impact sociétal

Thèmes abordés :

Le CPI comprend deux parties qui forment la pierre angulaire du programme :

- partie académique : l'ensemble des étudiants se retrouve tous les mardis après-midi de 13h à 15h pour des séances organisées autour de thématiques relatives à la gestion de projet (analyse fonctionnelle, cahier des charges, processus d'innovation, études marketing, communication, prototypage, valorisation de l'innovation, business plan...), et animées par des professeurs des trois écoles ou des intervenants extérieurs

partenaires du programme. Le reste de l'après-midi est dédié au travail en équipe sur les projets.

- partie gestion de projets : chaque équipe travaille sur un projet concret d'innovation à développer pour le compte d'une entreprise (l'entreprise-projet) et selon une fiche-projet discutée en amont avec elle par l'équipe académique CPI, puis validée avec les étudiants au démarrage du projet.

Le programme est détaillé sur le site www.creationdunproduitinnovant.com

Pédagogie :

Dans ce cours conjoint, chaque séance est articulée autour de la présentation d'un point théorique sur la conception de produits ou services innovants et d'une réunion de travail par équipe sur leur projet, encadrée par un tuteur. Les équipes mixtes d'étudiants (Centrale/ESSEC/Strate College) travailleront sur un projet de produit ou service innovant confié par une entreprise. Elles devront présenter publiquement un prototype du nouveau produit conçu à la fin du T3, lors du « Trade-Show CPI » qui a traditionnellement lieu dans le Grand Hall de l'ESSEC fin mai. Elles bénéficieront du soutien d'un tuteur par équipe et de la collaboration des entreprises partenaires, dont Capgemini Consulting. Un jury final récompense les meilleurs projets, autour de pris remis par Capgemini Consulting, Apple et Les Echos.

Evaluation :

L'ensemble du programme sera évalué sur un rapport intermédiaire à la fin du T2 ou final à la fin du T3 et une soutenance finale, devant un jury composé de représentants des trois écoles et de représentants du monde professionnel.

MKGF31232

Création de produit innovant 2

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : E. LE NAGARD, professeur ESSEC

Coordinateur du Programme CPI : J.C. CHARLET

Descriptif du cours :

Création de produit innovant 2

Voir descriptif MKGF31230. Création de produit innovant 1

MKGF31234

Création de produit innovant 3

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : E. LE NAGARD, professeur ESSEC

Coordinateur du Programme CPI : J.C. CHARLET

Descriptif du cours :

Création de produit innovant 3

Voir descriptif MKGF31230. Création de produit innovant 1

MKGF31411

Int'l Luxury Distribution

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: S. NYECK, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Luxury Brands Retailing and Distribution Strategies

Teacher: D. MORISSET

This course is reserved to LVMH Chair students. However, other ESSEC MBA students are welcome to attend it, depending on the available remaining seats.

Introduction:

Luxury concepts and consequently luxury industries have undergone major changes in the last two decades, as luxury became more and more global and international: small fashion houses have been often acquired or replaced by large companies operating one or several luxury brands. In the same time the luxury brand marketing has pushed many brands to enlarge their product ranges both vertically and horizontally, sometimes getting out of their original brand territory legitimacy, often following market and consumer trends in making part of their products more affordable and accessible to the mass. This had major impact on luxury brands international distribution strategies and practices.

Topics:

All these factors have led to more and more sophisticated retailing and distribution strategies and nowadays several ways can be mixly used or explored by the young or established luxury brands to promote and distribute their products in a more and more international and competitive luxury economy.

How is the luxury industry structured today, what are the most effective business models?

Retail strategy, Wholesale strategy, Licensing strategy.

Creation of fully-owned subsidiaries, or appointment of distributors or sales agents.

Opening of fully-owned free standing stores or franchising and partnership retail strategies.

Department stores, travel retail, pop-up stores, Internet and social networks

Co-branding and destination marketing.

Course objectives:

The main objective of the course is to bring students to develop a comprehensive theoretical and above all practical understanding (based on various recent case studies) of distribution, licensing

and retail stakes, when taking into account what it takes to effectively gain access to consumers in the luxury industry:

What it takes to set up a retail strategy?

How can retail and wholesale distribution strategies be complementary?

How and when can licensing be best utilised by Luxury Brands?

Can we differentiate business models (US, French, Italian) in terms of distribution strategies?

Teaching methods:

It will deliver both conceptual tools and best practices and pitfalls of international luxury brands distribution through a mix of concepts and presentation and discussion of real life and recent case studies.

Grading pattern:

Group work (group case studies): 40 % of the final grade.

Individual work will be requested on one individual case study: 50 % of the final grade.

Preparation, individual participation (quantitative and qualitative) as well as punctuality and presence: 10% of final grade.

MKGJ31003**Jeu Mirage - Synthèse générale**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 15.00

Responsable du cours : D. TIXIER, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Jeu Mirage – Synthèse générale****Introduction :**

Mirage est le jeu de simulation le plus complet offert à l'ESSEC. Il incorpore la TVA, le marché boursier, l'inflation, les négociations d'échanges et de sous-traitance entre firmes, les OPA, les pressions du marché international, les grèves, les congés payés, les notations des agences financières, les plus ou moins values sur cessions d'actifs, la grippe dans

l'absentéisme en «saison», la gestion salariale, etc. au milieu d'événements extérieurs qui peuvent survenir à tout instant et qui sont communiqués aux joueurs par des agences de presse ou tout autre moyen. Il s'agit d'un jeu de synthèse couvrant toutes les fonctions de gestion avec un grand degré de réalisme.

Pédagogie :

Les étudiants sont regroupés par équipes de 6 personnes, chaque groupe d'étudiants forme le Comité de Direction de firmes en concurrence. Les firmes en compétition rendront compte à des conseils d'administration extérieurs formés de véritables dirigeants professionnels. Ainsi organisés, les étudiants doivent gérer pendant plusieurs périodes leur entreprise, c'est-à-dire prendre des décisions d'achats, de marketing, et de finance.

Objectifs :

Mirage est une occasion exceptionnelle pour les étudiants de tester et développer leurs capacités de gestionnaires.

MKGJ31004

Focus Manager / Eurosिम

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : D. TIXIER, professeur ESSEC ; ESSEC MA & DREE

Descriptif du cours :

Clôture MBA / Focus manager & simulation de gestion

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Objectifs :

La clôture du MBA s'adresse aux étudiants en fin de scolarité. Elle a pour vocation de marquer l'achèvement de leur parcours à l'ESSEC dans une optique de synthèse des enseignements reçus, de tremplin vers la vie professionnelle et dans un esprit de consolidation de la communauté des diplômés en lien avec leur école.

Pédagogie :

La clôture comprend deux moments principaux :

Une simulation de gestion, animée par le professeur Daniel Tixier

La session de développement managérial Focus Manager, temps de partage autour des situations de travail vécues en stages ou en apprentissage. Un apport managérial sur les fonctionnements en entreprise, des jeux de rôle et des échanges favorisent chez les étudiants : la prise de recul sur leurs réflexes et comportements, la compréhension des enjeux des relations dans le cadre professionnel et l'identification de leurs zones de progrès. Cette session est animée par une équipe ESSEC MA, dans le cadre d'une coordination par la DREE.

Evaluation :

Avant le jeu, chaque équipe aura à fournir un rapport succinct d'analyse et d'objectifs, et après le jeu un rapport plus approfondi sur les stratégies et les résultats. La remise de ces rapports conditionnera l'octroi de l'UV.

MKGJ31313

Jeu Intopia

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : B. PRAS, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Jeu Intopia

Ce cours met l'accent sur des stratégies marketing nationales et internationales. Il s'appuie sur des parties cours et des discussions de cas : Cas Fnac, Cas Rexel, Cas Zantac, Cas Benetton, Cas Lacoste, Cas Danone.

- Simulation de négociation internationale
- Articles ciblés
- Mini-cas.

Effectif : 20 places maximum

MKGM31080

Pré-MBA marketing

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de pré-MBA

Total des heures : 25.00

Equivalent: MKGM31081

Responsable du cours : E. LE NAGARD,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Pré-MBA marketing

Réservé aux étudiants admis directement en MBA. Cours de pré-MBA : cf. chapitre 4

Introduction et objectifs :

L'objectif général de ce cours est de sensibiliser l'étudiant aux particularités de la fonction marketing, afin qu'il puisse acquérir une vue de synthèse de l'ensemble des concepts et modes de raisonnement de la discipline.

Les objectifs spécifiques sont :

- de développer ses capacités d'analyse de situations marketing en lui fournissant un guide de réflexion basé sur les principaux outils utilisés dans la discipline,
- de développer une vue de synthèse de la discipline,
- de permettre à l'étudiant d'appliquer en situation réelle les concepts appris en cours, notamment un plan marketing.

Thèmes abordés :

Place du marketing dans l'entreprise et processus de planification marketing

Stratégie marketing et concepts de segmentation, de ciblage et de positionnement

Système d'information marketing, distribution et panels

Mix marketing et sa déclinaison : produit, marque, cycle de vie du produit, prix, communication, distribution.

Pédagogie :

Exposé des concepts et méthodes, exercices et cas discutés en classe, projet de business plan en équipe et présentations en classe des travaux réalisés

Evaluation :

Travail de groupe sur plan marketing (oral et écrit) et examen final

Bibliographie :

(ouvrage de référence) :

Armstrong G., Kotler P., Le Nagard E., Lardinois T., *Principes de Marketing*, 8ème édition, Pearson Education, 2007.

MKGM31081

Pre-MBA Marketing

Credit hours: 1.00

Course attribute: Pre-MBA course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGM31080

Course Coordinator: E. LE NAGARD, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Pre-MBA Marketing

Teacher : M. CHEVALIER

Reserved for the students admitted directly in MBA; Pre-MBA course: See chapter 4

Introduction and Objectives:

Marketing Management is the art and science of choosing target markets and getting, keeping and growing customers through creating, delivering and communicating superior customer value. This course addresses the theories and concepts of marketing philosophy and how modern companies use the principles of marketing to deal with competitive challenges and opportunities in the global marketplace.

Topics covered:

Defining marketing for the 21st century
Developing marketing strategies and plans
Managing marketing information
Segmentation, targeting and positioning
Distribution and panels
Branding and Product Life Cycle strategies
Integrated marketing communication and pricing strategies

Teaching methods:

Lectures combined with class discussions, case study analyses, guest speakers and team project / presentations.

Grading pattern:

Team project presentation (oral and written document) and final exam.

Bibliography:

Kotler P. and Armstrong G., *Principles of Marketing*, 12th edition, Pearson / Prentice Hall.

MKGM31128**Marketing management**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours fondamental

Total des heures : 25.00

Equivalent: MKGM31129

Prérequis : (MKGM21020 or MKGM31080 or MKGM31081)

Responsable du cours : A. de BRUYN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Marketing management****Introduction et objectifs :**

Plusieurs forces contribuent à modifier la nature, la structure et le rôle de la fonction marketing au sein des entreprises. Les responsables marketing sont exposés à des changements rapides dans des marchés extrêmement compétitifs, et sont submergés par une quantité de données importante. Alors que certains voient le marketing comme une science, et d'autres comme un art, le nouveau marketing ressemble de plus en plus à de l'ingénierie. L'objectif de ce cours est de former une nouvelle génération de marketeurs – et d'exposer les étudiants peut-être peu intéressés par le marketing à cette facette relativement nouvelle, et pourtant de plus en plus stratégique, de la fonction marketing au sein des entreprises. L'objectif est également de former les étudiants à traduire des concepts théoriques en décisions et actions managériales, en utilisant les outils analytiques, quantitatifs et informatiques mis à leur disposition dans le cadre du cours.

Thèmes abordés :

Marketing management ; preferences, choices and market shares; new product

development ; market segmentation ; targeting and positioning ; marketing budget allocation; customer lifetime value

Pédagogie :

Cours théoriques et mise en pratique autour d'études de cas à réaliser en groupes

Evaluation :

Principalement via des travaux de groupe

Bibliographie :

Lilien, Gary L., Arvind Rangaswamy and Arnaud De Bruyn (2007), *Principles of Marketing Engineering*, Trafford.

MKGM31129**Marketing Management**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Core course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGM31128

Prerequisite : (MKGM21020 or MKGM31080 or MKGM31081)

Course Coordinator: A. de BRUYN, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**Marketing Management****Introduction and Objectives:**

Several forces are transforming the nature, scope, and structure of the marketing profession. Marketers are seeing increasingly faster changes in the marketplace and are barraged with an ever increasing amount of information. While many view traditional marketing as art and some view it as science, the new marketing increasingly looks like engineering. This course aims at educating and training a new generation of marketing managers – and to expose non-marketing students to this relatively new, yet increasingly important facet of marketing. The goal of this course is to train marketing managers to translate concepts into context-specific operational decisions and actions using analytical, quantitative, and computer modelling techniques.

Topics covered:

Marketing management ; preferences, choices and market shares; new product development ; market segmentation ; targeting and positioning ; marketing budget allocation; customer lifetime value.

Teaching methods:

Lectures and case studies, in groups.

Grading pattern:

Mostly through case studies, done in groups.

Bibliography:

Lilien, Gary L., Arvind Rangaswamy and Arnaud De Bruyn, *Principles of Marketing Engineering*, Trafford, 2007.

MKGM31217**Chef de produit**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MKGM31218

Responsable du cours : F. OBLE,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Chef de produit****Introduction :**

L'environnement des marques, notamment en grande consommation, a évolué considérablement au cours des 3 ou 4 dernières décennies. Les marques qui réussissent ont effectué une véritable mutation tant dans leur organisation interne (structure et démarches marketing) que dans le choix de partenaires externes (agences de communications, RP, packaging, ...).

Objectifs :

Montrer aux participants que le poste de chef de produit marketing est un poste « charnière » à la rencontre de fonctions extrêmement différentes au sein de l'entreprise.

Faire comprendre que la fonction chef de produit peut considérablement varier selon les types d'organisations, leur taille,

leur présence géographique, les types de marchés ou les secteurs.

Familiariser les étudiants avec les fonctions de chef de produit développement et chef de produit opérationnel, leurs différences et leurs complémentarités.

Former les étudiants à la démarche marketing et aux outils utilisés pour l'analyse de la situation, pour la fixation d'objectifs, l'élaboration d'une stratégie et la déclinaison sur tous les éléments du mix.

Donner aux participants les outils leur permettant de gérer les relations avec les prestataires extérieurs (agences de publicité, de communication et de design, agences média, instituts de sondage et de panels, relations publiques ...)

Sensibiliser les étudiants à la nécessité d'intégrer les nouvelles techniques marketing, notamment liées à l'Internet.

Pédagogie :

Présentation théorique des concepts et des procédures en entreprise, ponctuée de nombreux exemples et cas réels issus du secteur des produits de grande consommation. Mise en pratique par l'intermédiaire de travaux de groupe : il s'agira pour chaque groupe d'étudiants de se mettre à la place d'un chef de produit qui doit, après analyse, recommander et développer un plan d'action marketing.

Evaluation :

L'évaluation intégrera la participation de l'étudiant pendant les séances ainsi que la ou les notes des travaux de groupe (études de cas).

MKGM31218**Product Management**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGM31217

Course Coordinator: A. BEMMAOR, ESSEC
professor

This course is taught in English

Course outline:**Product Management****Introduction:**

This course details the way the notions acquired in the course on research in marketing are to be implemented in the decision process by the product manager. The role and decisions of the latter are recorded and analyzed. Such decisions may be related to the choice of a methodology, of a survey supplier, of an advertising agency, of an advertising message, of a packaging, that of launching a new product, of a promotional operation, and so forth.

Objectives:

The course underlines the role of a product manager and information to take into consideration for making a decision. Students must be able to collect data and analyze it in order to implement the “best” coordinated product strategy.

Topics covered:

The following topics will be addressed along the course:
 The role of the research and studies in marketing and the function of a product manager – Marketing Plan methodology and budget – Panels – Surveys and Market analysis - Positioning of a product - Communication and the media – Market Segmentation - Packaging - Promotion campaigns – Innovation and product Cycle - Distribution channels – Brand equity – Direct marketing and loyalty programs.

Teaching methods:

Theoretical background will enable students to work on examples and Harvard Business School case studies.

Grading pattern:

General participation (individual)	25%
Case studies (groups of 4)	35%
Group project (groups of 4)	40%

MKGM31225**eMarketing & Business Models**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: J. LE BON, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:**eMarketing and Business Models**

(Given on the ESSEC Campus in Singapore)

Introduction :

eBusiness, which represents a new way of organizing companies and conducting electronic business transactions using the Internet, is of strategic interest for managers. Hence, eBusiness models issues must be understood to develop adequate online marketing strategies.

Topics covered:

This course deals with the frameworks, concepts and tools marketing managers have to face and to understand in order to design and implement their company's eBusiness models and eMarketing strategies. We will examine the way companies structure themselves and design relevant business models within their industry interfacing with customers, suppliers and partners. Students will also be provided with tools in order to update and maintain their knowledge of eBusiness in a transforming digital economy.

Teaching methods:

This course will be organized with a combination of lectures, case studies and video presentations to make the class enriching, stimulating and challenging. Furthermore, students will be coached to create an eBusiness model, prepare its business plan and eMarketing strategy.

Grading pattern:

The course evaluation will rely on students participation in class discussions, case studies presentations and on the business plan field project.

MKGM31321

Marketing stratégique

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsables du cours : Th. LARDINOIT,
B. PRAS, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Marketing stratégique

Objectifs :

Outre l'apprentissage des notions classiques de marketing stratégique, ce cours permettra aux étudiants de reproduire une mission de conseil réalisée par le Boston Consulting Group.

Pédagogie et thèmes abordés :

Les étudiants inscrits au cours devront, par équipe, définir les problèmes sur lesquels ils vont travailler, réaliser des analyses marketing, financières et stratégiques, effectuer une analyse de la concurrence, identifier les options stratégiques possibles pour l'entreprise, évaluer les conditions de mise en œuvre et les impacts financiers et organisationnels de ces options et proposer leurs conclusions devant des représentants de l'entreprise cliente et de la société de conseil.

Evaluation :

Ce cours demandera un travail important entre les séances et une connaissance approfondie des différents domaines de la gestion des entreprises. Il est donc recommandé aux étudiants en fin de cursus souhaitant s'orienter vers le conseil à l'issue de leur scolarité. La note globale correspondra à l'obtention d'une UV.

MKGM31353

Partenariat Carrefour-Danone

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : D. TIXIER,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Mise en œuvre de la relation industrie-commerce : Partenariat Carrefour-Danone

Enseignant : R. GERIN, chargé de cours

Introduction :

Après Unilever, Procter & Gamble et l'Oréal, Carrefour-Danone ! Ce cours d'entreprise a été lancé à l'ESSEC avec succès en 2007 dans le cadre de la Chaire Produits de Grande Consommation, et c'est le premier en tandem industriel-distributeur. Le plateau est exceptionnel.

Pédagogie et thèmes abordés :

Chaque semaine les équipes Carrefour et Danone interviennent en binôme, et les deux Présidents concluent le programme. Ainsi, des dirigeants de Danone et de Carrefour viendront ensemble échanger sur leurs enjeux, individuels et communs. Chaque séance sera consacrée à un des chapitres clef de la collaboration entre un industriel et une enseigne - Par exemple, l'analyse des marchés et la connaissance des shoppers, la définition de l'assortiment, la gestion de l'innovation, la gestion des promotions, le co-marketing, le crm, la supply chain, la négociation ...

Ce cours est riche et assez exceptionnel dans sa formule et son contenu. C'est un complément de formation à haut niveau stratégique et opérationnel ainsi qu'une occasion de beaucoup de contacts potentiels. Il a en particulier remporté un vif succès l'année dernière, à l'occasion de la clôture du cours, avec une « table ronde » autour, entre autre des deux dirigeants, Lars Olofsson, Franck Riboud et les étudiants.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base de 3 travaux à rendre. La note globale correspondra à l'obtention d'1 UV.

Bibliographie :

Rapport Hagelsteen, 2008

Rapport Attali, 2008

Consommation, commerce et mutations. Rapport au Conseil Economique & Social, L Salto, 2007
Rapport Canivet, 2004
De Promodès à Carrefour, PL Halley, 2004
Quand les gondoles changent de tête, O Geradon de Vera, 1998
Commerce, une dynamique pour demain, C Chain, 1998
Les marques, capital de l'entreprise, JN Kapferer, 1998

MKGM31354

Politique de marketing

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Responsable du cours : D. TIXIER,
professeur ESSEC, UNILEVER

Descriptif du cours :

Politique de marketing

Introduction :

Ce cours entièrement confié à Unilever est un séminaire de spécialisation en marketing grande consommation animé par des cadres opérationnels du groupe issus de ses différentes activités : alimentaires (Knorr, Lipton, Alsa, Planta Fin, Fruit d'Or, Magnum...) et non-alimentaires (Axe, Skip, Sun, Omo, Signal, Dove, Persil...).

Objectifs :

Il aura pour objet de susciter la réflexion des étudiants sur l'ensemble des aspects de la politique de marketing.

En effet, l'ensemble des sujets traités viseront à affiner les réflexes marketings des étudiants en les mettant en situation préprofessionnelle, avec des intervenants opérationnels sur les marchés de la grande consommation.

Pédagogie et thèmes abordés :

Ce cours aborde le marketing Grande Consommation sous tous ses angles développement, communication, customer marketing, droit des marques... Chaque séance est animée par un manager différent qui met en lumière son rôle marketing et les problématiques auxquelles il est confronté au quotidien.

Les étudiants sont alors amenés à se mettre « à sa place » pour résoudre des cas concrets. Ces cas leur permettront d'être en situation quasi professionnelle. Cette complémentarité des approches donne aux étudiants une vision globale de toutes les composantes et étapes de la stratégie Marketing dans une entreprise internationale de Produits de Grande Consommation.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base de 3 cas à rendre, et d'une présentation orale.

La note globale correspondra à l'obtention d'1 UV.

MKGM31355

Managt produits grande conso

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Responsable du cours : D. TIXIER,
professeur ESSEC, PROCTER & GAMBLE

Descriptif du cours :

Management des produits de grande consommation

Objectif et pédagogie :

Ce cours, animé par la société Procter & Gamble, a pour objectif de susciter la réflexion des étudiants sur l'ensemble des éléments du Management des produits de grande consommation (Marketing, Finance, Vente...), tel qu'il est pensé et pratiqué dans cette société. Il comportera des exposés conceptuels (modèles), de nombreuses illustrations tirées de situations réelles et des cas sur des marques existantes ou des lancements de nouveaux produits. Une large part est consacrée à l'interaction entre intervenants et étudiants, notamment dans le cadre du traitement des cas.

Thèmes abordés :

Ce cours couvrira de manière approfondie :
- l'ensemble des aspects de la politique de Marketing, avec la prise de décision stratégique débouchant de l'analyse de l'environnement (marché,

consommateur, réseau de distribution...), la détermination de tous les éléments du marketing mix, les mécanismes de développement publicitaire, les nouveaux défis pour la communication des marques etc.

- les réflexions financières, i.e. comment optimiser son CA, profit et marge en jouant sur tous les éléments du mix marketing ou quels sont les moyens d'optimiser un retour sur investissement sur un projet donné.
- l'intégralité des aspects de la politique vente, comme la réflexion stratégique sur l'introduction efficace de nouveaux produits et la mise en place d'un plan de lancement optimal au niveau de la grande distribution.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base de 3 cas à rendre, et éventuellement d'une note de bonus pour la participation en groupe/individuelle.

La note globale correspondra à l'obtention d'1 UV.

MKGM31356

Politique de marques internat

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : D. TIXIER, professeur ESSEC, L'OREAL

Descriptif du cours :

Stratégie internationale et politique de marques

Objectifs et pédagogie :

Ce cours, animé par la société L'Oréal, aborde plusieurs métiers dans une optique de stratégie internationale. Il a pour but d'aider les étudiants à déterminer la stratégie d'une marque, d'une division, d'un groupe, dans un contexte mondial et cela au travers de problématiques managériales, financières, commerciales, marketing, ressources humaines... Il s'appuie sur l'expérience d'opérationnels

et sera composé en alternance de conférences et de cas.

Thèmes abordés :

Ce cours traite des problématiques internationales de façon progressive :

1. Des problématiques vécues par des experts : Marketing=équilibre entre global et local ? Communication = gestion de l'image d'une marque ; Finance = la gestion au profit de la stratégie de croissance, etc.
2. Des problèmes vécus par des généralistes : ouverture de pays, gestion de portefeuille de marque, repositionnement de marque, etc.

Ce cours est conseillé aux étudiants MBA 2 et plus, ayant un intérêt marqué pour une carrière opérationnelle et axée sur l'international.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base de 3 cas à rendre. La note globale correspondra à l'obtention d'1 UV.

MKGM31412

Gestion des marques de luxe

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MKGM31413

Responsable du cours : S. NYECK, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Gestion des marques de luxe

Objectifs :

- appréhender à travers l'histoire des objets de luxe et leur signification pour les individus, le potentiel encore à venir du secteur majeur que représentent les maisons de luxe aujourd'hui.
- acquérir ou consolider les outils nécessaires à la gestion d'une marque dans l'univers très spécifique du luxe.

Thèmes abordés :

1. Nouveaux contours du concept de luxe.
2. Profils de consommation dans le luxe
3. Identité et spécificités d'une marque de luxe

4. Construction d'une marque de luxe entre démocratisation et hyper-luxe.
5. Intérêt et limites de l'extension d'une marque de luxe.
6. Contribution des variables distribution et communication
7. Gestion financière et juridique d'une marque de luxe.

Ces différents points seront abordés sous un angle sociologique, culturel et bien sûr marketing.

Pédagogie :

Le cours s'appuie sur de nombreux exemples et mini-cas, des lectures préalables d'articles et sur votre participation active aux échanges avec les intervenants professionnels pendant nos séances.

Il vous est proposé d'appliquer directement les concepts étudiés en menant à terme le projet de développement complet d'une nouvelle marque (par équipe de 3) ou le diagnostic complet d'une marque de luxe déjà existante.

Evaluation :

Cas final* 50%

Diagnostic stratégique 30%

Participation 20%

*Oral L'Oréal Brandstorm ou diagnostic de marque (dossier écrit + présentation orale 20 minutes)

Bibliographie :

Le luxe éternel, de l'âge du sacré au temps des marques, Gallimard, Gilles Lipovetsky, Elyette Roux.

Luxe, mensonges et Marketing, Village Mondial, Marie-Claude Sicard, 2006.

Luxe... : Stratégies, Marketing, Economica Danièle Allières, Olivier Mellerio, 2005.

Building strong brands, Free Press D.A Aaker *Brand Management*, Pearson Education, G.Lewi, 2005.

MKGM31413

Luxury Brand Management

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGM31412

Course Coordinator: S. NYECK, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Luxury Brand Management

Lecturer: D. MORISSET

Introduction:

Branding has become a hot topic. Many companies realize that they need to understand the value of their corporate brand and its products; develop and manage brands strategically, and deliver implementations that are relevant to the stakeholders. For luxury brands, the challenge is to keep the aspirational aspects of the brand and products alive while allowing more and more accessibility by extending the brand, offering products that range from the entry level to the exclusive club. Defining mature retailing concepts, focusing on service quality and taking CSR into account allow luxury brands to remain exclusive and highly desirable for consumers. Consumers, especially those who are wealthy, culturally sensitive and/or trend leaders, want something special and unique.

Objectives:

The objective of this course is to discuss how strategic management of Dream Factor, Corporate Social Responsibility and Accessibility, combined to differentiated and consistent implementations that are relevant to stakeholders, help developing powerful brands and creating emotional bond with consumers and loyalty.

We will focus on three topics: Consumer brand equity and cultural foundations of the dream factor; brand identity and experiential branding; Corporate Social

Responsability as brand leverage and internal branding.

You will be exposed to lots of cases of successful — and some unsuccessful — branding campaigns so that you learn what to do and what not to do in your own job. This seminar will familiarize you with the best practices in luxury branding and show how to build strong and powerful brand. From Hermès, Chanel, Vuitton, DTC and the rebirth of Dior and ST Dupont to successful branding initiatives in champagnes like Krug, Dom Perignon and watches.

By understanding the key success factors of luxury brand management, you will learn about concepts and be equipped with tools to manage a branding project you could apply in mass brands.

Specific objectives:

1. Introduction to the challenges of luxury brand management
2. Understanding the cultural dimension of powerful Brands
3. Understanding Brand identity fundamentals
4. Describe patterns of luxury consumption
5. Explain How Corporate social Responsibility can increase the dream factor
6. Discuss luxury brands extensions and communication
7. Discuss the relationship btw Corporate social Responsibility and internal branding

Topics covered:

To understand this complex process, we will be exposed to perspectives from marketing, semiotics (the study of symbolism), sociology, anthropology, cultural. In addition to class lectures and discussion, students will work on case studies.

The aim is to give students practice in performing an actual branding and Corporate social responsibility project.

Teaching methods:

Class attendance and participation:

Attendance is both expected and considered necessary to adequate completion of the course. You are responsible for all material covered in class or assigned, regardless of the reason for absence. Lectures will be based on the assumption that you have read all assigned material prior to attending the session in which it is discussed.

Your responsibility is not only to attend class; you should also be a contributor to class. Your class participation grade will reflect my assessment of the extent to which you have done this. If by the end of the term I don't recognize your name and/or face, that is a good indication that you haven't lived up to this responsibility. In addition to asking questions or making (constructive) comments during class, you can contribute by volunteering to share the work you have done on class assignments with the rest of us. On a day when a case study is due, I will ask students to come up and share their project with the rest of the class.

Interaction with professor: I will be happy to set up an appointment to meet with you at a mutually convenient time. Please note that due to other commitments I cannot guarantee that I will be able to spend time with you if you just "drop by" my office. Please e-mail me to set a mutually convenient time.

L'Oreal Group projects: Members of the class will divide into teams of 3-4 members. Each group will work on a L'Oreal project dealing with Branding and Corporate social responsibility (branding diversity and green concepts for a cosmetic brand) throughout the semester and present it to the class. This project will allow you to apply the concepts of branding and corporate social responsibility we cover during the semester in a creative way. I will assign a group grade to the presentation then modify these grades as necessary to

reflect each individual's contribution to the group effort. Details will be provided on a separate handout.

Grading pattern:

Team case (1) 50%

Individual case (1) 40%

Class participation 10%

Bibliography:

Consider one of the following books if interested in understanding the general concept of branding

Leslie de Chernatony, *From Brand Vision to Brand Evaluation*, 2nd ed, Elsevier, 2006.

A textbook authored by (1) Kapferer Jean-Noel, *The New Strategic Brand Management: Creating and sustaining Brand equity long term*, Koogan Page, 2004.

Optional reading for those interested in Luxury brands only

Uche Okonkwo, *Luxury Fashion Branding, trends, tactics techniques*, Palgrave Macmillan, 2007, focusing on luxury brands.

MKGM31420

Séminaire de recherche MKG

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MKGM31421

Responsables du cours : S. PROKOPEC,
A. ONÇULER, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Séminaire de recherche en Marketing

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Ce séminaire donne aux étudiants l'opportunité de mettre en pratique les connaissances en marketing qu'ils ont acquis précédemment dans les cours tels qu'études en marketing, comportement du consommateur, publicité et marketing management.

MKGM31421

Research Seminar in Marketing

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGM31420

Course Coordinators: S. PROKOPEC,
A. ONÇULER, ESSEC Professors

This course is taught in English

Course outline:

Research Seminar in Marketing

This seminar provides students with an opportunity to put into practice their marketing knowledge acquired in previous courses, such as marketing research, consumer behaviour, advertising and marketing management.

MKGM31454

Relations industrie commerce

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : D. TIXIER,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

La relation industrie-commerce-consommateur

Enseignant : R. GERIN, chargé de cours

Introduction :

La relation industrie-commerce-consommateur, dans l'univers des Produits de Grande Consommation, a vécu de profonds bouleversements dans les années 90 : Loi Galland, Loi Raffarin, poursuite de la concentration / globalisation des enseignes et de l'industrie, développement du category management, montée en puissance inexorable de Wal-Mart, etc. Le début des années 2000 a ensuite offert quelques mouvements inattendus : des associations d'indépendants (à commencer par Leclerc) ont poursuivi en Europe une croissance insolente, l'essoufflement pendant plusieurs années (2002-2006) du modèle dominant depuis 40 ans (l'hypermarché) au profit du hard discount,

la bascule du pouvoir de l'information en faveur des enseignes, le modèle Ahold qui s'effondre en quelques jours, le e-commerce alimentaire qui ne fait toujours pas 1% de part de marché, etc. Et le pouvoir politique a poursuivi ses tentatives, souvent maladroites, d'organiser la filière : Rapport Canivet, Circulaire Dutreil, Loi Jacob, Loi Chatel, rapport Attali etc.

Objectifs et thèmes abordés :

L'objectif de ce cours est donc de permettre aux étudiants de réfléchir avec des professionnels du secteur sur des thèmes prospectifs liés à la relation industrie-commerce-consommateur.

Ainsi, R. GERIN a traité avec les invités de la Chaire des PGC les sujets suivants au cours des 5 années écoulées :

- la relation industrie commerce en 2010,
- les conséquences de l'arrivée de Wal Mart en Europe,
- les conséquences de la détention par les enseignes d'informations comportementales sur leurs clients
- la distribution du PGC en 2020,
- les conséquences des recommandations du rapport Attali sur la relation industrie-commerce-consommateur.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base d'un travail de recherche.

MKGS31200

Contemporary Issues Luxury MKG

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGS33200

Course Coordinator: M. PHAN, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

«Contemporary Issues Luxury Marketing» LVMH Chair Seminar

This course, reserved to LVMH Chair students, is also opened to ESSEC MBA students as well as exchange students depending on the available places.

LVMH Chair seminar focuses on current issues facing luxury companies today (in English).

MKGS31226

Marketing B to B et industriel

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MKGS31227

Responsable du cours : H. FAUCHER, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Marketing Business to Business et industriel

Enseignants : Ph. BOURRAT, A. SABATHIER, chargés de cours

Introduction et objectifs

Ce cours porte sur les spécificités du marketing dans un environnement de type «business to business.» L'objectif est de fournir aux étudiants les concepts et méthodes qui leur permettront de porter un diagnostic, d'analyser et de décider efficacement dans les marchés industriels.

Thèmes abordés :

Caractéristiques de la demande en contexte BtoB,

Comportement d'achat organisationnel, Méthodes de segmentation,

Formation et suivi des budgets marketing, Equilibrage du mix et gestion des activités

et produits nouveaux en contexte industriel et, plus généralement, BtoB.

Pédagogie :

Exposés des aspects formels de la discipline, études de cas, exemples de différentes industries. Discussions.

Evaluation :

Analyse, individuelle ou en groupe, de plusieurs cas concrets.

Participation active à la discussion des situations étudiées

Quiz

Bibliographie :

Ce cours est basé sur un ensemble de cas qui seront indiqués en séances.

MKGS31227

Industrial & B to B Marketing

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGS31226

Course Coordinator: H. FAUCHER, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Industrial and Business-to-Business Marketing

Teachers: Ph. BOURRAT, A. SABATHIER

Introduction and Objectives

This course deals with the specificity of marketing in a BtoB environment. The objective is to provide students with concepts and methods allowing them to make a pertinent diagnosis, analyze and efficiently decide in the context of industrial and, more generally, BtoB markets.

Topics covered:

BtoB demand characteristics

Organizational purchasing behavior

Segmentation methods

Budgeting and follow-up

Balancing the marketing mix and managing new products and activities in the BtoB context.

Teaching methods:

Presentation of the formal aspects of the discipline by the instructors, case studies, examples from different industries, discussions .

Evaluation:

Individual or group case studies

Active participation to case discussions

Quizz

Bibliography:

Anderson J.C., J.A. Narus, D. Narayandas, *Business Market Management – Managing, Creating and Delivering Value*, Third Edition, 2009, Pearson International Edition.

MKGS31228

B to B Agri-food Mkg Policy

Credit hours: 1.00

Course attribute: Cours de gestion

Contact hours: 25.00

Course coordinator: H. FAUCHER, professeur ESSEC

This course is taught in English

Course Outline:

Business-to-Business Agri-Food Marketing Policy

See Chapter 9, Filières et cursus : "Filière d'enseignement agro-alimentaire"

Introduction and objectives:

In its most traditional sense, marketing consists of a set of concepts and techniques aiming at satisfying the needs of the final consumers. These needs propagate upwards along the economic chains, affecting the « business-to-business » relationships. In the agri-food domain, the industrial needs arise all along the chains, and concern products as diverse as packaging, manufacturing equipment, intermediate products, with a more tangible concentration at the level of « Intermediate Food Products » and farm inputs.

The objective of the course is to enable participants to formulate and execute sound marketing policy in an agri-food business-to-business context. Therefore the course includes a series of real case discussions developed by H. Faucher in partnership with actual executives from large international companies of the sector. These "live" case studies come as "hands-on" illustrations of theoretical aspects from the industrial marketing field, duly covered during the course, such as the concept of transaction, industrial chain and networks, industrial purchasing behavior, need appraisal, market segmentation, value delivering systems, communication strategies, key account management, etc., drawn from both standard and the most recent theoretical literature. Specific industrial marketing

tools are introduced, including Segmentation, Product Positioning and Key Account Identification techniques, to complete the link between theory and practice.

Topics covered:

- Business-to-Business: Anything different?
- Business Purchasing Behavior: What are customers running for?
- Planning Key Customer Business: Managing long-lasting customer relationship
- Negotiating with Key Customers: Ensuring long-lasting shared profits; Fruit prep', the negotiation case on Fruit Preparations between customer and supplier
- Bringing Value Through the Chain: Who will get the most out of it?
- Business-to-Business Segmentation: The most important strategic decision
- Offer Positioning in a Competitive World: How to be first in customers' perceptions?
- Competitive Positioning Analysis and Marketing Intelligence: Buffer BiAc, the case of acidifiers for the food industry
- Business Channel Management: Toutatis, the case of farm plan genetics

Teaching methods:

The course provides theoretical aspects from the industrial marketing field. Three deeply involved, real, up-to-date case studies, co-authored together by H. Faucher and several expert executives are discussed in class. A selection of articles is provided for reading and discussion. Other "mini-cases" are provided in class to illustrate the large variety of issues brought about in the course.

Grading pattern:

- Two article reading notes (individual),
- One intermediate quizz (individual),
- Two case preparation notes (by pairs)

Bibliography:

(Recommended Textbook)

Andersen J.C., A. Narus, D. Narayandas, 2009, *Business Market Management: Understanding, Creating and Delivering Value*, Third Edition, Pearson Prentice Hall.

MKGS31311

International Marketing

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGS31312

Course Coordinator: S. PROKOPEC, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

International Marketing

Objectives:

This course will give an overview of international marketing issues. Course objectives are to develop a general overview and understanding of international marketing, to provide an appreciation of environmental influences in international marketing, to teach a way of thinking which will assist in identifying and analyzing the environmental uniqueness of various nations, and finally to illustrate marketing techniques and strategies necessary to compete in the global marketplace. We will have a look at culture, global segmentation - targeting - positioning, global marketing research, global product, pricing, distribution, and communication decisions.

Teaching methods:

The course is a combination of lectures, discussions, as well as group works.

MKGS31312

Marketing international

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MKGS31311

Responsable du cours : B. PRAS, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Marketing International

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Voir descriptif du cours

MKGS31311 International Marketing

MKGS31452

Sém. Chaire PGC (1)

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : D. TIXIER,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

**Séminaire de la Chaire Produit Grande
Consommation (1)**

Voir chapitre 8 - Chaires

MKGS31453

Sém. Chaire PGC (2)

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : D. TIXIER,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

**Séminaire de la Chaire Produit Grande
Consommation (2)**

Voir chapitre 8 - Chaires

MKGS31461

Sém. Chaire VSM «Synthèse»

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : E. LE NAGARD,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

**Séminaire de Chaire «Vente et
Stratégie Marketing» Séminaire de
synthèse**

T2.- Ce séminaire, réservé aux membres de la Chaire, est dispensé par les entreprises fondatrices de la Chaire sous la responsabilité de son titulaire. Chaque entreprise enseigne une séance de cours

sur la base d'un cas spécifique à son entreprise. La diversité et la complémentarité des entreprises partenaires permettront aux étudiants d'acquérir une capacité de synthèse de la fonction vente et stratégies commerciales à travers divers secteurs et différentes problématiques. Les étudiants devront également réaliser une mission de conseil pour l'une des entreprises partenaires de la Chaire. Ce travail représente 80 % de la note de ce cours.

MKGS31462

Sém. Chaire VSM «Vente 1»

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : E. MONGROLLE,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

**Séminaire de Chaire «Vente et
Stratégie Marketing» Séminaire de
vente et communication**

T2.- Ce séminaire, réservé aux étudiants de la Chaire, donne aux étudiants une vue de synthèse du contexte actuel de l'organisation des ventes dans les entreprises et des problèmes qui se posent. En outre, les étudiants bénéficient d'une formation approfondie à l'expression orale ainsi qu'aux différents aspects de la négociation en entreprise.

- des exposés théoriques couvriront un éventail d'approches de la prise de décision. Des exemples commerciaux les illustreront.
- des travaux de groupe seront réalisés en vue de l'application des notions apprises par les étudiants. Ils donneront lieu à des exposés oraux.

MKGS31463

Sém. Chaire VSM «Vente 2»

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : E. MONGROLLE,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Séminaire de Chaire «Vente et Stratégie Marketing» Séminaire de vente et communication (suite)

T3.- Cette deuxième partie de l'enseignement réservé aux membres de la Chaire se base sur le thème central retenu pour l'année et cherche à familiariser les étudiants avec l'approche stratégique des entreprises. Le but recherché est de clarifier les modes opératoires en matière de distribution après détermination des objectifs à atteindre. Les étudiants rencontrent, durant ce trimestre, des responsables d'entreprises de tailles variées, qui évoquent les opportunités offertes et les difficultés rencontrées dans la mise en application des concepts stratégiques dont ils sont porteurs. Des problèmes concrets sont proposés et les recherches de solutions possibles à l'échelon local ou européen familiarisent les étudiants avec la nouvelle donne mondiale qui sera la situation qu'ils trouveront à leur sortie de l'école. Cette session se termine par une journée inter-entreprise organisée par les étudiants, regroupant une cinquantaine de participants autour du thème central retenu pour l'année.

MKGS31469

Luxury Retail Management

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGF31219

Course Coordinator: M. PHAN, ESSEC
professor

This course is taught in English

Course outline:

Luxury Retail Management

Teacher : D. MORISSET

This course, reserved to LVMH Chair students, is also opened to ESSEC MBA students as well as exchange students depending on the available places.

Introduction:

T3.- Luxury brands are developing an integrated retail distribution strategy for many converging reasons: to better transmit and communicate their brand codes & values, to create unique & memorable luxury experiences in their stores, to improve knowledge and loyalty among their customers through CRM, VIP & loyalty programs, to enhance the exclusivity perception through pricing & merchandising control, to optimize their financial performance etc.

Topics:

- Luxury retailing foundations – the essence of retail – the role of brand communication in retail
- Recent trends: from concept stores to global stores and now flagship stores
- The opportunities, threats and challenges of internet and social networks for luxury retailers – CRM perspective
- Store formats, store locations, store design and brand identity, real estate issue
- The Financial tools of Retail Management: ratios, margins, prices, retail math
- Managerial perspective, service and after sales service perspectives and floor management perspective
- Merchandising and product management perspective and tools

Objectives:

In this context the main objective of this course is to provide participants with in-depth understanding of the luxury retail environment. This course aims at training participants on the complexity and growing importance of managing luxury retail stores, at the level of retail manager or retail director.

Teaching methods:

It will deliver both conceptual tools and best practices and pitfalls of luxury retail management through the sharing of experience from senior retail executives and the presentation and discussion of real life and recent case studies.

Grading Pattern:

- Group work (group case studies) - 30 % of the final grade.
- Individual work will be requested on one individual case study: 60 % of the final grade.
- Preparation, individual participation (quantitative and qualitative) as well as punctuality and presence: 10% of final grade.

MKGS31471**LVMH Chair Sem. "Funda Luxury"**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course coordinator: M. PHAN, ESSEC professor

This course is taught in English

Course Outline:**LVMH Chair Seminar "Fundamentals of Luxury"**

The seminar is reserved to students admitted to the LVMH Chair.

The seminar consists of a series of topics which are essential to luxury brand management. They will be given by professionals working at the LVMH group or the luxury industry at large. There are privileged opportunities for the students to interact with professionals who are eager to share their passion, experience and know-how.

The topics include :

- Creation and design
- Product development (marketing and industrial)
- Supply chain management (logistics, purchasing, production)

- Operational marketing (customer relationship management, merchandising)
- Marketing communications (media relations, events management, public relations)
- Distribution and retail (E-commerce, wholesale, exclusive distribution)
- Intellectual property and legal issues
- Sustainable development

MKGS31472**Sém. Chaire LVMH "Fonda théor. "**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MKGS31471

Responsable du cours : M. PHAN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Séminaire de Chaire LVMH****"Fondations théoriques du luxe"**

Réservé aux étudiants de la Chaire

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Ce séminaire présente les évolutions de la notion de luxe, ainsi que les problématiques générales du secteur, abordées sous l'angle économique, historique et sociologique.

MKGS31473**Sém. Chaire LVMH "Métiers luxe"**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : M. PHAN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Séminaire de Chaire LVMH "Métiers du luxe"**

Réservé aux étudiants de la Chaire

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Ce séminaire est basé sur des présentations des différents métiers du luxe et leurs spécificités. C'est un lieu de rencontre privilégié entre les étudiants de

la Chaire et des professionnels du luxe qui partagent leur expérience et leur savoir-faire. Il est conçu pour permettre aux étudiants de découvrir des vocations et des métiers.

MKGS31474

Sém. Chaire LVMH Sémiotique

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : M. PHAN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Enseignant : A. de GUILLOMONT, chargé de cours

Séminaire de chaire LVMH

«Sémiotique, esthétique, création et design»

Ce cours est ouvert aux étudiants de l'ESSEC MBA dans la limite des places disponibles. Il s'agit de donner aux étudiants, désireux d'acquérir des compétences dans l'analyse de la dimension esthétique des productions du luxe, une connaissance pratique des différentes grandes approches de l'œuvre d'art et de l'émotion esthétique (Wolfflin, Panofsky, Lévi-Strauss, Barthes, Greimas...). Il montre comment la sémiotique permet d'analyser le design et la création, et d'une façon plus large des objets.

MKGS31475

Luxury Brands Communication

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinator: S. NYECK, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Luxury Brands Communication

(This course will not be offered in 2009-10).

Brands are the driving force of any successful marketing strategy, and communication is the driving force of brand awareness, perception, value and loyalty. From this perspective, brand equity management demands a mastery of communication strategy. In this course, students will learn to apply methods of semiotics, a branch of anthropology devoted to the study of signs, to the analysis of integrated marketing communications at all points of contact with the customer. Readings, lectures, and group activities will focus on the implications of semiotics for strategic positioning, market segmentation and brand extension strategy. Theories and methods will be applied to real business cases and group activities in order to illustrate the relevance of semiotics for marketing practice.

MKGS31481

Sports Mkg Chair Seminar (1)

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGS31483

Course coordinator: Th. LARDINOIT, ESSEC professor

Course outline:

Sports marketing: the organizer's point of view

Objectives and topics covered:

This seminar, *offered exclusively to the students of the International Sports Marketing Chair*, aims at grasping the methods of operation, decision and action of sports institutions, mainly in strategic and business perspectives. This seminar realised in London for the last 2 years, is highly interactive as guest speakers from the sports business tackle major topics of the field, while the students need to prepare their questions to the speaker. In order to prepare these seminars, the students meet with the speakers beforehand, write thematic press reviews,

and formally deduce questions that feed the debates. The grading depends on the quality of the seminars' preparation, the preparatory file, and the relevant involvement in the debates.

Grading pattern:

The evaluation is made taking account results of an operational study (see specific paragraph below) with the Chair partners, cases and mini-cases resolved into sessions.

MKGS31483

Sém. Chaire Mkg sportif (1)

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : MKGS31481

Responsable du cours : Th. LARDINOIT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Le marketing du sport : la problématique de l'organisateur

(Ce cours ne sera pas offert en 2009-10, voir son équivalent : MKGS31481)

Objectifs et Thèmes abordés :

Ce séminaire, *réserve aux étudiants de la Chaire Internationale de Marketing Sportif*, a pour objectif d'appréhender les modes de fonctionnement, de décisions et d'actions des institutions sportives, essentiellement dans des logiques stratégiques et commerciales. Ce séminaire qui s'est déroulé à Londres les 2 dernières années, est éminemment interactif puisque des intervenants du monde de la gestion du sport viennent traiter les thèmes majeurs du secteur et que les étudiants doivent préparer leurs interpellations du «conférencier». Les étudiants préparent ces séminaires en rencontrant au préalable les intervenants, en produisant des revues de presse thématiques et en en déduisant formellement des interrogations qui alimenteront les discussions.

La notation tient compte de la qualité de la préparation des séminaires, du dossier préparatoire et de l'implication pertinente dans les débats.

MKGS31482

Sém. Chaire Mkg sportif (2)

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : Th. LARDINOIT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Le marketing par le sport :

La problématique de l'entreprise

Objectifs et thèmes abordés :

Ce séminaire qui s'est déroulé à l'UEFA à Nyon en Suisse en 2008/2009, *réserve aux étudiants de la Chaire Internationale de Marketing Sportif*, a pour objectif d'appréhender les enjeux stratégiques et tactiques de l'utilisation du sport par les entreprises. Ceux-ci dépassent largement le seul champ de la communication. Le séminaire est l'occasion pour l'étudiant de confronter les principes théoriques du marketing sportif exposés en amphithéâtre, aux réalités des entreprises. Pour ce faire, des praticiens de haut niveau, représentant les partenaires de la Chaire, viennent très régulièrement partager leur expertise avec les étudiants. Le séminaire permet de développer la compréhension des différentes natures, fonctions et savoir-faire marketing des entreprises impliquées dans le secteur.

Evaluation :

La notation est effectuée sur la base de résolutions de cas, une étude opérationnelle (voir paragraphe spécifique ci-après) menée avec les partenaires de la Chaire et mini-cas résolus en séances.

MKGS31484

Economie du sport et stratégie

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent: MKGS31485

Responsable du cours : Th. LARDINOIT,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Economie du sport et stratégie

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Objectifs et thèmes abordés :

Ce séminaire, réservé aux étudiants de la Chaire Internationale de Marketing Sportif, a pour objectif d'appréhender les modes de fonctionnement, de décisions et d'actions des institutions sportives, essentiellement dans des logiques stratégiques et commerciales. C'est un séminaire éminemment interactif puisque des intervenants du monde de la gestion du sport viennent traiter les thèmes majeurs du secteur et que les étudiants doivent préparer leurs interpellations du «conférencier». Les étudiants préparent ces séminaires en rencontrant au préalable les intervenants, en produisant des revues de presse thématiques et en en déduisant formellement des interrogations qui alimenteront les discussions. La notation tient compte de la qualité de la préparation des séminaires, du dossier préparatoire et de l'implication pertinente dans les débats.

MKGS31485

Sports Economics and Strategy

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: MKGS31484

Course Coordinator: Th. LARDINOIT, ESSEC
professor

This course is taught in English

Course outline:

Sports Economics and Strategy

This course is compulsory for the students of the International Sports Marketing Chair. ESSEC MBA students can also register to this course depending on the availability of seats.

Objectives and Topics covered:

The course allows students to acquire fundamental knowledge of sports economics and the strategies developed in this field. The theoretical content of the sessions is based on an organisational approach of sports, its international audience and the new role of the media. Guest speakers share their expert point of view about specific aspects of the course and tell about their own international experience.

Grading pattern:

The evaluation is made taking account results of an operational study (see Chapter 8 - Chair) with the Chair partners, cases and mini-cases resolved into sessions.

Section 11. Systèmes d'Information et de Décision

Professeur responsable : Nicolas PRAT

Secrétariat : Patricia FERNANDEZ, Marie-France MORICE

Les objectifs

Le département Systèmes d'Information et de Décision (SID) a pour vocation de donner une formation théorique et pratique dans les domaines des systèmes d'information, de la modélisation stochastique (statistique, économétrie), des méthodes scientifiques de gestion (analyse de la décision, théorie des jeux et de la négociation, recherche opérationnelle). Ces différentes disciplines scientifiques ont été regroupées sous les termes : Systèmes d'Information et de Décision.

L'idée selon laquelle la conduite efficace des organisations suppose la maîtrise des Systèmes d'Information et de Décision se vérifie de manière constante. L'amélioration continue du rapport performance / prix des matériels, de nouvelles technologies de traitement de l'information et de la communication, le développement des progiciels et surtout des réseaux et télécommunications, témoignent du rôle sans cesse croissant des systèmes d'information et de décision dans les entreprises. Ces systèmes sont devenus l'une des clés de la survie des organisations. Leur qualité et leur flexibilité sont déterminantes dans la capacité des entreprises à faire face à la complexité des marchés. Ils sont «l'outil indispensable» pour concevoir, développer et mettre en œuvre des systèmes offrant des avantages concurrentiels aux entreprises. De ce fait, les Systèmes d'Information et de Décision ne sont plus seulement l'affaire de quelques spécialistes. Ils relèvent aussi de la responsabilité de tous les membres de l'entreprise.

En conséquence, l'objectif du département est avant tout d'offrir aux étudiants la possibilité d'acquérir une formation de base rigoureuse mais appliquée aux problèmes de gestion. Un grand nombre de cours du département SID peut donc être qualifiés de cours «transversaux», offrant une culture de base aux étudiants désirant se familiariser avec les méthodes scientifiques de gestion et leur permettant d'en faire l'application dans de nombreuses disciplines. Il s'agit d'une initiation à des concepts, méthodes, techniques et outils utiles à la compréhension d'autres cours proposés en MBA (Filières : Finance, Economie, Actuariat, Chaires, Marketing ...).

Un bon conseil : nous vous rappelons que pour avoir encore plus d'informations, vous pouvez consulter les plans de cours disponibles à la bibliothèque via la banque de prêt.

PLANNING DES COURS			T1	T2	T3
SYSTEMES D'INFORMATION ET DE DECISION			Nbre de sections		
Sciences de la Décision					
	SIDD31112	Aide à la décision		1	1
	SIDD31373	Résolution des conflits		1	
(x)	SIDD31374	Gestion et modèles de risque			
ou (e)	SIDD31375	Quantitative Risk Management	1		
Systèmes d'Information					
(a)	SIDI31084	Pré-MBA Conception de SI	1		
ou (a)(e)	SIDI31085	Pre-MBA IS Design	1		
(a)	SIDI31086	Pré-MBA Informatique	3		
ou (a)(e)	SIDI31087	Pre-MBA Computing Skills	1		
(e)	SIDI31129	Database Management		1	
ou (x)	SIDI31130	Bases de données			
	SIDI31132	Excel avancé pour managers	2	3	4
ou (e)	SIDI31133	Advanced Excel for Managers		1	
(f)	SIDI31134	SI/TI pour les managers	3	3	4
ou (f)(e)	SIDI31135	IS/IT for Managers	3	2	3
	SIDI31224	Langage C	1		
	SIDI31225	Projet & logiciels multimédia			2
(e)	SIDI31227	eBusiness Principles & Techno	1		
	SIDI31333	Création de sites Web		1	
(x)	SIDI31375	Systèmes décisionnels			
ou (e)	SIDI31377	IT-enabled Decision Support			1
	SIDI31406	Visual Basic et approche objet		1	
(e)(fi)	SIDI31421	Seminar in Information Systems			
Mathématiques					
	SIDM31182	Mathématiques pour la finance		1	
ou (e)	SIDM31183	Financial Mathematics	1		
Statistiques					
(a)	SIDS31080	Pré-MBA Statistiques	2		
ou (a)(e)	SIDS31081	Pre-MBA Statistics	1		
ou (a)	SIDS31082	Pré-MBA Math. & Stat.	1		
ou (a)(e)	SIDS31083	Pre-MBA Math. & Stat.	1		
	SIDS31160	Introduction à l'économétrie		1	
	SIDS31163	Statistique multidimensionnell			1
ou (e)	SIDS31165	Knowledge Extraction from Data		1	
	SIDS31263	Méthodes statistiques		1	
(x)	SIDS31266	Enquêtes par sondage			
(e)	SIDS31267	Financial Econometrics			1

(a) Réserve aux admis directement en MBA

(f) Cours fondamentale

(fi) Voir chapitre 9 - Filières et cursus

(e) This course is taught in English

(x) Non proposé cette année

Ce planning, établi avec toutes les informations connues au moment de l'impression, est donné sous réserve de changements.

SIDD31112

Aide à la décision

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : L. ALFANDARI,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Aide à la décision

Introduction :

Ce cours propose aux étudiants un panorama de modèles et méthodes utilisés en entreprise pour aider à optimiser la prise de décision managériale, dans un environnement complexifié par l'accroissement de la taille des marchés, des quantités à gérer, des paramètres et critères à prendre en compte, et du niveau d'incertitude. Localiser une entreprise ou des points de vente, construire un réseau de distribution, un plan de production ou un plan média, sélectionner un projet évalué sur plusieurs critères lors d'un appel d'offres, délocaliser ou agrandir une activité, sont quelques exemples de décisions où le simple bon sens, l'intuition ou la calculatrice ne suffisent généralement pas à aider le décideur à « voir clair ».

Thèmes abordés :

Le cours traitera trois grandes problématiques :

- 1/ Modèles de décision pour la planification optimale des ressources : modélisation par la programmation mathématique, applications à la localisation d'entreprise, au dimensionnement d'effectifs, à l'optimisation de la Supply Chain et à la composition de portefeuille financier, simulations et résolutions de problèmes à l'aide d'un Solveur, introduction aux principales méthodes de résolution exactes et approchées de problèmes d'optimisation combinatoire
- 2/ Aide multicritère à la décision : recherche de solutions efficaces,

méthodes de scoring de type somme pondérée, analyse de rankings, introduction aux méthodes de surclassement de type Electre 3/ Théorie de la décision dans le risque et l'incertain : critères de choix dans l'incertain, probabilités subjectives, arbres de décision, valeur de l'information, biais cognitifs de la décision, introduction à la théorie des jeux.

Pédagogie :

Des cas concrets seront traités et discutés en séance. La recherche du modèle pour une situation de décision donnée s'effectuera dans le cadre d'un processus interactif entre le professeur et l'étudiant, dont la créativité et l'imagination seront mises à contribution.

Evaluation :

L'évaluation se fera sur la base d'un modéloquiz (30 %), d'une note de participation (20 %) et de deux cas à rendre par groupe (25 % + 25 %). Lors de ce cours, les étudiants pourront être amenés à risquer de faibles sommes d'argent.

SIDD31373

Résolution des conflits

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : L. ALFANDARI,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : G. HELLERINGER, professeur ESSEC

Résolution des conflits

Introduction :

La gestion des conflits est une activité conduisant les individus ayant des responsabilités dans une entreprise ou une organisation à chercher à résoudre des conflits pouvant survenir entre eux. C'est donc une activité quotidienne, aux enjeux variés, qu'un futur diplômé de l'ESSEC doit savoir maîtriser.

Objectifs :

L'objectif de ce cours de 10 séances est de permettre une compréhension du mécanisme des conflits et des modes majeurs de résolution des conflits, ainsi que des mécanismes de la négociation et de la médiation afin d'en maîtriser la préparation et la conduite.

Thèmes abordés :

1. Apports conceptuels et théoriques.
2. Jeux de rôles avec mise en situation, permettant une meilleure compréhension des concepts présentés.
3. Analyse de cas historiques (lectures et vidéo).

Evaluation :

L'évaluation du cours porte sur des travaux écrits individuels (mémo d'analyse, fiche de lecture ou recherche thématique) ; elle intègre également la participation au cours des séances.

Bibliographie :

- Lempereur & Colson., *Méthode de négociation*, Dunod, 2005.
- Dupont., *La négociation*, Dalloz Gestion, Paris, 1990 (3ème édition).
- Rojot., *La négociation*, Vuibert, Paris, 1994.
- Fischer & Ury., *Comment réussir une négociation* (traduction de «Getting to yes»), Le Seuil, Paris, 1982.
- Fischer & Ury., *Negotiating Agreements without giving in*, Houghton Mifflin, Boston, 1981.
- Clausewitz., *De la Guerre*, Editions de Minuit, trad 1955.
- Sun-Tzu., *L'art de la guerre*.
- Kissinger., *Diplomatie*, Fayard, 1996.
- Ponssard., *Logique de la négociation et Théorie des jeux*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1977.
- Raiffa., *The Art & Science of Negotiation*, Harvard University Press, Cambridge, 1982.
- Schelling., *The strategy of Conflict*, Harvard University Press, Cambridge, 1960.

SIDD31374**Gestion et modèles de risque**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SIDD31375

Responsable du cours : M. KRATZ, professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Gestion et modèles de risque**

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-2010).

Ce cours développe les techniques d'analyse et de mesures de risque et les applique aux problèmes de la gestion industrielle et technologique, financière et d'assurance.

Thèmes du cours :

Les thèmes du cours incluent une revue des mesures et de la quantification du risque et son prix nécessaire à sa gestion. Un ensemble d'approche (utilitaire, marché financier, options réelles etc.) est développé à cette fin. Finalement, le cours se concentrera par la suite sur quelques cas réels utilisant Excel.

1. Définition et mesures des risques et leurs applications.
2. Revue de notions en probabilité et principes de processus stochastiques (Chaînes de Markov, la marche aléatoire et les processus stochastiques).
3. Les principes de mesure d'attitude envers le risque et la gestion des risques (avec applications industrielles, actuariat et finance).
4. La mesure et la gestion des risques technologiques et opérationnels.
5. CAS : Applications des processus de Poisson à des problèmes de flux, d'actuariat et de risques technologiques.
6. CAS : Applications à des problèmes de notation, d'investissement, de services financiers.
7. CAS : Applications à des problèmes réels de prix et d'options réelles.

Bibliographie :

- Tapiero C.S., *Risk and Financial Management*, Wiley, 2004.
- Tapiero C.S., *Applied Stochastic Models and Control in Finance and Insurance* – Kluwer Academic Publ., 1998.
- Notes de cours ainsi qu'articles de références seront distribués en classe.

SIDD31375

Quantitative Risk Management

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Equivalent: SIDD31374
Course Coordinator: M. KRATZ, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:

Quantitative Risk Management

This course is a quantitative study of the Risk Management, using probability and statistics language.

It develops the main theoretical concepts and modelling techniques of QRM, for the students to acquire practical tools to solve real problems.

Main concepts include loss distributions, risk measures, interdependence and concentration of risks, using techniques deriving from multivariate statistical analysis, financial time series modelling, copulas and extreme value theory.

This course is strongly recommended for the students who are interested into

- Financial risk analysis,
- Market finance
- Actuarial and financial mathematics

Prerequisites:

probability and statistics play a fundamental role in this course ; students are expected to have a good knowledge of the basics of these subjects.

NB : ce cours est fortement conseillé pour les élèves choisissant la filière «finance de marché» du département finance, ceux de la filière Actuariat (ESSEC-ISUP) ainsi que ceux s'orientant vers le Master de Sciences

«Probabilités & Applications à la Finance» (Convention Université Paris VI, Ecole Polytechnique, ENS Ulm, ESSEC).

Evaluation:

Two options :

Final (oral or written) exam (E) + continuous evaluation CC (participation, homework / cases (groups of at most 2 students) or small quizz during a session).

Final grade : (E+CC)/2

Final exam (E) + mid-term exam (ME) + CC (defined above).

Final grade : (E+ME+CC)/3

Bibliography:

- McNeil, A., Frey R., Embrechts, P. (2005), "Quantitative Risk Management", Princeton Series in Finance.
- Panjer, H.H. (2006), "Operational Risk Modeling Analytics", Wiley Series in Probability and Statistics.
- Tapiero, C.S. (2004), *Risk and Financial Management*, Wiley.

SIDI31084

Pré-MBA Conception de SI

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de pré-MBA
Total des heures : 25.00
Equivalent : SIDI31085
Responsable du cours : N. PRAT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : intervenants extérieurs

Pré-MBA Conception de systèmes d'information

Réservé aux étudiants admis directement en MBA. Cours de pré-MBA: cf. chapitre 4

Objectifs :

- Ce cours a deux objectifs :
1. Donner une culture informatique minimale grâce à une présentation conceptuelle qui s'appuie sur le vécu des séances précédentes.
 2. Initier les étudiants au processus de conception et de développement d'un système d'information. Chaque séance traite une étape de ce processus ; les apports conceptuels y sont

immédiatement illustrés et mis en œuvre par des travaux dirigés utilisant un système de gestion de bases de données relationnelles tel ACCESS et un Atelier de Génie Logiciel (A.G.L.) tel WinDesign.

Contenu du cours :

- Présentation d'une application fondée sur ACCESS – Création de requêtes – Création d'états – Création de formulaires – Création de macros, de boutons de commande et de menus.
- La modélisation conceptuelle des données, les concepts et processus.
- L'utilisation d'un Atelier de Génie Logiciel (AGL) pour construire un modèle conceptuel des données.
- Le modèle relationnel et la traduction d'un modèle conceptuel de données en modèle relationnel.
- La traduction d'un modèle relationnel en tables ACCESS.

Evaluation :

L'évaluation se fera par des cas à rendre d'une séance sur l'autre et un quiz final. La présence en cours est obligatoire et comptabilisée.

Bibliographie :

J. Akoka, A. Benhouhou, D. Briolat, I. Comyn-Wattiau, Polycopiés.

SIDI31085

Pre-MBA IS Design

Credit hours: 1.00

Course attribute: Pre-MBA course

Contact hours: 25.00

Equivalent: SIDI31084

Course Coordinator: Y. LI, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Pre-MBA Information Systems Design

Reserved for the students admitted directly in MBA. Pre-MBA course: see chapter 4

This ten-week course provides an introduction to the database package Microsoft Access and data modeling, along with an introduction to VBA using Excel. This course is intended for students

with a fair background in computing, and a good basic knowledge of Excel (or a similar spreadsheet package). The first part of the course will be focused on Microsoft Access and data modeling, followed by topics of VBA programming using Excel.

Database applications are used where there is much data to manipulate and complex queries are made to that data and complex reports are required. The practical aspect of the course concentrates on the computer database package MS-Access and shows how database applications, such as those based on Access, are developed in organizations. To this end, it also stresses the data modeling aspects, necessary for good database implementation. At the end of the course students should be able to use the basic features of Access as illustrated in the course material for their own database applications, along with having some confidence in simple VBA programming in Excel.

Overview:

Access: Introduction to MS Access using Access through the Database Wizard - Creating and using a customized Access database - Modifying the structure of an existing database - Extracting information from databases - Using two or more tables in combination - Using queries and reports to analyze data - Using forms to update data - Using menus and automating your database using macros - Creating a Switchboard - Creating custom toolbars and menus - Further features of Access.

Data Modeling: Designing your database application - Conceptual data modelling - Conceptual data modeling using a CASE tool - Translating to the relational data model.

An introduction to VBA using Excel: Use of the basic instructions of VBA and understand the basics of algorithm design.

Method:

Students follow worksheets in class, do coursework exercises, and carry out projects, which use Excel with VBA along with Access to develop applications based on a real-world requirement.

Assessment:

Assessment is based on the two projects, one in Excel and the other in Access. These involve the analysis, design, and development of small, but realistic applications. Each student provides full documentation of projects and demo to the professor. A good attendance and contribution record is essential, including success at mini-quizz, along with satisfactory projects.

Essential Reading:

You will be required to obtain Microsoft or other books to guide the learning of the tools discussed in the course.

SIDI31086**Pré-MBA Informatique**

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de pré-MBA

Total des heures : 25.00

Equivalent : SIDI31087

Responsable du cours : N. PRAT,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :**Pré-MBA Informatique**

Réservé aux étudiants admis directement en MBA. Cours de pré-MBA : cf. chapitre 4

Ce cours a pour objectif de former à deux logiciels indispensables à tout manager : un tableur (EXCEL) et un gestionnaire de base de données (ACCESS).

Thèmes abordés :

Tableur EXCEL

Présentation des principaux concepts d'un tableur - Etude des principales fonctions (SI, MAX, RECHERCHE, etc.)

- Liens entre feuilles de calcul.

- Gestion des données avec un tableur.

- Création de graphiques.

Gestionnaire de base de données (ACCESS)

Présentation d'une application fondée sur ACCESS - Création de requêtes - Création d'états - Création de formulaires - Création des tables et schéma de la base.

Evaluation :

L'évaluation se fera par des cas à rendre d'une séance sur l'autre et un quiz final.

La présence en cours est obligatoire et comptabilisée.

Bibliographie :

I. Comyn-Wattiau, J. Akoka, D. Briolat.,
Management avec Excel en pratique, Vuibert Informatique, 2004.

J. Akoka, A. Benhouhou, D. Briolat, I. Comyn-Wattiau., Polycopiés.

SIDI31087**Pre-MBA Computing Skills**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Pre-MBA course

Contact hours: 25.00

Equivalent : SIDI31086

Course Coordinator: Y. LI, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:**Pre-MBA Computing Skills**

Reserved for the students admitted directly in MBA. Pre-MBA course: see chapter 4

Spreadsheet applications are indispensable in business. Executives use Excel (or alternative spreadsheet software) to set up simple organizational information systems based on numeric data and also to improve personal productivity. At the end of the course students should be able to use the basic features of Excel as illustrated in the course material for their own spreadsheet applications.

Database applications are used where there is much data to manipulate and complex queries are made to that data and complex reports are required. The practical aspect of the course concentrates on the package MS-Access and shows how database applications are developed in organizations. At the end of the course students should be able to use

the basic features of Access as illustrated in the course material for their own database applications.

Overview:

Excel: An Overview of the Basic Features - Setting up a Worksheet - Organizing and Summarizing your Data - Presenting and Analyzing your data - Relative, Absolute and Mixed Addressing

Access: Introduction to MS Access using Access through the Database Wizard - Creating and using a customized Access database - Modifying the structure of an existing database - Extracting information from databases - Using two or more tables in combination - Using queries and reports to analyze data - Using forms to update data - Using menus and automating your database using macros - Creating a Switchboard - Creating custom toolbars and menus - Further features of Access and database design.

Method:

Students follow worksheets in class, do coursework exercises, and carry out mini-projects, which use Excel and Access, to develop an application based on a real-world requirement.

Assessment:

Assessment is based on the two projects, one in Excel and the other in Access. These involve the analysis, design, and development of small, but realistic applications. Each student provides full documentation of projects and demo to the professor. A good attendance and contribution record is essential, including success at mini-quizz, along with satisfactory projects.

Essential Reading:

You will be required to obtain Microsoft or other books to guide the learning of the tools discussed in the course.

SIDI31129

Database Management

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: SIDI31130

Course Coordinator: I. COMYN-WATTIAU, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Database Management

Introduction and Objectives:

Databases are present in every information system (IS). Database Management Systems (DBMS) allow IS specialists to build mature solutions. The unsolved problems are managerial ones: Who is allowed to access data? Who defines access rights?

Which business area must the information system and its database cover?

Does this database meet my requirements?

The objective of the course is to enable students to play an active role in IS project teams. They will be able to translate functional requirements in database structures. Students will be able to understand the organizational impact of IS choices.

The course does not require prior knowledge in IS.

Teaching method:

Each session consists of a half theoretical part and a practical application.

At the end of the course, students are able to understand and criticize database solutions, to interact with a database using the SQL language, and to participate in an IS project.

Grading pattern:

Assessment will be based on homework (40%), a midterm exam (30%) and a final exam (30%).

Bibliography:

Modern Database Management, 8th Edition,
J.A. Hoffer, P.B. Prescott, F.R. McFadden,
Prentice Hall, 2007.

SIDI31130

Bases de données

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SIDI31129

Responsable du cours : I. COMYN-WATTIAU,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Bases de données

(Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10).

Les bases de données sont incontournables dans toutes les fonctions de l'entreprise. Les solutions sont disponibles sur le marché et matures. Les problèmes restant à résoudre sont d'ordre managérial :

- qui a droit d'accès aux données ?
- quel périmètre ma base de données doit-elle prendre en compte ?
- la solution proposée par ce consultant répond-elle à mes besoins ? etc.

L'objectif du cours est de permettre aux étudiants de jouer un rôle actif dans les comités de projet et de pilotage, apportant la connaissance fonctionnelle aux équipes d'informaticiens en charge de la mise en place des solutions informatiques. Ce cours a pour objectif de les amener à jouer le rôle d'utilisateurs avertis, aptes à prendre en compte les impacts organisationnels induits par les choix de ces solutions. Les bases de données sont au cœur de toutes les applications informatiques, qu'elles soient développées en spécifique, ou achetées en tant que solution spécialisée (progiciel) ou solution générique (ERP).

Pédagogie :

Chaque séance comprend une partie d'explication des concepts puis une étude de cas réalisée en cours, sur papier ou sur machine. Les travaux effectués par groupe

de deux étudiants sont corrigés au début de chaque séance pour un apprentissage progressif.

A la fin de ce cours, l'étudiant est en mesure de :

- comprendre et critiquer de façon constructive une solution proposée par un informaticien,
- maîtriser le langage de requête SQL, qui est unanimement utilisé par les utilisateurs avertis des bases de données,
- participer activement à un projet informatique (mise en place d'un ERP, choix d'une base décisionnelle, etc.).

Evaluation :

Les étudiants sont évalués par des cas (par groupe de 2) 50%, et deux examens individuels (50%).

Bibliographie :

J. Akoka, I. Comyn-Wattiau., *Conception des bases de données relationnelles*, En pratique, Vuibert, 2001.

I. Comyn-Wattiau, J. Akoka., *Les bases de données*, Collection Que sais-je, Puf, 2003.

SIDI31132

Excel avancé pour managers

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SIDI31133

Responsable du cours : N. PRAT,
professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : E. PLANTIER, intervenant extérieur

Excel avancé pour managers

Cours anciennement intitulé «Micro-informatique avancée».

La maîtrise des systèmes informatiques personnels, en constante et rapide évolution, est une étape incontournable de l'efficacité professionnelle des cadres de l'entreprise.

Ce cours a pour but de permettre aux étudiants d'améliorer leur productivité personnelle en matière de conception et

d'exploitation d'outils de gestion et de décision.

Programme :

- Méthodologie et outils de conception de modèles Excel.
 - Fonctions et fonctionnalités Excel avancées.
 - Excel et la gestion des données.
 - Conception et réalisation de macros en Visual Basic Application pour Excel.
- L'évaluation se fera sur le quiz final individuel : 100%.

Bibliographie :

Bidault, *Excel et VBA : versions 97, 2000, XP, 2003 et 2007*, Campus Press, 2007
Comyn-Wattiau, Akoka, Briolat, *Management avec Excel en pratique*, Vuibert Informatique, 2004 (version 2003)
Moreau et Morié, *Excel 2007 avancé*, Eyrolles, 2008
Rigolet, *Excel 2007 Conception de tableaux et calculs simples*, ENI, 2008
Walkenbach, *Excel 2007 bible*, Indianapolis, 2007 (en anglais)
Walkenbach, *Excel 2007 Charts*, Wiley, 2007 (existe en français version 2003)
Walkenbach, *Formules et fonctions Excel 2007*, First Interactive, 2008

SIDI31133

Advanced Excel for Managers

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Equivalent: SIDI31132
Course Coordinator: N. PRAT, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:

Teacher: F. LE GUEN

Advanced Excel for Managers

This course is the English version of SIDI31132 "Excel avancé pour managers". It has the same syllabus.

Excel is the most setup application in the world. Its knowledge is an asset for all the executives who have to:

- Make pivot tables
- Create charts

- Create dashboards
 - Import data (Web, database)
- Moreover, Excel is able to create programs (Macros) when the manager wants to create a specific application. And, of course, it is necessary to know most of the tips and shortcuts to work faster with efficiency.

Grading pattern:

Assessment will be based on cases, a project applying the concepts, tools presented in the course, and a quizz.

SIDI31134

SI/TI pour les managers

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours fondamental
Total des heures : 25.00
Equivalent : SIDI31135
Prérequis : (SIDI21020 et SIDI21022) ou (SIDI31084 ou SIDI31085 ou SIDI31086 ou SIDI31087)
Responsable du cours : N. PRAT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : I. COMYN-WATTIAU, N. PRAT, professeurs ESSEC et intervenants extérieurs

Systèmes d'information et technologies de l'information pour les managers

Introduction :

Les systèmes d'information (SI) et technologies de l'information (TI) jouent aujourd'hui un rôle stratégique dans les organisations. Les SI/TI sont au cœur du métier de tout manager, quelles que soient sa fonction ou son activité (planification stratégique, définition de campagnes marketing, suivi des performances...). La maîtrise des concepts de base spécifiques aux SI/TI est donc indispensable à tout diplômé ESSEC. Ce cours fondamental vise à répondre à ce besoin, en démythifiant la technologie. A l'issue du cours, les étudiants posséderont les connaissances indispensables pour pouvoir :

- effectuer les choix de SI/TI les plus adaptés aux processus métiers qu'ils auront à gérer ou dans lesquels ils interviendront, qu'il s'agisse de processus opérationnels ou décisionnels. Pour effectuer ces choix sereinement, il n'est pas nécessaire d'être un spécialiste de la technologie, mais il faut en maîtriser les concepts de base.
- manager la ressource que sont les SI/TI.

Thèmes abordés :

Le cours est organisé en trois parties :

- Management stratégique et tactique des SI/TI: SI/TI et stratégie, externalisation, développement et mise en place des applications, gestion du changement.
- SI/TI et management des opérations: progiciels de gestion intégrés (ERP), reconfiguration de processus (BPR), SI inter-organisationnels, commerce électronique, gestion de la chaîne logistique (SCM), gestion de la relation client (CRM opérationnel).
- SI/TI et aide à la décision: gestion de la relation client (CRM analytique), bases et entrepôts de données (data warehouses), data mining (exploration statistique des bases de données à partir de techniques automatiques usuelles et de méthodes plus élaborées), business intelligence, management des connaissances.

Pédagogie :

Ce cours fondamental a une orientation résolument managériale, il met l'accent sur les implications des SI/TI pour les managers et les organisations. Le cours requiert une participation active des étudiants.

Il alterne :

- la présentation théorique des concepts,
- la mise en pratique immédiate via l'utilisation systématique d'études de cas réels, couplée avec d'autres méthodes pédagogiques (par exemple : témoignages d'intervenants, démonstrations de logiciels, discussion de vidéos).

Modalités d'évaluation :

Participation, cas, projet, quiz.

Bibliographie :

- R. Reix., *Systèmes d'information et management des organisations*, Editions Vuibert, 2004 (5ème édition).
- Guide du management des systèmes d'information – thèmes et termes essentiels*, ouvrage collectif sous la direction de A. Berdugo, G. Jean, R. Mahl, Editions Hermès, 2002.

SIDI31135

IS/IT for Managers

Credit hours: 1.00

Course attribute: Core course

Contact hours: 25.00

Equivalent: SIDI31134

Prerequisite: (SIDI21022 and SIDI21020) or (SIDI31084 or SIDI31085 or SIDI31086 or SIDI31087)

Course Coordinator: D. AVISON, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Teachers: D. AVISON, Y. LI, J. ONDRUS, ESSEC professors, and lecturers

Information Systems and Information Technology for Managers

A modern organization cannot function without computer information systems. Information technology (IT), sometimes referred to as information and communication technology (ICT), concerns the hardware and software. However, this course is more about the applications of that technology in organizations and its impact on society as a whole. Such information systems (or IS) represent a key corporate function in modern organizations.

People in organizations are not equipped to deal with situations that occur without knowing about what information systems exist in organizations, how they affect organizations and their employees, how they are developed, and how they can be made more efficient and effective. This course plays a key role in educating future

managers to participate in the management of IS/IT and to know how it impacts on managers in all aspects of the firm.

This MBA core course provides an integrated view of information systems in organizations, showing how the operations in the firm combine with information technology and decision support more generally. The course provides a management perspective of IS/IT, and shows how managers interact with the technology and how organizations can take advantage of opportunities provided by technology. The course requires the participation of students and stresses practical issues, especially through the use of case studies. At the end of the course, students will understand the role and main issues concerning IS/IT in supporting the successful operations and decision management in organizations. On successful completion of this course, students should be able to:

- Understand the recent developments in information systems, information technology and their role in organizations.
- Understand the role of managers in ensuring the successful utilisation of technology in organizations.
- Critically analyse the use of IT/IS in different organizations through discussion of case studies.

They should also have developed the following key skills: communication, problem-solving, researching the Internet, critical thinking.

There will be continuous assessment through coursework, both individual and group work, perhaps through case studies, panel presentations and/or a project report, along with written tests.

The course can be seen as being organized in three main parts:

1. Strategic and tactical management of IS/IT

2. IS/IT for operations management

3. IS/IT support for decision making

This topic area is continually changing so the course content will reflect this to keep the course up to date. Potential topics within these three broad areas are: IS/IT strategy in organizations, supply chain, outsourcing and procurement, IS development, risk management, failure and success, enterprise resource planning (ERP), business process reengineering, change management, inter-organizational systems, business to business, Internet, databases, decision systems (individual and group), data warehousing, data mining, customer relationship management, knowledge management, business intelligence, how to manage IS/IT, the actors.

Assessment:

Assessment will be based on class participation, group project and the final exam.

Essential Reading:

All students will be provided with access to the Intranet containing all PowerPoint presentations, case studies, reports, sections from books and other material which will be the basic material for the course. A draft of the forthcoming text by David Avison and Shirley Gregor on this topic will also be posted on the Intranet site.

SIDI31224

Langage C

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : I. COMYN-WATTIAU, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : T.T. HUA, chargé de cours

Langage C

L'objectif de ce cours est d'apprendre et de pratiquer le langage de programmation C. C'est un langage de haut niveau, structuré et puissant dont la popularité ne

cesse de croître. Il devient un standard de fait pour l'apprentissage des langages comme PHP, Java, C++, Javascript...

Thèmes abordés :

Le cours aborde à la fois l'algorithmique, donnant aux étudiants les concepts nécessaires à l'écriture facile de «bons programmes» et la programmation en langage C.

Pédagogie :

Les cas utilisés sont des problèmes de gestion classiques.

Evaluation :

L'évaluation se fera sur la moyenne des notes attribuées aux exercices C, la participation en cours, en TD et en TP.

Bibliographie :

- C. Delannoy., *Exercices en langage C*, Eyrolles, 1992.
- E. Horowitz., *L'essentiel des structures de données en C*, Dunod, 1993.

SIDI31225

Projet & logiciels multimédia

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : N. PRAT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : H. DECLIPEUR, chargé de cours

Projet et logiciels multimédia

Si l'on admet l'idée largement partagée que le multimédia investira notre vie quotidienne et celle des entreprises, voici une opportunité pour devenir un acteur intelligent de cet univers.

Le but de ce cours est de donner aux étudiants les moyens de comprendre un projet multimédia, les concepts, méthodes, procédures et outils qui le constituent, et d'en construire un.

Thèmes abordés et pédagogie :

Deux niveaux de lecture sont proposés pour favoriser la mise en œuvre d'un

projet multimédia :

- un niveau conceptuel permettant le développement d'un scénario et d'une arborescence,
- un niveau opérationnel permettant la réalisation à l'aide d'outils (Photoshop, Premiere, SoundForge, Flash et Dreamweaver) du scénario retenu.

Ce cours est une approche originale dans la mesure où il intègre de façon harmonieuse les aspects conceptuels et pratiques de développement d'un projet multimédia, mais aussi la gestion de celui-ci.

Un objet multimédia est par exemple un CD ROM, une borne interactive, un site Web riche en graphiques, en sons, en images. Ces objets servent aussi bien à soutenir des actions de formation, que des actions de communication et/ou de marketing.

Ce cours représente une occasion de s'initier à la réalisation professionnelle d'un projet multimédia.

Evaluation :

L'évaluation se fera sur 50 % de 4 évaluations (réalisation technique pratique ainsi qu'un dossier argumenté et motivé) et 50 % du projet final.

Bibliographie :

- P. Levy, *Les technologies de l'intelligence*, La découverte, 1990.
- J. Terrasson, *Les outils du multimedia*, Arnaud Colin, 1992.
- P. Boursier, P.A.Toufour, *La technologie multimédia*, Hermès, 1993.
- M. Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*, Nathan, 1993.
- N. Negroponte, *L'homme numérique*, Laffont, 1995.
- P. Labbe, *Photoshop CS2 : Pour PC et Mac*, Eyrolles, 2005.
- C. Moock, *Flash MX - ActionScript pour Flash MX (2nde édition en français)*, éditions O'Reilly.
- G. Monnier, *Flash MX - Animation, Interactivité et ActionScript*, Dunod.
- A. Christophe, *Dreamweaver MX, pour PC/MAC*, éditions Eni.

SIDI31227

eBusiness Principles & Techno

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinators: J. ONDRUS,

P. O'CONNOR, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

eBusiness Principles and Technologies

Introduction:

eBusiness is the ability to exchange information and perform transactions between enterprises, their business partners and consumers using electronic media. The growth in the use of the World Wide Web as a consumer information and transaction media has had a huge impact on the operations and management of most business in the early 21st century. In many cases, the nature and power structure of the entire sector has changed practically overnight. Organizations of all size are being forced to consider the implications of ecommerce for their continued growth and survival. Furthermore, eBusiness has brought new opportunities for organizations to innovate in different industry sectors. Adopting a managerial approach, this module provides students with the knowledge needed to participate in such decisions.

Objectives:

On completion, participants will: i) understand the technological elements that drive successful electronic commerce initiatives; ii) be able to participate in the design, development, implementation and assessment of electronic business projects; iii) understand current trends and issues in the electronic marketplace; and iv) be prepared for the operational, tactical and strategic management of electronic business projects.

Topics covered:

eBusiness technology, B2C and B2B applications, models and economics; approaches to website design; search engine marketing; electronic marketing; payment; security and trust online; mobile commerce; legal, ethics, and social issues.

Grading pattern:

A variety of different assessment methods, both practical and theoretical, will be used in this course. Specifically these will include:

- A written final exam,
- A search engine optimisation project: Groups of students are assigned a domain name and asked to achieve two objectives; (1) to optimize its position on Google UK and Altavista UK using a given set of keywords, and (2) to maximize the number of unique visitors to their site,
- An EBusiness Strategy report (in class and on the wiki).

Bibliography:

Jelassi, Enders (2008), *Strategies for e-Business: Creating Value through Electronic and Mobile Commerce*, Prentice Hall.

Papazoglou, Ribbers (2006), *e-Business: Organizational and Technical Foundations*, Wiley.

SIDI31333

Création de sites Web

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : J. ONDRUS, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : H. DECLIPEUR, chargé de cours

Création de sites Web

Thèmes abordés :

La première partie de ce cours propose des cadres de référence et une démarche pour concevoir et construire un site Web : analyse stratégique, analyse de l'existant et de l'environnement, spécifications des

fonctionnalités principales, choix des éléments de solution, démarche évolutive et itérative de construction du site, budgets et gestion de ce projet.

La deuxième partie fait le point sur l'état de l'art relatif à la création de pages Web. Les étudiants appliqueront l'ensemble de ces concepts, à travers des outils logiciels, notamment des éditeurs HTML, un langage de programmation Web et la gestion d'accès à une base de données à travers des cas pratiques et un projet personnel.

Ce cours permet à un étudiant de concevoir et créer un site Web normal et de comprendre les problématiques techniques ; pour un site très riche en objets multimédia voir aussi SIDI31225.

Evaluation :

L'évaluation se fera sur la participation en cours (20 %), la rédaction de projet (aspects fonctionnels et techniques)(40 %) et réalisation des projets (20 %).

Bibliographie :

- Rasmus Lerdorf, *Précis et concis*, O'Reilly, PHP
- C. Aubry, *Dreamweaver MX, pour PC/MAC*, éditions Eni.
- C. Moock, *Flash MX - ActionScript pour Flash MX (2nde édition en français)*, éditions O'Reilly.

SIDI31375

Systèmes décisionnels

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Equivalent : SIDI31377
Responsable du cours : N. PRAT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Systèmes décisionnels

(*Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10*).
Quelle que soit sa fonction (direction commerciale, direction financière...), tout manager doit être en mesure de décider vite et bien en présence d'informations de plus en plus nombreuses, hétérogènes et complexes. Pour cela, l'outil informatique fournit une aide déterminante. Le rôle des

systèmes d'information décisionnels tend ainsi à devenir prépondérant dans les organisations, alors que les systèmes opérationnels sont en voie de standardisation.

Ce cours met l'accent sur l'apprentissage et la manipulation d'outils, permettant une mise en application immédiate des concepts et méthodes des systèmes décisionnels, au travers de cas d'application typiques (rachat d'entreprises, suivi de performances...). L'outil BUSINESS OBJECTS est abordé en détail (tableaux de bord, reporting, analyse multidimensionnelle). D'autres outils sont utilisés en complément, afin d'illustrer d'autres aspects de l'aide à la décision (analyse hiérarchique multicritère, data mining, systèmes experts).

Le cours ne présuppose pas de connaissances préalables en systèmes d'information.

Evaluation :

Les étudiants sont évalués par des cas et un projet.

Bibliographie :

- C. Howson., *BusinessObjects XI*, Editions Mc Graw-Hill, 2006.
- Manuel de référence des logiciels.

SIDI31377

IT-enabled Decision Support

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Equivalent: SIDI31375
Course Coordinator: N. PRAT, ESSEC professor
This course is taught in English

Course outline:

IT-enabled Decision Support

Management is about making decisions. In today's business environment, decisions are more and more complex, and the amount of data available for analysis is growing dramatically. In this context, managers are increasingly relying on

information technologies to analyze these data and assist them in their decision making.

This course presents information technologies pertaining to decision making (data warehousing, business intelligence, artificial intelligence, data mining). The course stresses hands-on experience with software packages (primarily Business Objects and a tool based on the analytic hierarchy process), and application to concrete decision examples from various domains (marketing, finance, operations). The course does not require prior knowledge in information systems. At the end of the course, students will have acquired concepts and skills pertaining to the use of IT for decision making.

Grading pattern:

Assessment will be based on cases and a project applying the concepts and tools presented in the course.

Bibliography:

E. Turban et Al., *Decision Support Systems and Business Intelligence Systems*, Prentice Hall, 2007.

SIDI31406

Visual Basic et approche objet

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : P. O'CONNOR, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : E. PLANTIER, chargé de cours

Visual Basic et Approche Objet

La maîtrise du langage Visual Basic Application est un atout pour les étudiants et, dans certains secteurs professionnels, une nécessité.

Ce cours est destiné aux étudiants souhaitant acquérir une connaissance approfondie du langage de développement d'applications dans l'environnement Excel et, plus

généralement, se familiariser avec l'approche Objet. Une bonne connaissance d'Excel est recommandée.

Programme :

- Concepts de la programmation orientée objet.
- Éléments du langage et environnement de développement.
- Gestion des procédures.
- Réalisation et mise en œuvre d'applications.

Evaluation :

L'évaluation se fera sur le quiz final individuel : 100%.

Bibliographie :

Amelot, *VBA Excel 2007*, ENI, 2007

Bidault, *Excel 2007 et VBA*, Campus Press, 2007

Jacobson, *Excel 2007 et VBA*, Microsoft, 2007

Bullen et al., *Excel 2007 VBA Programmer's Reference*, Wiley, 2007

Bullen et al., *VBA pour Excel 2002 La référence du programmeur*, Campus Press, 2002

Walkenbach, *Excel 2007 Power Programming With VBA*, Wiley, 2007

Walkenbach, *Excel 2002 et VBA Le guide du développeur*, OEM, 2002

SIDI31421

Seminar in Information Systems

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course Coordinators: P. O'CONNOR, J. ONDRUS, ESSEC professors

This course is taught in English

Course Outline:

Seminar in Information Systems

(Alos given on the ESSEC Campus in Singapore)

This seminar provides students with an opportunity to deepen their knowledge on different topics in information systems. The content will depend on professors' current interests and latest developments.

SIDM31182

Mathématiques pour la finance

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SIDM31181, SIDM31183

Responsable du cours : M. KRATZ,
professeur ESSEC

Course outline:

Mathématiques pour la finance

Cours anciennement codifié SIDM31181

Objectifs :

Le but de ce cours est de présenter les outils de base de probabilité nécessaires à l'étude de la finance de marché (gestion de portefeuille, analyse de risque, options,...).

Ces différents outils seront développés au fur et à mesure des besoins dans le cadre de modèles simples utilisés pour le calcul de prix d'options. Nous nous intéresserons dans un premier temps au modèle binomial, modèle très artificiel du point de vue de la finance mais illustrant bien les différents principes, puis au modèle de Black-Scholes considéré comme un modèle plus réaliste. L'étude de ce dernier modèle permettra en particulier une introduction au calcul stochastique d'Itô, méthode stochastique requise pour le développement de modèles plus sophistiqués.

Sujets traités :

Des rappels de probabilité (espace probabilisé et variables aléatoires, TLC, espérance conditionnelle, ...), de nouvelles notions de probabilité (processus stochastiques, Mouvement Brownien, martingales, ...) ainsi qu'une introduction au calcul stochastique d'Itô seront développés au fur et à mesure de la construction de modèles simples, du modèle binomial au modèle de Black-Scholes, pour les options.

Ce cours est indispensable pour les élèves s'orientant vers le Master de Sciences «Probabilités & Applications à la Finance» (Convention Université Paris VI-Pierre et

Marie Curie, Ecole Polytechnique, ENS Ulm, ESSEC).

Ce cours est obligatoire pour les élèves de l'ESSEC qui souhaitent s'orienter vers la filière diplômante en actuariat (Convention ESSEC-ISUP, diplôme Actuaire).

Evaluation :

Deux options au choix :

- 1) Quiz final (E) + contrôle continu (CC).
Note finale = $(E+CC)/2$
- 2) Quiz final (E) + Quiz Intermédiaire (ME) ou (inclusif) Projet(s) (en groupe de 2 étudiants au plus) (CC). Note finale = $(E+ME+CC)/3$.

Bibliographie :

- Bodie, Z., Merton, R. & Thibierge, C. (2006). *Finance*, Pearson Education.
- Dineen, S. (2005), *Probability theory in finance. A mathematical guide to the Black Scholes formula*, GSM 70, A.M.S.
- Hull, J.C. (1997, 3rd ed.), *Options, futures and other derivatives*, Prentice Hall International.
- Lamberton, D., Lapeyre, B. (1993), *Introduction au calcul stochastique appliqué à la Finance*, Ellipses.
- Mikosch, T. (1998). *Elementary Stochastic Calculus*, World Scientific.

SIDM31183

Financial Mathematics

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: (SIDM31181, SIDM31182)

Course Coordinator: M. KRATZ, ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Financial Mathematics

Objectives:

The main objective is to lay the mathematical, mainly probabilistic, foundations for market finance (portfolio management, risk analysis, pricing options, etc).

We will develop some models, from the binomial model to the Black-Scholes

model considered as a first approximation to the real world of option pricing and will see how to set up a portfolio to cover or hedge any claim.

These models, artificial from a finance perspective and simple, lead us to essential ideas and important probabilistic methods of the stochastic calculus, used as a foundation to develop more refined models.

Topics covered:

Probability basics (probability space and random vectors, CLT, conditional expectations, ...), new notions in probability (stochastic processes, Brownian motion, martingales, ...), introduction to Itô stochastic calculus, simple models for option pricing (binomial model, Black-Scholes model), hedging, simulation methods.

This course is reserved to the international students strongly advised to the students who are interested into market finance (volatility, risk analysis "value at risk", risks management, climatic derivatives, options), insurance and actuariat.

Evaluation :

Two options :

1. Final (oral or written) exam (E) + continuous evaluation CC (participation, homework/cases (groups of at most 2 students) or small quizz during a session). Final grade: $(E+CC)/2$.
2. Final exam (E) + mid-term exam (ME) + CC (defined above). Final grade: $(E+ME+CC)/3$.

Bibliography:

- Bodie, Z., Merton, R. & Thibierge, C. (2006), *Finance*, Pearson Education.
- Dineen, S. (2005), *Probability theory in finance. A mathematical guide to the Black Scholes formula*, GSM 70, A.M.S.
- Hull, J.C. (1997, 3rd ed.), *Options, futures and other derivatives*, Prentice Hall International.
- Mikosch, T. (1998), *Elementary Stochastic Calculus*, World Scientific.
- Musiela, M., Rutkowski, M. (1997), *Martingale methods in Financial Modelling*, Springer.

SIDS31080

Pré-MBA Statistiques

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de pré-MBA

Total des heures : 25.00

Equivalent : SIDS31081

Responsables du cours : G. CHEVILLON, V. ESPOSITO-VINZI, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignants : intervenants extérieurs

Pré-MBA Statistiques

Réservé aux étudiants admis directement en MBA. Cours de pré-MBA : cf. chapitre 4

Introduction et objectifs :

Schématiquement, la statistique peut être découpée en trois grands domaines : la production des données, l'exploration des données et la modélisation aléatoire. La production des données en gestion utilise principalement des techniques de sondage. La statistique descriptive permet d'explorer et de synthétiser les données ; les méthodes d'analyse des données multidimensionnelles permettent de visualiser les grands fichiers de données. La modélisation aléatoire en relation avec les données s'appuie sur des méthodes probabilistes appelées statistique mathématique.

Ce cours vise à présenter les principaux concepts, méthodes et démarches utilisés dans les trois domaines de la statistique. Des exemples concrets sont présentés pour faciliter la compréhension des concepts et méthodes statistiques.

Thèmes abordés :

Analyse exploratoire univariée
Analyse multivariée (exemple de l'ACP)

Calcul des probabilités, lois usuelles

Inférence statistique : estimation

Inférence statistique : qualités des estimateurs

Inférence statistique : estimation par intervalle de confiance

Inférence statistique : tests statistiques

Régression linéaire simple

Evaluation :

Le contrôle de connaissances se fera à partir :

- d'un examen intermédiaire (40% de la note finale)
- d'un examen final (60% de la note finale)

Bibliographie :

- C. Bouzitat & G. Pagès, *Statistique, Probabilités, Estimation ponctuelle*, Cujas
- J. Fourastié & J.F. Lastier, *Statistiques et Probabilités*, Dunod
- A.M. Dussaix & J.P. Indjehagopian, *Statistiques pour la gestion*, Mémentos EO, Editions d'organisation
- V. Giard, *Statistiques appliquées à la gestion*, Economica

SIDS31081**Pre-MBA Statistics**

Credit hours: 1.00

Course attribute: Pre-MBA course

Contact hours: 25.00

Equivalent: SIDS31080

Course Coordinators: G. CHEVILLON,

V. ESPOSITO-VINZI, ESSEC professors

This course is taught in English

Course outline:

Teachers: lecturers

Pre-MBA Statistics

Reserved for the students admitted directly in MBA. Pre-MBA course: cf. chapitre 4

Introduction and Objectives:

Statistics mainly comprises three large domains: data production, data exploration and stochastic modeling. Data production in business basically refers to sampling and surveys. Descriptive statistics allows exploring and summarizing data by means of tables, numerical measures and graphics. Multidimensional data analysis allows visualising huge masses of data by means of geometrical representations. Stochastic modeling is based on probabilistic methods that constitute the area of mathematical statistics.

This course aims at presenting the main concepts, methods and strategies used in the three domains of Statistics. Several real examples will be also presented so as to make the understanding of concepts and statistical methods easier and directly connected to business and related fields where they provide support to decision making processes.

Topics covered:

Univariate Exploratory Analysis
 Multivariate Analysis (an example of PCA)
 Probability and most commonly used random variables
 Statistical Inference: estimation
 Statistical Inference: quality of estimators
 Statistical Inference: confidence intervals
 Statistical Inference: hypothesis testing
 Simple Linear Regression Model

Grading pattern:

The final grade is composed of:

- a mid-term test (40% of the final grade)
- a final exam (60% of the final grade)

Bibliography:

- J. Curwin and R. Slater, *Quantitative Methods for Business Decisions*, Intl Thomson Business Press, 2004.
- David R. Anderson, Dennis J. Sweeney, Thomas A. Williams, *Statistics for business and economics*, cop. 2005.
- William Mendenhall, James E. Reinmuth, Robert J. Beaver, *Statistics for management and economics*, 1993.
- Thomas H. Wonnacott, Ronald J. Wonnacott, *Introductory Statistics*, John Wiley & Sons, 1990.
- James T. McClave, P. George Benson, Terry Sincich, *Statistics for business and economics*, 2001.
- Paul Newbold, William L. Carlson, Betty M. Thorne, *Statistics for business and economics*, 2003.

SIDS31082

Pré-MBA Math. & Stat.

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de pré-MBA

Total des heures : 25.00

Equivalent : SIDS31083

Responsables du cours : G. CHEVILLON,
V. ESPOSITO-VINZI, professeurs ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : intervenant extérieur

Pré-MBA mathématiques et statistiques

Réservé aux étudiants admis directement en MBA. Cours de pré-MBA : cf. chapitre 4

Introduction et objectifs :

Les objectifs du cours sont les suivants:

Fournir un rappel mathématique concernant les fonctions, limites, la dérivation et l'optimisation. Pour reprendre Curwin & Slater, « le calcul traite de la mesure du changement ; il apporte une méthodologie pour le calcul des taux de croissance, en particulier dans le but de savoir si ceux-ci sont positifs ou négatifs ». La mesure des taux de variation et le choix de décisions optimales présentent des applications naturelles dans les sciences de gestion, en particulier en économie, finance et pour la planification. Pouvoir modéliser une fonction de demande se révèle également utile en marketing. Des outils analytiques sont nécessaires afin d'évaluer dans quelle mesure et à quelle vitesse l'environnement managérial évolue, de mesurer l'impact d'une politique ou d'une décision au sein de l'entreprise, et enfin d'aider à la prise de décisions qui se révèlent les meilleures possibles. Ces outils mathématiques sont également essentiels à la deuxième partie du cours, qui est dédiée à la statistique.

Introduire les concepts principaux, les méthodes et stratégies d'analyse nécessaires à une meilleure compréhension des procédures statistiques simples utilisées en économie et gestion. La statistique soutient

l'activité managériale de deux manières principales :

Exploration des données : quand le but est de décrire, par visualisation ou résumé, un ensemble de données afin de mieux comprendre un phénomène étudié. De telles méthodes sont utilisées fréquemment comme outils ou comme première approche d'un domaine, ou enfin comme instruments visant à synthétiser les données afin de les transformer en information opérationnelle.

Modélisation des données : le but de l'analyse est alors la construction d'un modèle mathématique explicatif d'une réalité observée. La forme et les paramètres du modèle sont estimés à l'aide de critères statistiques qu'il faut optimiser. Ces paramètres permettent de comprendre la force et la forme des relations entre les phénomènes observés afin d'expliquer le passé, de comprendre le présent et, enfin, de prévoir l'avenir.

Thèmes abordés :

Mathématiques

Dénombrement et calcul de sommes

Fonctions et graphes

Dérivation

Recherche d'optima

Intégration et primitives

Statistiques

Statistique descriptive

Quelques notions de probabilité

Loi normale et inférence statistique

(estimation ponctuelle)

Inférence statistique (estimation par intervalles) et modélisation

Pédagogie :

La présentation des méthodes mathématiques et statistiques s'accompagne de la discussion de cas réels afin de faciliter la compréhension des concepts et de la rendre plus efficace. Les cours formels alternent avec des études de cas et des sessions de simulation informatique.

Evaluation :

Le contrôle de connaissances se fera à partir :

- d'une note de participation (20% de la note finale)
- d'un examen à la fin du cours (80% de la note finale)

Il est nécessaire que les étudiants soient assidus et actifs dans leur participation. Tout étudiant s'absentant plus de deux fois recevra un zéro en note de participation.

Bibliographie :

- J. Curwin and R. Slater, *Quantitative Methods for Business Decisions*, Intl Thomson Business Press, 2004.
- David R. Anderson, Dennis J. Sweeney, Thomas A. Williams, *Statistics for business and economics*, cop, 2005.
- William Mendenhall, James E. Reinmuth, Robert J. Beaver, *Statistics for management and economics*, 1993.
- James T. McClave, P. George Benson, Terry Sincich, *Statistics for business and economics*, 2001.
- Paul Newbold, William L. Carlson, Betty M. Thorne, *Statistics for business and economics*, 2003.
- N. Hayek, J.P. Leca, *Mathématiques pour l'économie, Analyse - Algèbre*, coll. DUNOD
- B. Goldfarb, C. Pardoux, *Introduction à la méthode statistique*, coll. DUNOD

SIDS31083

Pre-MBA Math. & Stat.

Credit hours: 1.00

Course attribute: Pre-MBA course

Contact hours: 25.00

Equivalent: SIDS31082

Course Coordinators: G. CHEVILLON,
V. ESPOSITO-VINZI, professeurs ESSEC

This course is taught in English

Course outline:

Teachers: L. ALFANDARI,
V. ESPOSITO-VINZI, ESSEC professors

Pre-MBA Mathematics and Statistics

Reserved for the students admitted directly in MBA. Pre-MBA course: see chapter 4

Introduction and Objectives:

The objectives of the course are the following:

- 1) Give a refresher of basic mathematics such as counting and sum calculus, graphs of functions, limits, differentiation and optimization. As Curwin & Slater say, "calculus is about the measurement of change. It provides the methodology to calculate the rate of change and indeed, whether the rate of change is decreasing or increasing." Measuring change and optimizing decisions or prices have natural applications to various fields of management, especially economics, finance and optimal planning. Modelling a demand function is also useful in marketing. Analytical tools are needed then to evaluate how deeply and how fast the managerial environment varies, to measure what the impact of a given policy is, and also help make the best decisions. These mathematical tools are also necessary for the second part of the course dedicated more specifically to statistics.
- 2) Introduce the main concepts, methods and strategies of analysis needed for a better understanding of the basic statistical procedures commonly used in business and economics. Statistics supports the management activity by means of two main approaches:
 - a) Data Exploration: when the purpose is to describe, by either visualising or summarising, a mass of data in order to better understand the phenomenon under study; such methods are frequently used either as tools for a first approach to the domain or as instruments for synthesising the data into information. In such a case, graphical representations and statistical indices are computed and interpreted for summarising the features of the data and extracting the

information relevant to the decision making process.

- b) Data Modelling: when the purpose is to build up a mathematical model for an observed reality. In such a case, the parameters of the mathematical model are estimated according to an optimizing statistical criterion. Then, the estimated parameters help in understanding the strength and kind of the relationships between observed phenomena so as to explain the past, understand the present and eventually forecast the future.

Topics covered:

Mathematics

Counting and sum calculus

Functions and graphs

Differentiation

Finding optima

Integration and primitives

Statistics

Descriptive Statistics

Probability and Discrete Random Variables

Normal Distribution and Statistical

Inference (Point Estimation)

Statistical Inference (Interval Estimation) and Modeling

Teaching methods:

The presentation of methods belonging to both approaches is accompanied by the discussion of real examples so as to make the learning easier and more effective. Educational talks will alternate with case studies and computer-aided simulation sessions.

Grading pattern:

The final grade is composed of:

1) A participation grade (20% of the final grade);

2) An individual exam at the end of the course (80% of the final grade).

Students are expected to attend the course very regularly and actively. If a student is absent more than twice, then his/her participation grade will be automatically set to zero.

Bibliography:

J. Curwin and R. Slater, *Quantitative Methods for Business Decisions*, Intl Thomson Business Press, 2004.

David R. Anderson, Dennis J. Sweeney, Thomas A. Williams, *Statistics for business and economics*, cop. 2005.

William Mendenhall, James E. Reinmuth, Robert J. Beaver, *Statistics for management and economics*, 1993.

James T. McClave, P. George Benson, Terry Sincich, *Statistics for business and economics*, 2001.

Paul Newbold, William L. Carlson, Betty M. Thorne, *Statistics for business and economics*, 2003.

N. Hayek, J.P. Leca, *Mathématiques pour l'économie, Analyse - Algèbre*, coll. DUNOD

B. Goldfarb, C. Pardoux, *Introduction à la méthode statistique*, coll. DUNOD

SIDS31160

Introduction à l'économétrie

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours :

J.P. INDJEHAGOPIAN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Introduction à l'économétrie

Littéralement le terme «économétrie» signifie «mesure en économie».

La finance, le marketing et plus généralement la micro et la macro-économie sont concernés par l'économétrie.

Dans ce cours, on retiendra comme définition de l'économétrie : l'application des méthodes mathématiques et statistiques pour vérifier l'existence de liaisons supposées entre variables et préciser leur forme exacte à partir de données disponibles. Ce cours présente les principaux types de modèles aléatoires où l'on cherche à expliquer une variable à partir de variables dites exogènes. Le travail économétrique empirique consiste alors à :

1. préciser la forme de la relation, c'est le problème de la spécification,
2. estimer les paramètres de la relation et à tester des hypothèses, c'est l'aspect estimation ponctuelle et par intervalle de confiance,
3. utiliser le modèle pour effectuer des prédictions ou des simulations.

Ce cours réserve une partie importante pour les applications avec utilisation de logiciels. Il s'adresse aux étudiants souhaitant s'orienter vers la finance (filière), l'économie (filière), l'assurance ou le marketing quantitatif. Il pourra être complété par le cours «Econométrie pour la finance» présentant des méthodes statistiques avancées pour analyser les marchés financiers pour l'actuariat et pour estimer des modèles à correction d'erreurs.

Ce cours est obligatoire pour les étudiants s'orientant vers la filière Actuariat-Assurance (Convention ESSEC-ISUP) pour l'obtention du diplôme de l'Institut des Actuaires Français (I.A.F.). De plus, ce cours prépare aussi au Master de Sciences «Probabilités & Applications à la Finance» de l'Université Paris VI-Pierre et Marie Curie (Convention Ecole Polytechnique ENS Ulm, ESSEC).

Evaluation :

L'évaluation de ce cours est faite à partir de cas nécessitant l'utilisation d'un logiciel d'économétrie comme EViews et d'un examen.

Bibliographie :

- Bourbonnais R., *Econométrie*, 2006
Manuel et exercices corrigés, 6ème édition, Dunod.
 Greene W., *Econometric Analysis*, 5th edition, Prentice Hall, 2003.
 Greene W., *Econométrie*, 5ème édition - version française, Pearson Education, 2005.

SIDS31163

Statistique multidimensionnell

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Equivalent : SIDS31165

Responsable du cours : V. ESPOSITO-VINZI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enseignant : chargé de cours

Statistique multidimensionnelle

Introduction et objectifs :

L'analyse de données peut se définir comme un ensemble de méthodes statistiques permettant d'explorer, écrire et synthétiser de grandes masses de données. La démarche «Statistique Multidimensionnelle» reprend à son compte cette approche globale des grands fichiers en recherchant des «patterns» dans de très vastes ensembles de données (fichiers clients, fichiers d'appels téléphoniques, bons de caisse de magasins...).

Thèmes abordés :

On présentera dans ce cours les méthodes les plus utilisées en statistique multidimensionnelle.

- les analyses factorielles,
- les méthodes de classification automatique,
- la régression et l'analyse discriminante,
- les arbres de décision,
- les réseaux de neurones.

Pédagogie :

Les cas seront réalisés à partir d'un logiciel statistique d'analyse de données et d'un logiciel de Data Mining. Le cours sera illustré de très nombreux exemples d'application.

Bibliographie :

- M. Bardos, *Analyse discriminante*, Dunod, 2001.
 Hand D. et al., *Principles of Data Mining*, MIT Press, 2001.
 L. Lebart, A. Morineau, M. Piron, *Statistique exploratoire multi-dimensionnelle*, Dunod, 1995.
 L. Lebart, A. Salem., *Statistique textuelle*, Dunod, Paris, 1994.
 G. Saporta, *Probabilités, Analyse des données et Statistique*, 2ème édition, Technip, 2006.

SIDS31165

Knowledge Extraction from Data

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent: SIDS31163

Course Coordinator: V. ESPOSITO-VINZI,
ESSEC professor

This course is taught in English

Course outline:

Knowledge Extraction from Data

Introduction and Objectives:

This course provides the students with the methodological principles of the Multidimensional Data Analysis (MDA) methods most often used in private companies (e.g. in the areas of marketing, quality control, human resources, strategic management, finance, customer satisfaction, credit scoring), in public institutions and for research in social sciences. Furthermore, the course lets the students familiarise with the practice of these methods.

MDA consists of a set of techniques and methods apt to analyze complex systems characterized by numerous quantitative and/or categorical variables. Namely, MDA aims at “extracting knowledge from multidimensional data” by exploring, describing, visualizing and synthesizing the relationships between the observed variables when limited information is available on the domain of interest so that structural and typological factors need to be identified.

Typical applications refer to the analysis of survey data, the exploitation of huge masses of data (by means of the so-called Data Mining approach) characterized by hundreds (see thousands) variables and thousand (see millions) statistical units (e.g. credit card transactions, databases on customers, telephone calls, etc.). In such a case, the aim is to move from raw data to valuable information and knowledge by looking (“mining”) for interesting patterns (or departures from

patterns) of behaviours in the vast amount of collected numbers and facts. Finally, the course shall enable students to choose the most appropriate MDA method in accordance with the nature of the variables in the dataset at hand and the objectives of the research itself, to run the method by means of a statistical package and to properly interpret the results.

Topics covered:

Principal Component Analysis
Simple (or Binary) Correspondence
Analysis

Multiple Correspondence Analysis

Hierarchical Cluster Analysis

Classification and Regression Trees

Factorial and Bayesian Discriminant
Analysis

Teaching methods:

Each statistical technique will be presented at two different levels: theoretical presentation and training on empirical examples.

When using a statistical technique, it is important to have an intuitive understanding of its objectives, of its assumptions, of the key steps in the procedure, of how to interpret the results, of possible pitfalls and of the mathematical model constituting the working hypothesis.

Each method is presented using practical examples by means of SPSS (Statistical Package for Social Sciences) and SPAD (Système Portable pour l'Analyse des Données) software. These packages combine ease of access (spread-sheet-like data files, menus, graphical capabilities, quick access to a variety of statistical techniques within the same environment) with a large breadth of statistical techniques.

Grading pattern:

A Case Study shall be treated (individually) and solved with the statistical techniques learnt in the first half of the course. A written

“professional” report has to be prepared (40% of the final grade).

A Statistical Project shall be prepared by pairs of students (a written report has to be handed in to the teacher) and presented (orally, with the help of PowerPoint slides) to the class and the teacher during the last session (60% of the final grade).

Bibliography:

Affi, D.A., Clark, V.A., May, S., *Computer-Aided Multivariate Analysis*, Chapman & Hall/CRC, Vol. 62, Fourth Edition, 2003.

Han, J. & Kamber, M., *Data Mining, Concepts and Techniques*, Morgan Kaufmann Publishers 2006

Lebart, L., Morineau, A. & Piron, M., *Statistique exploratoire multidimensionnelle - Visualisation et inférence en feuilles de données*, Editions Dunod, Paris, 2006.

Tufféry, S., *Data mining et statistique décisionnelle - L'intelligence dans les bases de données*, Editions Technip, Paris, 2005.

SIDS31263

Méthodes statistiques

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours :

J.P. INDJEHAGOPIAN, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Méthodes statistiques en finance et actuariat

La statistique est la science du recueil et de l'interprétation des observations. Elle utilise, de façon privilégiée, les techniques de la modélisation scientifique, le calcul des probabilités pour prendre en compte l'incertitude liée aux résultats observés et l'informatique à partir de logiciels de statistiques comme SAS, SPSS, S-Plus, R...

Thèmes abordés :

Ce cours présente les concepts de la statistique inférentielle qui constitue la branche de la statistique mathématique la plus en relation avec les probabilités. Les données d'observations sont décrites dans

le cadre d'un modèle statistique caractérisé par une famille de lois de probabilité généralement paramétrées. La démarche consiste alors à estimer le(s) paramètre(s) caractérisant la loi de probabilité à partir des résultats observés, construire des intervalles de confiance sur ce(s) paramètre(s) et effectuer des tests statistiques.

Pédagogie :

Les concepts présentés sont illustrés à partir d'exemples issus de la finance de marché, de l'assurance, de la gestion des risques climatiques, industriels en relation avec les valeurs extrêmes.

Ce cours est très vivement conseillé aux étudiants qui s'orientent vers la finance des marchés (filière Finance : volatilité, analyse de risque «value at risk», la gestion des risques, valeurs extrêmes, dérivées climatiques, options...), l'assurance et l'actuariat. (Ce cours est indispensable pour les élèves s'orientant vers le Master de Sciences «Probabilités & Applications à la Finance» (Convention Université Paris VI-Pierre et Marie Curie, Ecole Polytechnique, ENS Ulm, ESSEC). Ce cours est obligatoire pour les élèves de l'ESSEC qui souhaitent s'orienter vers la filière diplômante en actuariat (Convention ESSEC-ISUP, diplôme Actuaire).

Evaluation :

L'évaluation de ce cours est faite à partir de « devoirs maison » utilisant un logiciel de statistiques et d'un examen.

Bibliographie :

- P. Billingsley, *Probability and Measure*, Third Edition, Wiley, 1995.
- G. Casella and R. Berger, *Statistical Inference*, Second Edition, Duxbury, 2002.
- J. Franke, W. Härdle and C. Hafner, *Statistics of Financial Markets*, Springer, 2007.
- G. Saporta, *Probabilités, analyse des données et statistique*, 2ème édition, Editions Technip, 2006.
- P. Tassi, *Méthodes statistiques*, 2ème édition, Economica, 1989.

SIDS31266

Enquêtes par sondage

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : V. ESPOSITO-VINZI, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Enquêtes par sondage

(*Ce cours ne sera pas proposé en 2009-10*).

Introduction et objectifs :

Un gestionnaire n'a pas toujours à sa disposition les informations dont il a besoin pour prendre des décisions. Les enquêtes par sondage constituent une technique essentielle et très efficace de recueil d'informations économiques et sociales. Ils sont aussi très utilisés en gestion dans les études marketing, en audit comptable, en production (contrôle de la qualité des processus de production), dans le domaine de la qualité des services (baromètres qualité...).

Thèmes abordés :

Le cours présente les différentes étapes dans la conception d'une enquête par sondage et dans l'interprétation de ses résultats : choix de la méthode d'enquête en fonction des objectifs, choix de l'échantillon, construction et administration du questionnaire, analyse des résultats.

Ce cours traitera aussi de la réalisation d'enquêtes sur internet et de la gestion des panels.

Pédagogie :

Le cours sera illustré par de très nombreux exemples d'application dans des domaines divers (études médias, études de satisfaction...).

Evaluation :

L'évaluation sera faite au moyen :

- de cas et exercices,
- d'un dossier à réaliser sur un sujet choisi en accord avec le professeur.

Bibliographie :

Ardilly, P., *Les techniques de sondage*, Ed. Technip, Paris, 2006

Deroo, M. et Dussaix, A.-M., *Pratique et analyse des enquêtes par sondage : études de marché, tests de produits*, Presses universitaires de France, Paris, 1980

SIDS31267

Financial Econometrics

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Equivalent : SIDS31265

Course Coordinator: G. CHEVILLON, ESSEC professor.

This course is taught in English

(with potential support in French if needed by students)

Course outline:

Financial Econometrics

Public:

This course is aimed at students interested in dynamic modeling in finance (esp. market finance), macroeconomics, insurance and actuarial studies. It is also profitable to those interested in quantitative analyses in marketing. *It is advisable that students have previously attended the SIDS31160 course 'Introduction à l'économétrie'.*

Aims:

This course allows students to understand and use the econometric models developed over the last two decades (in particular by the 2003 Nobel Prize recipients in Economics) to analyze dynamic phenomena. Case studies on interest rates, exchange rate determination, portfolio allocation (CAPM), Arbitrage Pricing Theory (APT), Volatility measurements, Value at Risk (VaR), etc, illustrate the concepts and tools.

The aim of econometrics is to provide theoretical models with a link to actual data. Hence, empirical implementation is a necessity in such a course. We mainly use E-Views and R, but alternative econometric software packages are also presented (OxMetrics and Matlab).

This course enables students to directly develop an operational modeling ability in market finance, insurance and actuary.

Topics covered:

Dynamic linear models: ARMA, VAR and cointegration (Equilibrium Correction Models).

Conditional volatility models: ARCH, GARCH, EGARCH...

Ongoing developments in long memory, fractional integration, market microstructure and stochastic volatility models.

This course is a compulsory requirement for students in the Actuary-Insurance track who aim for the diploma from the Institut des Actuaire Français (IAP, as part of the ESSEC-ISUP convention). This course is also accepted as an 'equivalent course' for the joint ESSEC-Universités de Cergy-Pontoise et de Paris-X-Nanterre-CNAM Master 'Assurance-Finance' and the CNAM-ESSEC convention. It is also advised for students wishing to complete the Finance track (market finance option) to attend this course.

Evaluation:

Course evaluation consists in a continuous assessment (regular projects to hand in, 50 % of the final grade) and a final quizz (50 % of the final grade).

Bibliography:

- Brooks, C (2002), *Introductory econometrics for finance*, Cambridge University Press.
- Campbell, J. Y., Lo, A. W. & A. C. MacKinlay (1997), *The Econometrics of Financial Markets*, Princeton University Press.
- Gourieroux, C & J. Jasiak (2001), *Financial Econometrics: problems, models and methods*, Princeton University Press.
- Tsay, R. S. (2005), *Analysis of Financial Time Series*, Wiley, second edition.

Section 12. Hors département

PLANNING DES COURS			T1	T2	T3
COURS HORS DEPARTEMENT			Nbre de sections		
Chaire Media & Entertainment					
(c)	COMD31440	Economie des médias		1	
Chaire Communication et Management					
(c)	COMM31422	Médias et management			1
(c)(x)	COMM31425	Sém. communication corporate			
(c)	COMM31426	Sém. communication d'entreprise		1	1
Culture, Politique, Responsabilité					
	CPR031400	Sport, dévpt perso & managt			
Expérience en entreprise					
(e) (fi)	EXPI31401	Asian Strategy Workshop			
Chaires du pôle santé					
(c)	SANT31421	Economie et gestion de la santé		1	
(c)	SANT31422	Economie et gestion de la santé		1	
(c)	SANT31423	Marketing des produits pharma		1	
(c) (e)	SANT31427	Ethical Dilemma in Health Ind.		1	
(c) (e)	SANT31425	Managing Therapeutic Innovat.1		1	
(c) (e)	SANT31429	Managing Therapeutic Innovat.2		1	

(e) This course is taught in English

(c) Voir chapitre 8 - Chaires

(fi) Voir chapitre 9 - Filières et cursus

(x) Non proposé cette année

Ce planning, établi avec toutes les informations connues au moment de l'impression, est donné sous réserve de changements.

COMD31440

Economie des médias

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : J.Y. LEGER,
directeur pédagogique - Chaire
communication et management

Descriptif du cours :

Economie des médias

Le cours d'Economie des médias est enseigné au deuxième trimestre de chaque année.

Objectifs :

Intégré au cursus MBA, ce cours a pour objectif de familiariser les étudiants avec le secteur des médias et des industries culturelles, du point de vue macro-économique, stratégique, financier et marketing : quels sont les fondamentaux économiques du secteur ? Quels sous-secteurs le composent ? Qu'est-ce qu'un actif média, comment le financer, le commercialiser, le valoriser ? Quelles sont les stratégies des groupes de médias et quel est l'impact des bouleversements technologiques que nous vivons ?

Le cours aborde entre autres les secteurs de la télévision, de la presse, de l'édition et du cinéma.

Il fournit aux étudiants les fondamentaux leur permettant d'appréhender les mécanismes du secteur, ses problématiques propres, les mutations qu'il est en train de vivre. Il leur offre également un éclairage différent sur des matières déjà abordées dans leur cursus d'enseignement, en mettant l'accent sur les spécificités du secteur.

Pédagogie :

Il est fondé sur des exposés académiques, l'étude de cas pratiques, l'intervention des professionnels.

Ce cours s'inscrit dans la Chaire Media & Entertainment en complétant la panoplie de cours offerte à l'ESSEC ; ses dix séances spécifiquement dédiées à l'étude transversale de l'économie des contenus et des industries culturelles n'ont en effet

pas d'équivalent dans les cours proposés aujourd'hui à l'Ecole.

COMM31422

Médias et management

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : J.Y. LEGER,
directeur pédagogique - Chaire
communication et management

Descriptif du cours :

Médias et management

Cours ouvert à tous les étudiants.

*Avec les partenaires de la Chaire
Communication et Management.*

Au T3 sur une semaine en juin 2010.

Le cours s'articule autour des thèmes suivants :

- Panorama des médias
 - chiffres, faits, jeu des acteurs français et internationaux.
 - les stratégies en présence : l'international, le multimédia, la marque, la publicité.
- Audiovisuel - radio - presse - affichage
 - cinéma - multimédia
- Marketing des médias : suivi, mesures d'efficacité, optimisation des budgets alloués
- La presse : acteurs et enjeux : PQN, PQR, presse magazine, presse gratuite, distribution, abonnements,
- Audiovisuel
 - état des lieux et perspectives
 - économie comparée des télévisions généralistes et câblées
 - les régies publicitaires
- Stratégies médias des annonceurs
 - stratégie des moyens
 - le hors média en tant que média
- Presse interne, consumer magazines
- Nouvelles technologies
- Complémentarité et synergie des médias à partir d'événements médias
- La stratégie d'un grand groupe expliquée par ses dirigeants.

Les cours ont lieu, en général, au sein des entreprises de communication partenaires.

Bibliographie :

Balle F., *Les médias*, Paris, PUF, coll. Que sais-je?, n° 3694, 2004, 127 p.

Missika JL. (avec D. Wolton), *La république des idées*, Seuil, 2007, 110 p.

COMM31425

Sém. communication corporate

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : J.Y. LEGER, directeur pédagogique - Chaire communication et management

Descriptif du cours :

Séminaire de communication corporate

COMM31425/COMM31426 : 1UV par trimestre, cours sur 6 mois. Tous les jeudis matin au T2 + au T3 sur une semaine en avril 2010, les 2 UV sont enregistrées en juin dans la scolarité.

Voir descriptif COMM31426 ci-dessous.

Enseigné tous les 2 ans.

COMM31426

Sém. communication d'entreprise

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours : J.Y. LEGER, directeur pédagogique - Chaire communication et management

Descriptif du cours :

Séminaire de communication d'entreprise

COMM31425/ COMM31426 : 1UV par trimestre, cours sur 6 mois. Tous les jeudis matin au T2 + au T3 sur une semaine en avril, les 2 UV sont enregistrées en juin dans la scolarité.

Enseigné tous les 2 ans.

Le contenu précis des cours est défini lors de la réunion de rentrée qui a lieu avec les partenaires chaque année en octobre.

Ce contenu peut varier en fonction des événements affectant la vie des sociétés concernées. Les grands thèmes

généralement traités sont les suivants :

- Communication institutionnelle.
- Communication interne.
- Communication de recrutement.
- Communication financière.
- Communication des dirigeants.
- Relations médias/entreprises.
- Communication événementielle.
- Identité visuelle/design/médias permanents de l'image.
- Lobbying/communication d'opinion.
- Mécénat/sponsoring.
- Communication de crise.

Bibliographie :

Un certain nombre d'articles importants figurent dans les photocopiés correspondants aux thèmes traités.

Léger JY., *La communication financière*, Dunod, 2003, réédition 2008.

Libaert T., *Le plan de communication*, Dunod, 3ème édition, 2008.

CPR031400

Sport, dévpt perso & managt

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 7.50

Responsable du cours : Th. LARDINOIT, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Sport, développement personnel et management

Professeurs : M. DUBOULOY, L. DE CARLO, professeurs ESSEC et les professeurs de sports du BDS

5 séances d'1h30 de coaching (module d'intégration) réparties de janvier à juin + pratique sportive sur 3 trimestres

Introduction :

L'être humain est un « tout indissociable » fait d'interdépendances entre le cognitif, l'affectif et le conatif (le comportemental)

ou pour le dire autrement, entre le physiologique, le psychologique et le social.

Aujourd'hui, stress, hypertension, surpoids, dépression et sur-fatigue... sont des préoccupations incontournables pour bon nombre de managers et d'entreprises. Les activités physiques et sportives permettent de maintenir, de retrouver ou de gérer sur le long terme l'équilibre personnel sans cesse malmené. Il est de la responsabilité sociale et pédagogique des formateurs de futurs cadres de sensibiliser leurs étudiants à l'outil de gestion de soi qu'est l'activité physique et sportive.

Objectifs :

Développer, dans une perspective de développement durable de soi, la pratique d'activités physiques et sportives.

Permettre à l'étudiant de mieux appréhender les notions managériales qui s'incarnent dans la pratique sportive : leadership, contributions individuelles et collectives, gestion de conflit, dépassement de soi, management par objectifs, management par le plaisir, prise de risques, rivalité, collaboration, compétition.

Modalités d'inscription :

Le cours CPRO31400 est soumis à la règle des mises de points dès le 1^{er} tour et à l'évaluation par les étudiants.

Lors de l'inscription il convient de choisir un sport pour 2 trimestres consécutifs. Les premières organisations de l'UV concerneront le T2 2009-2010 puis le T2 2010-2011.

Le nombre de places dans chaque cours de sport est limité et le nombre total d'étudiants inscrits au cours CPRO31400 pour la 1^{ère} année est de 40.

Pédagogie :

2 modules indissociables : 1 module sport + 1 module d'intégration de développement personnel.

Le module d'intégration de développement personnel :

5 séances d'1h30 de coaching réparties entre janvier et juin, un livret de questions + un mémoire à rendre au terme du 3^{ème} trimestre.

Le module sport : pratique d'une activité physique et sportive sur 3 trimestres se déroulant ainsi : 2 trimestres consécutifs d'un même sport + 1 trimestre consécutif ou non, sport au choix. Les sports pouvant être validés dans le cadre de l'UV Sport sont les sports faisant partie du catalogue des cours existants proposés par le BDS parmi les sports collectifs, sports de combat, sports de raquette, danses et remise en forme. Pour être éligibles, les activités sportives doivent en outre être encadrées par un entraîneur professionnel.

Evaluation :

Il ne s'agit en aucun cas d'évaluer une performance sportive.

L'évaluation du module Sport sera réalisée par les professeurs de sport en fonction de la présence (50%) et de la qualité et l'intensité de l'engagement (50%). Une note sera établie par trimestre de pratique sportive et une moyenne sera établie au terme des trois trimestres.

L'évaluation du module d'intégration

sera réalisée par les professeurs permanents impliqués dans le module. La note prendra en compte le travail effectué sur les séances de coaching, le livret de questions et le mémoire du dernier trimestre.

La note finale : 50% pour le module sportif, 50% pour le module d'intégration. En cas d'absence prolongée liée à une blessure : le règlement des études s'applique (l'étudiant reporte et valide à un trimestre ultérieur ou le cours est abandonné).

EXPI31401

Asian Strategy Workshop

Credit hours: 1.00

Course attribute: Management course

Contact hours: 25.00

Course coordinator: C. KOENIG,

L. BOURGEON, ESSEC professors

This course is taught in English.

Course outline:

(Given on the ESSEC Campus in Singapore)

Groups of 3 to 5 ESSEC MBA students on the Singapore campus will conduct a strategic review with a regional perspective for a company based in Singapore, over a 4- to 5-month period. Project teams are supervised by a faculty member.

Objectives:

- Analyse a real and strategic issue faced by a company in Asia
- Complement learnt concepts with on-field experiences
- Learn how to work as a team in order to foster professional competencies like autonomy, responsibility and creativity
- Prove their readiness as talented professionals for the job market
- Expand their network of professional contacts in Asia

Examples of possible topics:

- Business analysis & Business development
- Competitive benchmarking
- Market research
- CRM (Customer Relationship Management)
- Brand & product communication and promotion
- Organisational issues.

Project Deliverable:

A complete business analysis is submitted and presented by the students to a jury comprising executives from the company and ESSEC faculty.

This customized report must provide the jury with:

- Global overview of the context
- Detailed sound analysis of the business issue

- Clear recommendations & possible outcomes.

Assessment :

- Assessment is based on a written report and the final presentation to a jury composed by the company staff and ESSEC faculty
- The students get a grade out of 20 that is part of the credits they need for graduating. 70% of the final grade is based on team performance, 30% on individual performance.

Milestones

- Step 1: definition and validation of strategic business topic
- Step 2: guidelines on project management and competitive analysis
- Step 3: presentation of the topics to the students and student allocation to projects
- Step 4: kick-off meeting between company & students
- Step 5: mid-term presentation
- Step 6: final presentation and report

Readings:

Readings are assigned by the supervising faculty on a case-by-case basis.

SANT31421

Economie et gestion de la santé

Nombre d'UV : 1.00

Type de cours : Cours de gestion

Total des heures : 25.00

Responsable du cours :

G. de POUVOURVILLE, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Economie et gestion de la santé

(1^{ère} partie)

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants admis à la Chaire ESSEC Santé Enseigné mercredi 9h au T2.

Ce séminaire présente et discute les différents systèmes de régulation des dépenses de santé en Europe et aux États-Unis et analyse les politiques de maîtrise de dépenses de santé. Il aborde avec les responsables sectoriels (industrie

pharmaceutique, radiologie, distribution du médicament, hospitalisation publique et privée, matériel médical) les différents modes de régulation, les stratégies de développement et l'évaluation des performances.

SANT31422

Economie et gestion de la santé

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Responsable du cours :
G. de POUVOURVILLE, professeur ESSEC

Descriptif du cours :

Economie et gestion de la santé (2^{ème} partie)

*Les séminaires sont réservés
exclusivement aux étudiants admis à la
Chaire ESSEC Santé
Enseigné mercredi 13h au T2
Voir descriptif du cours SANT31421.*

SANT31423

Marketing des produits pharma

Nombre d'UV : 1.00
Type de cours : Cours de gestion
Total des heures : 25.00
Responsable du cours : D. DELVAL, chargé
de cours

Descriptif du cours :

Marketing des produits pharma

*Les séminaires sont réservés exclusivement
aux étudiants admis à la Chaire ESSEC
Santé
Enseigné vendredi 9h au T2
Ce séminaire est dispensé notamment par
des professionnels appartenant aux
entreprises fondatrices de la Chaire sous
la responsabilité de son titulaire. A l'aide
de cas, il aborde les spécificités du
marketing et de la commercialisation du
médicament éthique, des produits OTC et
de la parapharmacie (stratégie produit,
détermination des objectifs de vente,
planification et organisation de la force
de vente...).*

SANT31427

Ethical Dilemma in Health Ind.

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Course coordinator: G. KATZ, ESSEC
professor
This course is taught in English.

Course outline:

Ethical Dilemmas in the Health Industry.

Objectives:

T2.- This seminar analyses the ethical tensions of the healthcare sector and their socio-economic impact. It attempts to identify the pathologies of power as well as the methods of converting scientific advancement into social progress.

Topics covered:

Sessions deal with a wide variety of topics including: human genome patentability, genetic tests and health insurance companies, biobanking and regenerative medicine, innovation management and the precautionary principle, orphan drugs and rare diseases, access to treatment in developing countries, end of life and palliative care, etc. All these topics open a dialogue between conviction and responsibility, performance and risk, price and dignity.

Teaching methods:

The teaching approach is based on case studies, role plays, videos, and extensive class debates. The international experience of lecturers aims at broadening the scope of the debate beyond cultural differences.

Evaluation:

Course evaluation is based on class participation, a book review, a group presentation, a mid-term and a final exam.

SANT31425

Managing Therapeutic Innovat.1

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Course coordinator: G. KATZ, ESSEC professor
This course is taught in English.

Course outline:

Managing Therapeutic Innovation (1).

Objectives:

T2.- This seminar enables students to decipher the mutations and the strategic challenges of the healthcare industry.

Topics covered:

Throughout the sessions, a wide variety of themes are explored: regulatory challenges, life cycle management, portfolio valorisation, generic and vaccine markets, marketing development, institutional communication, niche market strategies, animal testing, clinical trial management, pharmacogenomic-derived products, biobanking, stem cell research, etc.

Teaching methods:

International guest speakers will share their professional experience with participants. Sanofi-aventis, as well as other companies, are invited to contribute to the seminars (Amgen, Roche, Novartis, Pfizer, GlaxoSmithKline, Genzyme, etc.). Teaching dynamics and the seminar's international dimension create an outstanding environment for the Chair participants.

Evaluation:

Course evaluation is based on case studies, class participation, a mid-term and a final exam, and a group work project.

SANT31429

Managing Therapeutic Innovat.2

Credit hours: 1.00
Course attribute: Management course
Contact hours: 25.00
Course coordinator: G. KATZ, ESSEC professor
This course is taught in English.

Course outline:

Ibid