

Ce syllabus de cours est donné **à titre indicatif** et est susceptible d'être modifié selon les exigences de formation des étudiants. Il prend appui sur la fiche RNCP 35924.

Objectifs de la formation en gestion

Permettre aux étudiants de comprendre les situations et les décisions des entreprises dans leur environnement économique, politique, juridique, et culturel. Connaître le fonctionnement des organisations et les outils de leur gestion à partir d'enseignements :

- de gestion : comptabilité générale et analytique, contrôle de gestion, finance, marketing, gestion des ressources humaines, gestion de production, éthique et responsabilité sociale de l'entreprise, stratégie, système d'information, théorie des organisations ;
- de disciplines connexes : économie, droit, sciences humaines et sociales (sociologie, psychologie, histoire), statistiques, mathématiques, informatique, langues étrangères et notamment l'anglais.

Semestre 1

UE 1 : Informer et communiquer en contexte professionnel

Anglais des affaires : 15 h TD

Le cours d'anglais vise à développer les capacités d'expression en anglais des affaires. Les étudiants travaillent sur des documents écrits, audio ou vidéo qui traitent de thèmes variés.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre des documents écrits ou oraux traitant du monde des affaires et des questions économiques et sociales • S'exprimer sur ces thèmes • Approfondir sa connaissance de la culture et des institutions anglo-saxonnes • Consolider et approfondir ses connaissances lexicales et grammaticales 	<ul style="list-style-type: none"> • Contenu des documents étudiés (économie, gestion, société, monde anglo-saxon, etc.) • Fiches de vocabulaire et de grammaire

Communication : 18 h CM et 12 h TD

L'objectif est d'initier les étudiants aux notions de base de la communication écrite et orale en entreprise afin de leur permettre de s'exprimer efficacement en contexte professionnel.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les principaux enjeux de la communication dans les organisations • Repérer les éléments constitutifs de la culture organisationnelle • S'exprimer d'une manière professionnelle à l'écrit comme à l'oral (communication interne et/ou externe à l'organisation) 	<ul style="list-style-type: none"> • L'être humain, un animal ultra-social • Socialisation et culture organisationnelle • Communication organisationnelle • Notions fondamentales en communication • Maîtriser la communication professionnelle • Les écrits professionnels classiques • Émotions et langage corporel

UE 2 : Appréhender les enjeux des organisations

Introduction au droit : 24 h CM

L'introduction au droit vise à donner un panorama général du système juridique français et européen, de façon à saisir les enjeux et implications d'un problème juridique.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Situer le droit des personnes physiques et des personnes morales dans leur environnement juridique Identifier leurs obligations légales 	<ul style="list-style-type: none"> Qu'est-ce que le droit ? Les sources du droit Les principales institutions et juridictions Le droit public et le droit privé Le droit civil et le droit pénal Les personnes physiques et morales

Principes d'économie : 18 h CM et 10 h TD

Le cours de principes d'économie vise à donner un panorama général des problématiques économiques pour permettre à l'étudiant de situer l'entreprise dans son contexte économique.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Mobiliser les principaux concepts de l'économie pour analyser et comprendre une problématique économique Appréhender et situer les différents leviers d'action de la politique économique 	<ul style="list-style-type: none"> Introduction à l'économie Concurrence et main invisible Les imperfections du marché L'économie des politiques publiques Enjeux et approches de la macroéconomie L'économie à court terme L'économie à long terme L'économie internationale

Histoire des faits économiques et sociaux : 15 h CM et 6h TD

Le programme a pour objet l'étude des principaux phénomènes économiques et sociaux du XIXème et XXème siècles.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Mobiliser les outils pertinents pour analyser et comprendre le monde contemporain Nourrir et mûrir une réflexion autonome à propos de phénomènes complexes 	<ul style="list-style-type: none"> Les divers modèles de capitalisme Croissance économique et développement du capitalisme au XIXème et XXème siècles Fluctuation et crises La mondialisation en perspective

UE 3 : Assurer le pilotage comptable et financier de l'organisation

Introduction à la gestion : 24 h CM

L'objectif est d'initier les étudiants aux notions de base de la gestion d'entreprise, de leur permettre de connaître l'entreprise, sa mission, son organisation et ses différentes fonctions.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Repérer les différents types d'entreprise Situer l'entreprise dans son environnement Reconnaître les grands types de culture et de management au sein de l'entreprise Identifier et situer les différentes fonctions au sein de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> La nécessité de la gestion d'entreprise (management des organisations vs. économie d'entreprise, les fondements du management des organisations) La diversité du tissu entrepreneurial (les différents critères de classification des entreprises, la diversité des finalités et des objectifs) Le management en contexte (l'environnement des entreprises, la diversité des relations inter-entreprises) Culture d'entreprise et leadership (la diversité des cultures d'entreprise, le style de management) La structuration des fonctions principales de l'entreprise (les différents métiers de l'entreprise, management et structure d'entreprise)

Mathématiques : 20 h CM et 18 h TD

Le cours de mathématiques vise à développer les compétences des étudiants en termes d'abstraction et de raisonnement logique, compétences qui seront ensuite mobilisées en économie, finance, prévisions, audit, etc.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Modéliser mathématiquement un problème économique ou managérial afin de mieux le comprendre et le formuler Résoudre un problème de manière rigoureuse, logique et cohérente Développer ses capacités d'analyse, son agilité mentale et sa créativité 	<ul style="list-style-type: none"> Rappels (trinôme du second degré, factorisation des polynômes, opérateur Σ, valeur absolue, équations linéaires) L'espace R^n Les fonctions (généralités, opérations sur les fonctions, fonctions d'une variable réelle, fonctions usuelles) Les fonctions linéaires, homogènes, convexes

UE 4 : Assurer le développement commercial et humain de l'organisation

Psychologie sociale : 24 h CM

L'objectif du cours est d'initier les étudiants à la psychologie sociale, de les sensibiliser à l'influence des autres sur les prises de décision en organisation.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Adapter ses prises de décision en prenant en compte les biais cognitifs auxquels nous pouvons être soumis Déchiffrer certaines dynamiques à l'œuvre entre les groupes dans la vie professionnelle et personnelle Déceler ou mobiliser des techniques psychosociales permettant d'influencer les comportements d'autrui 	<ul style="list-style-type: none"> Qu'est-ce que la psychologie sociale ? Le sujet social : le soi et la socialisation La perception sociale : les représentations sociales, les attitudes et le changement des attitudes, les stéréotypes, préjugés et la discrimination L'influence sociale : la notion de groupe en psychologie sociale, les mécanismes d'influence (normalisation, conformisme, soumission à l'autorité)

Gestion des ressources humaines : 24 h CM

Le cours vise à exposer les enjeux d'une politique de GRH, ainsi qu'à présenter les différentes pratiques de gestion dans ce domaine.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Préparer une démarche de recrutement (profil de poste, rédaction de l'annonce, rédaction du contrat de travail, ...) Proposer une politique RH cohérente avec la stratégie globale d'une entreprise Identifier les spécificités d'une entreprise susceptibles d'influencer sa politique RH 	<ul style="list-style-type: none"> La fonction RH (émergence, approche contingente, missions et organisation) L'emploi (données statistiques, emplois, métiers et compétences, politiques de l'emploi, gestion des carrières et des mobilités) La rémunération (politique de rémunération, composantes de la rémunération globale, enjeux de la rémunération) Le développement humain et social dans l'entreprise (formation, santé, sécurité et qualité de vie au travail, dialogue social, égalité professionnelle et diversité)

Statistiques : 18h CM et 12 h TD

Le cours de statistiques vise à développer les compétences des étudiants en termes d'analyse statistique descriptive, compétences qui seront ensuite mobilisées en économie, marketing, GRH, etc.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Calculer, analyser et interpréter des données statistiques afin de poser un diagnostic pertinent dans une situation économique ou 	<ul style="list-style-type: none"> Introduction à l'analyse de données Analyse descriptive d'une variable (moyenne, variances, quantiles, ...)

<p>managériale donnée</p> <ul style="list-style-type: none"> Faire preuve d'esprit critique dans l'évaluation de la qualité des données et de leurs relations 	<ul style="list-style-type: none"> Analyse des relations entre deux variables (caractéristiques, ajustement linéaire ou non linéaire, séries temporelles) Construction d'indice (indices de prix, de production, d'inégalités) Probabilités (analyse combinatoire)
--	---

Semestre 2

UE 1 : Informer et communiquer en contexte professionnel

Anglais des affaires : 15 h TD

Poursuite du cours.

Informatique : 6 h CM et 12 h TD

Le cours d'informatique vise à développer les compétences numériques des étudiants de façon à ce qu'à l'issue de la L2, ils puissent disposer du PIX (certificat de compétences numériques).

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Utiliser les outils numériques pour rechercher, vérifier, acquérir, gérer, traiter, produire et diffuser de l'information. Respecter la loi, ainsi que les règles de sécurité et de bonne conduite, lors de l'utilisation et de la diffusion des informations. 	<ul style="list-style-type: none"> Information et données Communication et collaboration Création de contenu Protection et sécurité Environnement numérique

UE 2 : Appréhender les enjeux des organisations

Sociologie : 24 h CM (parcours management)

L'objectif du cours est d'initier les étudiants à la sociologie, en s'intéressant en particulier à la façon dont les acteurs au sein de l'organisation construisent une action collective. Mais elle vise aussi à donner aux étudiants une compréhension de l'environnement social dans lequel évolue l'entreprise.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Décrire et expliquer certains des mécanismes qui régissent les phénomènes et les comportements sociaux Appliquer une méthode 	<ul style="list-style-type: none"> Les grands auteurs en sociologie : thématiques et méthodes (Durkheim, Weber, Janis, Weick, Bourdieu vs. Boudon, Crozier, DiMaggio et Powell, ...)

Geopolitics : 24 h CM (parcours international)

The objective of the course is to identify the major factors that influence geopolitics, as well as to understand developments in the international environment. This course will focus on recent international news, on the analysis of the significant events that define a new world order.

Expected skills	Associated knowledge
<ul style="list-style-type: none"> Understand contemporary geopolitical issues in order to identify the associated threats and opportunities for the company 	<ul style="list-style-type: none"> The silk roads The war in Ukraine The conflict between Armenia and Azerbaijan The tension between China and Taiwan

Macroéconomie : 18 h CM et 10 h TD

Le cours de macroéconomie vise à présenter les grands mécanismes qui régissent le fonctionnement de l'économie : consommation, investissement, épargne.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Analyser et interpréter les données financières, économiques, sociales et politiques d'un pays ou d'un groupe de pays afin de comprendre l'environnement économique dans lequel évolue l'entreprise et d'anticiper ses probables évolutions Calculer les principaux indicateurs utilisés pour cette analyse : taux de croissance, TRI, VAN, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Définition des notions de base (PIB, consommation, investissement, croissance) Présentation du circuit macroéconomique et de quelques éléments de comptabilité nationale qui permettent de mesurer les différents agrégats L'analyse classique (analyse du fonctionnement du marché, loi de Say et ses limites) L'analyse keynésienne et ses principaux outils (demande effective, loi psychologique, multiplicateurs) La question du chômage au regard des approches précédentes

Microéconomie : 30 h CM et 18 h TD

Cet enseignement vise à présenter les concepts fondamentaux de la théorie microéconomique. Celle-ci propose un cadre d'analyse permettant d'étudier les comportements de différents agents économiques (consommateurs, entreprises, administrations, banques, ...) et la manière dont ces comportements interagissent les uns avec les autres dans nos économies.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Analyser et interpréter les données relatives à un marché et à ses agents économiques afin de comprendre leur logique et d'anticiper leurs probables évolutions Calculer les principaux indicateurs utilisés pour cette analyse : taux d'élasticité, optimum de production, etc. Analyser et interpréter les données relatives 	<ul style="list-style-type: none"> Introduction générale Théorie du consommateur <ul style="list-style-type: none"> - La contrainte budgétaire - La préférence du consommateur - La demande du consommateur Théorie du producteur <ul style="list-style-type: none"> - L'entreprise et ses techniques de production

<p>à un marché et à ses agents économiques afin de comprendre leur logique et d'anticiper leurs probables évolutions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calculer les principaux indicateurs utilisés pour cette analyse : taux d'élasticité, optimum de production, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le comportement de l'entreprise en Concurrence pure et parfaite • L'équilibre sur un marché concurrentiel - L'équilibre sur un marché concurrentiel - Equilibre concurrentiel et efficacité
---	--

UE 3 : Assurer le pilotage comptable et financier de l'organisation

Comptabilité générale : 18 h CM et 12 h TD

L'objectif est d'initier les étudiants à la comptabilité générale à travers ses principes, méthodes et enjeux.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Enregistrer les écritures les plus courantes afin d'élaborer un bilan et un compte de résultat simples, selon les dispositions légales. • Contrôler, analyser et interpréter un bilan et un compte de résultat simples établis selon les normes françaises. 	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction à la comptabilité générale <ul style="list-style-type: none"> - La notion de patrimoine - Les notions d'enrichissement (produits), d'appauvrissement (charges) et de résultat - La notion d'immobilisation • La normalisation et la réglementation comptable • La technique comptable <ul style="list-style-type: none"> - Le bilan - Le passage du bilan aux comptes - Le passage du compte au bilan - L'enregistrement des opérations dans les comptes (partie double) - Le résultat (produits et charges) - Le journal, le grand livre et la balance - Les opérations courantes (achats, ventes, ...)

Mathématiques : 24 h CM et 18 h TD

Suite du cours.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Modéliser mathématiquement un problème économique ou managérial afin de mieux le comprendre et le formuler • Résoudre un problème de manière rigoureuse, logique et cohérente • Développer ses capacités d'analyse, son agilité mentale et sa créativité 	<ul style="list-style-type: none"> • Suites réelles • Limites, continuité, dérivabilité • Intégrales • Introduction au calcul différentiel et à l'optimisation

UE 4 : Assurer le développement commercial et humain de l'organisation

Théorie des organisations : 24 h CM (parcours management)

L'objectif du cours est de permettre aux étudiants de se familiariser avec le management dans les organisations. Il est aussi de faire le lien entre les pratiques et la théorie.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Expliquer comment et pourquoi, en fonction de son contexte et de ses ressources, une organisation se structure 	<ul style="list-style-type: none"> Introduction à la théorie des organisations (entre déterminisme et actionnisme) Le contexte actuel (modernité, économie de l'immatériel, réactivité) Les acteurs de l'organisation (coûts d'agence, théorie des contrats) La gouvernance de l'organisation (définitions, modes de gouvernance) L'organisation des organisations (Taylorisme, relations humaines, contingence structurelle, constructivisme).

Business ethics & strategy : 24 h CM (parcours international)

The objective of the course is to give to students of the international course a global view based on two corporate issues: ethics and strategy.

Expected skills	Associated knowledge
<ul style="list-style-type: none"> Carry out a documentary research Identify and analyze an ethical problem in business, and make recommendations for relevant action Make an oral presentation and discuss in group in English 	<ul style="list-style-type: none"> Introduction to ethics, social responsibility and sustainability Business Ethics The nature of corporations Stakeholders theory Tools of an ethical management Ethics and strategic management Introduction to strategy External analysis (BCG, Porter, SBU...) Internal analysis (SWOT, resources, ...) Strategic diagnosis

Marketing : 18 h CM et 12h TD

L'objectif du cours est d'initier les étudiants à la démarche marketing et au contenu de la discipline, ainsi qu'à ses méthodes d'analyse de cas.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> Identifier les éléments clés de la stratégie marketing suivie par une entreprise dans différents secteurs d'activité, Effectuer une analyse-diagnostic (SWOT) simple de la situation d'une marque ou d'un 	<ul style="list-style-type: none"> Introduction et exemples de produits Les fondements du marketing (concepts, environnement) Capter les tendances du marché

<p>produit sur son marché/segment</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fixer des objectifs (quantitatifs et qualitatifs) et proposer des plans d'action cohérents 	<p>(comportement du consommateur, études de marché)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etablir une relation avec le consommateur (segmentation, ciblage) • Construire une marque forte (positionnement, stratégie de marque) • Construire une offre cohérente (politique de produit et de prix) • Organiser l'accès à la valeur (politique de distribution) • Communiquer la valeur (politique de communication) • Assurer la croissance à long terme (enjeux, métiers du marketing)
--	--

Statistiques : 24 h CM et 15 h TD

Suite du cours.

UE 5 : Se professionnaliser et s'engager

Projet professionnel de l'étudiant : 12 h TD

L'objectif de ce cours est d'amener chaque étudiant à préciser son projet professionnel. En L1, le travail portera sur l'analyse d'une offre d'emploi et s'effectuera en binôme.

Compétences attendues	Savoirs associés
<ul style="list-style-type: none"> • Effectuer une recherche documentaire • Identifier les compétences professionnelles exigées par le métier que l'on vise et analyser leur adéquation avec ses propres qualités et ses aspirations personnelles • Présenter à l'oral 	<ul style="list-style-type: none"> • Les métiers liés à la gestion et les aptitudes requises pour chacun d'eux.

Stage (facultatif)

Il est possible d'effectuer un stage de 1 à 8 semaines en L1 Gestion.