
GRANDE ÉCOLE
MSc in MANAGEMENT



CATALOGUE DES COURS
COURSE CATALOG
2016-2017

Catalogue des Cours

Course Catalog

COURS – CHAIRES – FILIERES / COURSES – CHAIRS – TRACKS

Année universitaire 2016-2017
Academic Year 2016-2017

Sommaire

Table of contents

Introduction / Introduction	5
------------------------------------	----------

Descriptif des cours / Course Outlines	7
---	----------

▪ Codification des cours de gestion/ <i>Classification of Management Course Codes</i>	9
▪ Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting & Management Control</i>	13
▪ Droit et Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>	37
▪ Economie/ <i>Economics</i>	87
▪ Finance/ <i>Finance</i>	109
▪ Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>	141
▪ Management/ <i>Management</i>	173
▪ Marketing/ <i>Marketing</i>	221
▪ Management des Opérations/ <i>Operations Management</i>	265
▪ Hors département/ <i>Outside Academic Departments</i>	279
▪ Langues/ <i>Languages</i>	291

BYOC / Build Your Own Course	305
-------------------------------------	------------

▪ Centre i-Magination / <i>I-Magination Center</i>	306
▪ Descriptif des cours «BYOC» / <i>BYOC Course Outlines</i>	308

ESSEC Asia-Pacific in Singapore	313
--	------------

▪ Core Track.....	314
▪ Global Manager in Asia and Asian Strategy Project	315
▪ Financial Markets Track	317
▪ Corporate Finance Track	318
▪ Operations Management Program	320

Chaires / Chairs	323
-------------------------	------------

Chaires d'enseignement / Teaching Chairs

▪ Chaire Communication et Stratégies de Marque	324
▪ Chaire Media & Digital	327
▪ Digital Disruption Chair – NEW –	330
▪ Chaire ESSEC Santé	332
▪ <i>ESSEC Chair of Therapeutic Innovation</i>	334
▪ Chaire de Grande Consommation	337
▪ Chaire Vente et Stratégie Marketing	339
▪ <i>LVMH Chair</i>	341
▪ Chaire Management des Savoir-Faire d'Exception – NEW –	343
▪ <i>Accenture Strategic Business Analytics Chair</i>	346
▪ Chaire Immobilier et Développement Durable	347
▪ Chaire d'Economie Urbaine	350
▪ Chaire Entrepreneuriat Social	352

▪ <i>Leadership and Diversity Chair</i>	356
▪ Chaire Edgar Morin de la Complexité	359
▪ Chaire ESSEC Finance	361

Chaires de recherche / *Research Chairs*

▪ Chaire Armand Peugeot	362
▪ Chaire du Changement	363
▪ Chaire Philanthropie	364
▪ Chaire Amundi – NEW –	365

Filières / *Specialized Tracks* **367**

▪ Filière CFO (Conseil, Finance et Organisation)	368
▪ Cursus Expertise Comptable (dispenses pour le DSCG)	370
▪ Filière Conseil en Stratégie	371
▪ Filière Négociation et gouvernance internationale.....	373
▪ Filière Droit	374
▪ Filière Prep'ENA (avec Paris IX-Dauphine)	376
▪ Filière Economie	378
▪ Filière Finance (Partenariat avec le CFA Institute)	380
▪ Filière Actuariat (ESSEC – ISUP)	389
▪ <i>Business Analytics Methods Track</i> (ex-QUADS Track)	392
▪ <i>Information Systems Track</i>	393
▪ Filière Entrepreneuriat.....	395
▪ L'Incubateur ESSEC Ventures	396
▪ <i>B2B Relationship Management Track</i>	397
▪ Filière Business Design et Innovation	399
▪ <i>Sport Business Track</i>	400
▪ Filière Management des Opérations	402
▪ <i>Agri-food Track</i>	405
▪ Filière Immobilier-RICS	406

Autres programmes / *Others programs* **408**

▪ Programme CPI (avec Centrale Paris et Strate College Designers)	408
▪ <i>PhD in Business Administration</i>	410
▪ <i>Summer Module "Global Manager in Europe"</i>	412

Annexe / *Appendix* **413**

▪ Liste des professeurs permanents/ <i>Faculty Members</i>	414
--	-----

Introduction

Chères étudiantes, chers étudiants,

Le *Catalogue des cours* reflète la richesse de l'offre pédagogique qui vous est proposée au sein de la Grande Ecole : cours, chaires, filières, cursus, etc., qu'ils soient donnés sur l'un ou l'autre de nos campus, Cergy ou Singapour. Toutes les options possibles au sein de l'école y figurent. Vos nombreuses questions sur l'offre actuelle y trouveront réponse.

Ce catalogue est votre outil de travail, votre guide et la référence indispensable pour vous aider dans vos choix de cours. Il est complémentaire du *Guide des Etudes* en cycle Master.

Nous espérons qu'il vous aidera à saisir toutes les opportunités qu'offre l'ESSEC et à faire des choix éclairés. Il vous aidera aussi à être un étudiant responsable : responsable de ses choix, de son cursus, de sa présentation au jury de diplôme.

Nous vous conseillons de compléter la lecture de ce catalogue par la consultation des plans de cours (syllabus) disponibles sur myessec.com/MSc Program Center.

Bonne lecture à toutes et à tous et très belle année universitaire 2016-2017.

Anne-Claire PACHE

Directeur général adjoint en charge de la Grande Ecole et de la Formation Initiale
Dean of Academic Programs

Dear Students,

The Course Catalog reflects the diversity of the academic offer proposed in the MSc in Management: courses, chairs, specialized tracks... taught in Cergy and on our campus in Singapore. All the modules available in the program are described, along with many of the answers to your questions.

The Course Catalog is a guide and reference to help structure your choice of courses. Please also consult the MSc Study Guide for additional important information.

We hope that it will help you gain time and clarity when choosing courses during your studies. It will help you be a responsible student: responsible for your choices, for your curriculum and for your presentation to the Degree Board Committee.

We advise you to also consult the course syllabi available on myessec.com/MSc Program Center.

Enjoy this Course Catalog and have a fruitful academic year 2016-2017.

Marie-Noëlle KOEBEL

Directeur des Etudes des programmes Masters ESSEC
Director of Studies for ESSEC Masters Programs

Descriptif des cours
Course Outlines



Codification des cours de gestion

Classification of Management Course Codes

A - Cours de gestion / *Management Courses*

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.

Course codes include three letters (department code) followed by one letter for the department subject, by two digits corresponding to the level and the program, one digit for the level of the course, and finally by two digits with variable sense or without any specific meaning.

Exemples de codes : DEVD31126 ; MGTP31100

Code examples: DEVD31126; MGTP31100

- **Les trois premières lettres** indiquent généralement le département ou le domaine d'étude.
The first three letters generally correspond to the department.
- **La quatrième lettre** indique la matière concernée, au sein du département
The fourth letter corresponds to the department subject
(Exemple/Example: MGTE : Entrepreneuriat / *Entrepreneurship*, etc.).

COM : Chaires/Chairs

- M : Chaire communication et management/*Communication and Management Chair*
- D : Chaire Media & Digital/*Media Digital Chair*

CPR : Culture, Politique, Responsabilité/Culture, Politics, Responsibility

- E : Esthétique/*Esthetic*
- O : "Neutre", politique/*"Neutral", Politics*
- S : Scientifique/*Scientific*

CPT : Comptabilité, Contrôle de gestion/Accounting and Management Control

- C : Comptabilité financière/*Financial Accounting*
- G : Contrôle et comptabilité de gestion/*Cost Accounting and Management Control*
- O : Instruments de gestion et organisation/*Management Systems and Organization*

DEV : Droit et Environnement de l'Entreprise/Public and Private Policy

- C : Collectivités locales et économie urbaine/*Local Communities and Urban Economics*
- D : Droit/*Law*
- E : Entrepreneuriat/*Entrepreneurship*
- I : Gestion immobilière/*Real Estate Management*
- N : Négociation/*Negotiation*

ECO : Economie/Economics

- A : Macroéconomie et économie internationale/*Macroeconomics and International Economics*
- I : Microéconomie/*Microeconomics*
- S : Economie sectorielle/*Sector-related Economics*

EXP : Expérience en entreprise/Corporate Experience

- I : Projet interdisciplinaire d'entreprise/*Interdisciplinary Corporate Project*

FIN : Finance/Finance

- A : Actuariat/Actuarial, Insurance
- E : Finance d'entreprise/Corporate Finance
- G : Finance générale/General Finance
- M : Finance de marché/Market Finance
- S : Synthèse/Synthesis

IDS : Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/Information Systems, Decision Sciences and Statistics

- D : Sciences de la décision/Decision Sciences
- E : Entrepreneuriat/Entrepreneurship
- I : Systèmes d'information/Information Systems
- M : Mathématiques/Mathematics
- S : Statistiques/Statistics

MGT : Management/Management

- E : Entrepreneuriat/Entrepreneurship
- M : Management et processus organisationnels/Management and Organizational Processes
- P : Psychologie et développement personnel/Psychology and Personal Development
- S : Stratégie/Strategy

MKG : Marketing/Marketing

- A : Management et marketing des services/Services Marketing and Management
- C : Connaissance et analyse des marchés/Knowledge and Market Analysis
- F : Fonctions du marketing/Marketing Functions
- J : Jeux et simulations /Games and Business Simulations
- M : Management en marketing/Marketing Management
- S : Marketing sectoriel/Sectorial Marketing

MOP : Management des Opérations/Operations Management

- I : Innovation/Innovation
- O : Optimisation et qualité/Optimization and Quality
- P : Achats, production, distribution/Purchasing, Production, Distribution

SANT : Chaires du pôle santé/Health Chairs

- **Les deux premiers chiffres** indiquent le niveau et le nom du programme.
The first two digits correspond to the level and the program.
(ex: 31 ; 3 = «Graduate» level; 1 = ESSEC program; 32 for Specialized Masters).
- **Le premier des trois derniers chiffres** donne dans certains cas une indication sur le niveau du cours ou le genre auquel il appartient :
The first of the last three digits corresponds in some cases to the level of the course or its attribute:
 - 0** : cours du Cycle Bachelor ou cours de pré-MSc/Bachelor course or pre-MSc course
 - 1** : cours fondamental ou cours clé d'un département/Core course or fundamental course in a department
 - 2** : cours d'approfondissement/Advanced course
 - 3** : cours transversal ou cours de synthèse/Trans-disciplinary course or synthesis course
 - 4** : cours ou séminaire thématique/Thematic course or seminar
- **Les deux derniers chiffres** constituent un numéro d'ordre, sans signification.
The last two digits represent a number without any specific meaning.

B - Prérequis et cours équivalents/*Prerequisite and Equivalent Course*

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

Prérequis (obligatoire ou conseillé) :

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

La mention «prérequis», indiquée au début du descriptif de cours, précise que le cours en question a un ou plusieurs cours prérequis (obligatoire ou recommandé).

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.

The course list tables and the course outlines may include the two following information:

Prerequisite (mandatory or recommended): *course which has to be previously taken and passed before the registration of the course described.*

The information "prerequisite", mentioned at the beginning of the course outline, indicates that the course has one or several prerequisite course(s) (mandatory or recommended).

Equivalent: *course which is equivalent to the course described (for instance, they have the same outline, but one is taught in English, the other one in French, etc.). Taking the course and its equivalent has no sense and, in any case, if passed, only one credit (UV) will be awarded.*

C- Langues/*Languages*

Les cours de management sont donnés soit en français, soit en anglais ou dans les deux langues. Les cours fondamentaux sont enseignés dans les deux langues. Les cours donnés en anglais sont listés en italique dans les tableaux.

Quand le cours est donné dans une langue, il est décrit dans la langue d'instruction.

Aucune traduction n'est fournie.

Management courses are taught either in French or in English, or in both languages. Core courses are given in both languages. Courses taught in English are listed in italic in the tables.

When the course is taught in one language, it is described in this language, no translation is provided.

Comptabilité-Contrôle de gestion

Accounting and Management Control



Professeur responsable de département / *Department Head*: Charles CHO
Assistantes / *Assistants* : Alice CABARÉ, Sylvie HEUMEZ, Marion ITHANY

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, de la RSE/ISR 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 des professeurs du département.

Les cours proposés par le département préparent à l'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 (voir chapitre «Filières»).

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

CPTC ↪ Comptabilité financière
CPTG ↪ Contrôle et comptabilité de gestion
CPTO ↪ Instruments de gestion
et organisation

The Accounting and Management Control Department offers students an introduction to the procedures and methods of accounting and management control and their use in various contexts—strategic decision making and management, financial communications—and environments: private (large and small companies), public, and nonprofit.

It also offers interdisciplinary courses that provide insight into the organizational dimensions of management tools. The management tools studied in these courses include not only accounting and management control tools, but also HRM, organizational change, CSR/SRI and integrated information systems (ERP) tools. Lastly, seminar-format courses offer students an opportunity to become acquainted with the areas of interest and current research focuses of department faculty.

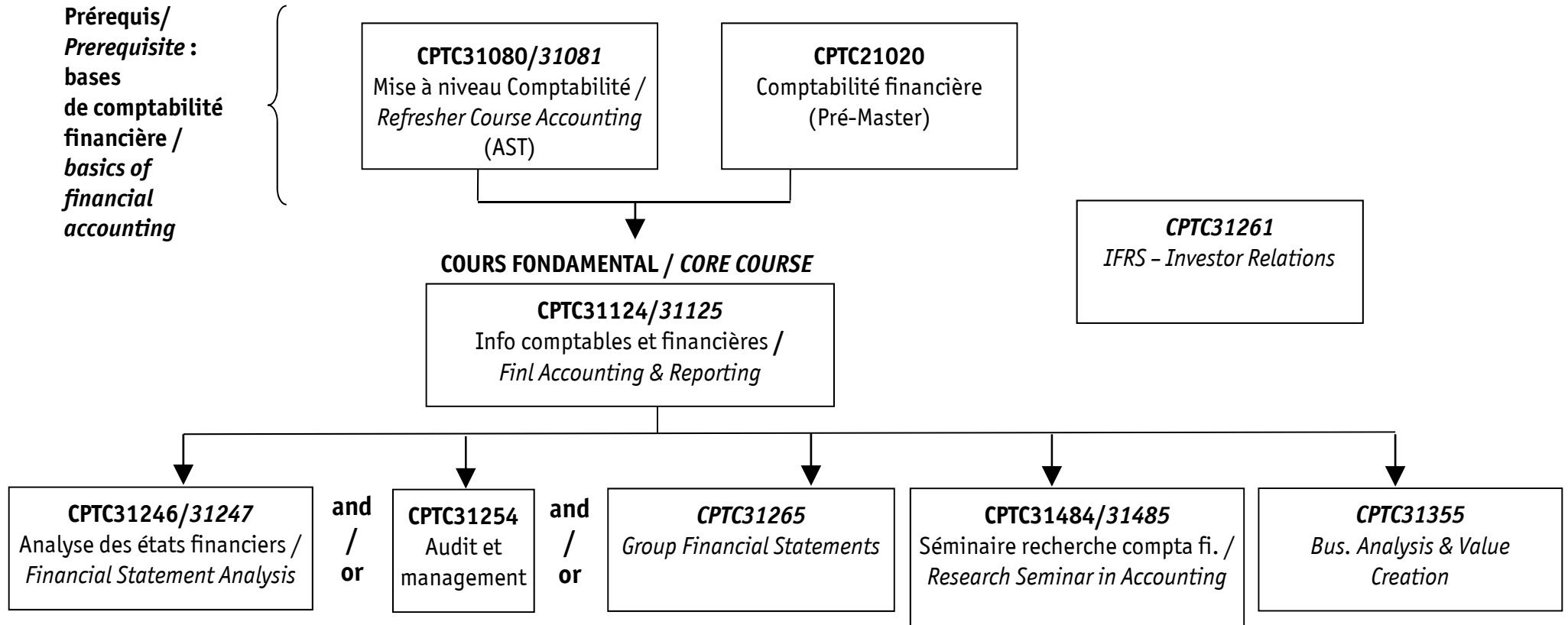
The courses in this department prepare students to become certified accountants under the French system and to work in the areas of auditing, financial analysis, accounting and financial management, and management control (see chapter "Specialized Tracks").

The disciplines or "sub-disciplines" are identified by the following prefixes:

*CPTC ↪ Financial Accounting
CPTG ↪ Management Control
CPTO ↪ Management Systems
and Organization*

1. Comptabilité financière / *Financial Accounting*

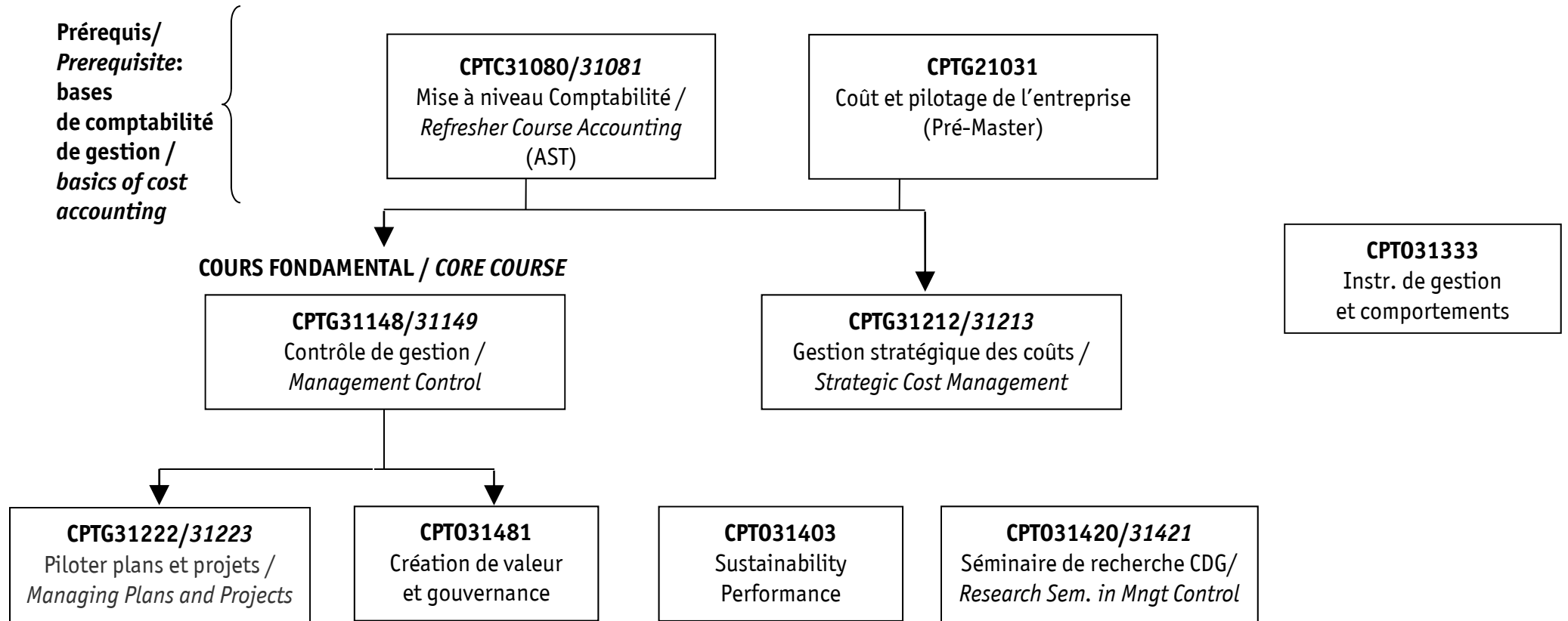
Prérequis/
Prerequisite :
bases
de comptabilité
financière /
*basics of
financial
accounting*



→ Prérequis / *Prerequisite(s)*

2. Contrôle de gestion & Instruments de gestion et organisation / *Management Control & Management Systems and Organization*

Prérequis/
Prerequisite:
 bases
 de comptabilité
 de gestion /
*basics of cost
 accounting*



→ Prérequis / *Prerequisite(s)*

COMPTABILITE FINANCIERE FINANCIAL ACCOUNTING (CPTC)		Responsable(s) du cours Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) Equivalent(s)
Cours Pré-MSc / Pre-MSc course (<i>Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students</i>)					
CPTC31080	Mise à niveau Comptabilité	C. Ramirez, M.-L. Gomez			<i>CPTC31081</i>
<i>CPTC31081</i>	<i>Refresher Course Accounting</i>	C. Ramirez, M.-L. Gomez			CPTC31080
Cours fondamental / Core course					
CPTC31124	Info comptables et financières	A. Jeny, W. Dick	CPTC21020 or CPTC31080 or <i>CPTC31081</i>		<i>CPTC31125</i>
<i>CPTC31125</i>	<i>Finl Accounting & Reporting</i>	W. Dick, A. Jeny	CPTC21020 or CPTC31080 or <i>CPTC31081</i>		CPTC31124
Cours de gestion / Management courses					
CPTC31246	Analyse des états financiers	C. Cho, A. Jeny	CPTC31124 or <i>CPTC31125</i> and <i>FINE31123</i> or FINE31124		<i>CPTC31247</i>
<i>CPTC31247</i>	<i>Financial Statement Analysis</i>	C. Cho, A. Jeny	CPTC31124 or <i>CPTC31125</i> and <i>FINE31123</i> or FINE31124		CPTC31246
CPTC31254	Audit et management	F. Cavelius	CPTC31124 or <i>CPTC31125</i>		
<i>CPTC31261</i>	<i>IFRS - Investor Relations</i>	C. Cho	CPTC31124 or <i>CPTC31125</i>		
<i>CPTC31265</i>	<i>Group Financial Statements</i>	W. Dick	CPTC31124 or <i>CPTC31125</i>		
<i>CPTC31355</i>	<i>Bus. Analysis & Value Creation</i>	A. Jeny	CPTC31124 or <i>CPTC31125</i> and <i>FINE31123</i> or FINE31124		
SEMINAIRES DE CHAIRE / CHAIR SEMINARS					
CPTC31484	Séminaire recherche compta fi.	A. Jeny			
<i>CPTC31485</i>	<i>Research Seminar in Accounting</i>	A. Jeny			

In italic, courses taught in English

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline**

CONTROLE ET COMPTABILITE DE GESTION / COST ACCOUNTING AND MANAGEMENT CONTROL (CPTG)		Responsable(s) du cours Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) Mandatory prerequisite(s)	Prérequis recommandé(s) Recommended prerequisite(s)	Equivalent(s) Equivalent(s)
Cours fondamental / Core course					
CPTG31148	Contrôle de gestion	A. Zicari	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081	CPTC31124 or CPTC31125	CPTG31149
<i>CPTG31149</i>	<i>Management Control</i>	A. Zicari	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081	CPTC31124 or CPTC31125	CPTG31148
Cours de gestion / Management courses					
CPTG31212	Gestion stratégique des coûts	F. Cavelius, S. Linder	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTG31213
<i>CPTG31213</i>	<i>Strategic Cost Management</i>	S. Linder, F. Cavelius	CPTG21031 or CPTC31080 or CPTC31081		CPTG31212
CPTG31222	Piloter plans et projets	S. Linder, A. Zicari	CPTG31148 or CPTG31149		CPTG31223
<i>CPTG31223</i>	<i>Managing Plans and Projects</i>	S. Linder, A. Zicari	CPTG31148 or CPTG31149		CPTG31222
INSTRUMENTS DE GESTION ET ORGANISATION / MANAGEMENT SYSTEMS AND ORGANIZATION (CPTO)					
Cours de gestion / Management courses					
CPTO31333	Instr. gestion & comportements	A. Ancelin-Bourguignon			
<i>CPTO31403</i>	<i>Sustainability Performance</i>	C. Cho, A. Zicari			
CPTO31420	Séminaire de recherche CDG	P. Lorino			
CPTO31421	<i>Research Sem. in Mngt Control</i>	A. Zicari			
CPTO31481	Créa. de valeur et gouvernance	A. Zicari	CPTG31148 or CPTG31149		

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

CPTC31080

Mise à niveau Comptabilité

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST.

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 opérations de l'entreprise 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).

CPTC31081

Refresher Course Accounting

Refresher Course reserved for the AST students.

Objectives:

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, which is used in all types of organizations for planning, making key decisions, and monitoring business performance.

Main areas covered in the course:

- Definition and purpose of financial accounting and management accounting
- Principles and methods of bookkeeping
- Preparation of financial reports
- Introduction to the analysis of company performance
- Concepts and core tools of cost analysis.

Pedagogical methods:

The course involves a combination of lectures, problem solving and discussion of cases.

Grading pattern:

Mid-term exams + final exam.

CPTC31124

Informations comptables et financières

*Prérequis - cf. tableaux
Cours fondamentale*

Objectifs :

Ce cours a pour objectif un approfondissement des connaissances des étudiants en matière de comptabilité et de communication financière. Le point de vue adopté est essentiellement celui de l'utilisateur des états financiers.

Thèmes abordés :

- 1) La logique et l'élaboration des comptes de groupe ;
- 2) L'étude des points clé de l'annexe aux comptes consolidés ;
- 3) La structuration et l'interprétation de l'état des flux de trésorerie.

Pédagogie :

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

Evaluation :

L'évaluation repose sur un contrôle continu et un examen en fin de trimestre.

CPTC31125**Financial Accounting & Reporting**

Prerequisite(s) - cf. tables

Core course

Objectives:

The objective of this course is to familiarize students in business administration to the main role of financial statements: provide information helpful to investors in the decision making process. The accent falls on understanding the main reporting practices of firms.

Topics:

The financial statements, inter-corporate investments, reporting practices, the cash flow statement.

Teaching methods:

Teaching is given on the basis of cases and exercises.

Grading pattern:

Continuous assessment and a written exam at the end of the term.

CPTC31246**Analyse des états financiers**

Préquis - cf. tableaux

Objectifs :

Les analystes financiers, les analystes crédits, mais également les managers ont besoin de comprendre comment les états financiers fournissent de l'information sur les sociétés. Ce cours présente les principes de l'analyse des états financiers, tant en normes IFRS (*International*

Financial Reporting Standards)

qu'en normes américaines (U.S. GAAP).

Il fournit aux étudiants une grille d'analyse pour comprendre comment (1) la valeur et (2) les risques financiers produits par les sociétés sont capturés et reflétés par les états financiers.

Thèmes abordés :

Retraitements des états financiers, Analyse de la performance financière, Analyse crédit, Analyse de la qualité des états financiers, Evaluation et Prévisions à partir des états financiers.

Pédagogie :

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

Evaluation :

L'évaluation se fait sur la base d'un projet d'équipe qui consiste en l'analyse d'un groupe de sociétés cotées, sur l'ensemble du cours.

CPTC31247**Financial Statement Analysis**

Prerequisite(s) - cf. tables

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 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) the credit risk that business generate are captured in financial statements.

Topics:

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.

CPTC31254**Audit et management**

Prérequis - cf. tableaux

Objectifs :

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.

Thèmes abordés :

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.

Pédagogie :

Présentation PowerPoint, exercices d'application et études de cas en petits groupes. Intervention ponctuelle d'experts sur les thèmes spécifiques.

Evaluation :

Quiz en séance finale : questions de cours simples et cas pratique.

CPTC31261**IFRS - Investor Relations**

This course is not offered in 2016-2017

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

This course addresses the nature of financial information communicated to shareholders by a listed company, the legal constraints and company practices.

Topics:

- IFRS in global markets.
- Interim financial reporting.

- Non-GAAP reporting.
- Stock exchange regulations.
- Company practices.
- Corporate Social Reporting.

Teaching method:

A mixture of presentations, practical exercises, case studies and invited speakers.

Grading pattern:

Students will prepare a company research case (80%) and will be rated on contribution (20%).

CPTC31265**Group Financial Statements**

Prerequisite(s) - cf. tables

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

Teaching method:

Cases and exercises putting into practice the theoretical concepts.

Grading pattern:

Case analysis (60%), final exam (40%).

CPTC31355

Strategic Business Analysis and Value Creation

Prerequisite(s) - cf. tables

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:

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 method:

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 analysis: individual (30%)
Case analysis and presentations: group (50%)
Classroom participation (20%)

CPTC31484

Séminaire de recherche comptabilité financière

Ce cours ne sera pas proposé en 2016-2017

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 Financial Accounting

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:

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%)

CPTG31148

Contrôle de gestion

Prérequis - cf. tableaux

Cours fondamentale

Objectifs :

Le cours s'adresse bien sûr aux personnes qui souhaitent exercer dans le domaine du contrôle de gestion, mais il vise surtout à fournir à tous les étudiants de l'ESSEC 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.) que doit maîtriser tout manager assumant des responsabilités de gestion.

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 managers dans l'entreprise et assurer sa cohérence avec les objectifs stratégiques. A la différence de la comptabilité de gestion (cours CPTG21031, CPTC31080, CPTC31081) 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 score card...). Il faut noter que le cours présuppose que les étudiants maîtrisent déjà les bases de la comptabilité de gestion. Il 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 :

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

CPTG31149

Management Control

Prerequisite(s) - cf. tables

Core Course

Objectives:

Management Control (MC) has developed into one of the key instruments in both profit-oriented as well as non-profit/public organizations over the past decades. The competences and skills taught in this course are basic to all managers in order to fulfil their responsibilities. Understanding MC thus is an essential underpinning for future managers from all kinds of functions – including but not limited to the finance and accounting function, marketing and sales, strategy and corporate development, HR, organization, and R&D.

This course presents and critically discusses the basic concepts, practices and instruments of management control.

Topics:

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 management accounting are minimized, while the conceptual, behavioural and communication aspects of planning and control topics are emphasized. Thus, the course neither covers the management accounting concepts and techniques already studied in prerequisite courses nor provides a systematic refresher. Furthermore, it does not cover some advanced techniques of cost accounting and planning, which are covered, for example, in CPTG31212/213 or CPTG31222/223.

Teaching methods:

Some lecture material will be presented by the instructor, but a great emphasis will be placed on students' critical analyses, reflection and discussions on the assigned readings and business cases, which must be carefully prepared by students before each session.

Grading pattern:

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

CPTG31212

Gestion stratégique des coûts

Prérequis - cf. tableaux

Objectifs :

Dans leur recherche de création de valeur et de performance durable, les entreprises sont amenées à porter un autre regard sur l'analyse des coûts : elles doivent piloter la performance globale au travers de la gestion stratégique des coûts et du budget, et du choix d'indicateurs de performance dans les tableaux de bord. Il s'agit ainsi :

- D'analyser les facteurs déterminants des coûts le long de la chaîne de valeur de l'entreprise et de choisir le système de coûts pertinents compte tenu des objectifs stratégiques ;

- D'appuyer les choix stratégiques grâce à des méthodes de calcul de coûts appropriées ;
- De prévoir les coûts afin d'analyser les écarts avec les réalisations et de construire le budget ;
- D'identifier les leviers d'action sur les coûts pour choisir les indicateurs de pilotage pertinents et de bâtir le tableau de bord de gestion.

Il est conçu comme un cours d'approfondissement sur les pratiques du contrôle de gestion, tout en appréciant les enjeux liés à l'utilisation d'une méthode ou d'une autre, et les différences sectorielles. Il peut être suivi au choix avant le fondamental de contrôle de gestion (CPTG31148), dont il facilite la compréhension des situations de gestion, ou après le fondamental de contrôle de gestion, afin d'approfondir la pratique des outils.

Il s'adresse donc aux futurs responsables financiers ou de contrôle de gestion en entreprise, mais aussi à tout futur manager ou consultant de cabinets de conseil en stratégie désireux de mieux comprendre les impacts de la gestion stratégique des coûts sur la performance. Il est ainsi particulièrement indispensable aux étudiants qui souhaitent postuler en cabinet de conseil en stratégie.

Thèmes abordés :

Le cours est organisé de la façon suivante :

- Utiliser les coûts dans les décisions stratégiques.
- Anticiper et piloter les coûts par le budget et le contrôle budgétaire.
- Piloter les leviers d'actions sur les coûts par les tableaux de bord.

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. Les étudiants devront notamment choisir une problématique de gestion stratégique des coûts, l'analyser du point de vue théorique, et identifier un

terrain afin de confronter la théorie à la pratique. 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. Les participants seront invités à échanger leurs expériences en matière de gestion stratégique des coûts.

Evaluation :

Contrôle continu : remise de cas, travaux de groupe en séance, exposés (50%); projet de gestion stratégique des coûts (50%).

CPTG31213

Strategic Cost Management

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

In their search for value creation and in order to attain and sustain superior performance, organizations increasingly adopt a strategic view on the analysis of costs. A fundamental prerequisite for managing costs from a strategic perspective is choosing the method of cost calculation best suited to the decision-problem at hand and the strategic context in which the company operates in. In addition, managing costs strategically implies that they are no longer simply charged or allocated to products and services, but are managed in a value-enhancing manner. The course objectives are thus the following:

- to analyze the factors which determine costs and cost behaviour;
- to choose the appropriate costing system in line with the firm's strategic objectives and the type of decisions to be made;
- to support strategic choices by drawing on the appropriate methods of cost calculation;
- to control the costs along the value chain of the firm;
- to forecast costs in order to facilitate corrective action and learning by studying the variances of realized values from forecast ones.

- to identify the cost-related levers of action suitable for choosing key performance indicators and building scorecards or dashboards to manage costs and their underlying activities.

At the end of the module, students should be able to distinguish the advantages and disadvantages of the various methods and to be operational in their use or implementation in an organization.

Students may attend this course either before or after the CPTG31149 Management control (or its equivalent CPTG31148), course, as a way for deepening their understanding and practice of cost management-related tools and concepts.

The course is designed for future Chief Financial Officers or management control officers in firms, but also for future managers or consultants in strategy consulting firms, who would like to gain a better understanding of the role and instruments of strategic cost management for organizational performance. It is thus particularly recommended for students wishing to apply for a job in management consulting firms.

Topics:

The course provides for:

- a review of the basic notions and techniques of cost calculation and cost allocation,
- a review of the methods (absorption costing, activity-based costing, direct costing, target costing, budgeting, variance analysis),
- a synthesis on costing systems and their impact on the forecasting process.
- an introduction to methods for identifying key performance indicators and developing scorecards or dashboards .

Teaching method:

The course strongly draws on case studies and exercises. Attaining the learning objectives thus strongly hinges on students' work on and presentations of exercises, and/or cases and/or readings and following plenary discussions about

the pros and cons of alternative cost management techniques, concepts, and practices. Students may be asked to pick a practical business problem within the realms of strategic cost management, analyse it from a theoretical point of view, and use a field case example to contrast the theoretical predictions with actual business practice. The emphasis in class is on 2-way dialogue rather than a one-way communication from teacher to student. Thus, students are expected to prepare the readings/cases in advance, to answer questions in class, and to participate actively in discussions. Students are encouraged to share their own professional experiences on strategic cost management with the class.

Grading pattern:

Continuous control: mini-quiz, written or oral treatment of business cases, discussion of articles (50%); written exam or term paper based on an analysis of a cost management problem (50%).

CPTG31222

Piloter plans et projets

Prérequis - cf. tableaux

Objectifs :

Ce cours traite des principales méthodes de pilotage transversal : démarches de planification stratégique, gestion de projet, optimisation de processus. Le point commun de ces pratiques et outils est de combiner des perspectives pluridisciplinaires (technique, finance, marketing, stratégie, GRH, etc.) autour d'un même objectif de performance. Les cas et articles retenus portent sur l'industrie, les services et les organisations à but non lucratif.

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, successivement :

- Les méthodes de planification (stratégique, opérationnelle, financière) et leur évolution dans le temps ;
- L'analyse des processus et leur optimisation ;
- 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 le contrôle continu uniquement, à l'écrit et à l'oral, sur des travaux individuels hebdomadaires (30%) et des présentations collectives de cas (25%) et de textes (25%).

La participation aux discussions est essentielle et prise en compte dans l'évaluation (20%).

CPTG31223

Managing Plans and Projects

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

This course is about cross-functional management approaches in organizations: strategic planning, project management, process optimization. These approaches all combine multi-disciplinary

perspectives (finance, technology, HR, strategy, etc.) around a common set of objectives. The cases and readings cover both industrial and service activities.

Topics:

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 analyses and presentations:

2-student teams (70%)

Classroom participation (30%)

CPT031333

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 – c'est un cours de management.

Il a été totalement reconçu en 2014-2015 pour tenir compte des évolutions récentes, à savoir une emprise de plus en plus forte des instruments de gestion sur les organisations et la société et ses effets toxiques sur la santé des salariés.

Prérequis : aucun

Objectifs :

Les instruments de gestion (évaluation des personnes, tableaux de bord, budgets,

suivi de clientèle, gestion de stocks, gestion logistique, systèmes de classification et rémunération, 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 et de comportements. 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. Il a également pour objectif de faire prendre conscience du rôle de ces instruments dans la dégradation du bien-être au travail ces dernières décennies et d'explorer des pistes pour un management qui s'appuie moins sur la mesure et l'évaluation. Ce cours présente un intérêt particulier pour des étudiants :

- En fin de cursus
- Cherchant une formation «généraliste» au management
- Intéressés par la psychologie et/ou la sociologie
- Internationaux (questions interculturelles)
- En cours de spécialisation en contrôle de gestion ou/et en GRH.

Le cours valide une UV pour la filière CFO et le cursus Expertise Comptable.

Thèmes abordés :

- Les limites des instruments de gestion et leurs effets dysfonctionnels sur l'efficacité des organisations et la santé des salariés ;
- Les alternatives à l'usage intensif d'instruments de gestion ;
- L'ancrage culturel des instruments et modèles de gestion (France, USA, monde sinisé) ;
- le rôle des instruments de gestion dans le changement organisationnel et les sources de résistance potentielle;

- la psychologie du contrôle et de l'évaluation, en particulier le besoin de reconnaissance, les processus d'attribution causale et de construction de l'estime de soi.

Pédagogie :

La pédagogie, très réflexive, propose d'articuler en permanence concepts et grilles de lecture avec l'expérience (professionnelle, scolaire, etc.) des étudiants. 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. Plus on a d'expérience professionnelle, plus on tire profit du cours. Le cours est **DECONSEILLE** aux étudiants qui sont attachés à une pédagogie classique (cours magistral) ou qui recherchent des recettes de gestion décontextualisées.

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).

CPT031403

Sustainability Performance

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

The course provides a practical understanding of Corporate Social Responsibility (CSR). Particular focus is made on:

- Measurement and control of CSR, how emerging appraisal tools capture the diverse attributes of CSR. These measuring devices can be used both

from an internal point of view (Management Control approach) or from an external focus (Reporting or Accountability purposes).

- The domain of socially responsible investing (SRI): how information on ESG (Environment/Social/Governance) performances can be used in developing alternative investment strategies and SRI portfolios.
- Corporate social reporting, responsibility and accountability in the context of sustainable development.

Topics:

- CSR introduction, different traditions in CSR. CSR in emerging markets.
- Social and Environmental Accounting, Reporting and Disclosure.
- CSR and company strategy. Socially responsible Investment. The mainstreaming of SRI.

Teaching methods:

Instruction techniques will include interactive lectures, class discussions, presentations, simulations and case studies. The course will adopt a largely interactive style as lectures are designed to open a dialogue between the instructor and the students.

Grading pattern:

Ongoing individual evaluation (60%); Group project (40%). A written document and a presentation made by a team of 3 or 4 students.

CPT031420

Séminaire de recherche en contrôle de gestion

Objectifs :

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 permanents ou des professeurs visiteurs.

CPT031421

Research Seminar in Management Control

This seminar aims to students' thoughts on advanced topics present in current debates concerning the management control or the wider scope of organizations. It based on research by professors or visiting professors.

CPT031481

Création de valeur et gouvernance

Ce cours est actuellement en refonte et ne sera pas proposé en 2016-2017.

Prérequis - cf. tableaux

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. Il est construit autour des deux modèles types de gouvernance : shareholder et stakeholder.

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 (EVA, ROCE, TSR...),
- 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,
- Les approches particulières de gouvernance (SCOP, capitalisme familial...).

Pédagogie :

Le cours s'appuie sur la présentation et la discussion des travaux de recherche (cas ou articles) récents, ainsi que sur le témoignage d'acteurs du domaine (analystes financiers, dirigeants d'entreprises, 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 de recherche en équipe sur un thème d'actualité lié aux questions de gouvernance, qui fait l'objet d'une présentation lors de la dernière séance.



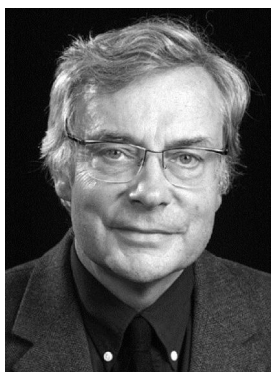
Florence CAVELIUS, professeur enseignant
Co-Responsable du département Comptabilité-Contrôle de gestion
Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris X-Nanterre –
D.E.A. Gestion et Dynamique des Organisations, ESSEC-ESCP-Mines-
Polytechnique-Université Paris X-Nanterre – Agrégation Economie
et Gestion, Option Comptable – Diplôme de l'EDHEC
A l'ESSEC depuis 2009



Charles CHO, professeur
Responsable du département Comptabilité-Contrôle de gestion
Directeur du Centre d'Excellence Management et Société
PhD in Business Administration, University of Central Florida –
MSc in Accounting, University of Central Florida –
BSc in Accounting, University of Central Florida
A l'ESSEC depuis 2011



Mark CHRISTENSEN, professeur
Campus de Singapour
PhD in Accounting, University of Adelaide - Master of Business
Administration, Australian Graduate School of Management
(UNSW)
Bachelor of Arts (Honours); majors in Accounting and
Economics, Macquarie University
A l'ESSEC depuis 2016



René DEMEESTERE, professeur honoraire
D.E.S. Sciences Economiques – D.E.A. Sciences de Gestion –
Ingénieur diplômé de l'Ecole Polytechnique de Paris
A l'ESSEC depuis 1974



Wolfgang DICK, professeur enseignant
Directeur académique de l'Executive Mastère Spécialisé Gestion financière - Contrôle et de l'Executive Mastère Spécialisé Senior Management Bancaire
Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris XII-Val-de-Marne
– Diplom-Kaufmann, Universität des Saarlandes – Diplôme Ecole Supérieure de Commerce de Paris
A l'ESSEC depuis 1996



Roger DINASQUET, professeur honoraire
Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris XII-Val-de-Marne
– Maîtrise en Gestion, Université Paris IX-Dauphine –
Diplôme d'Expertise Comptable
A l'ESSEC depuis 1973



Anastasios ELEMES, professeur assistant
PhD in Financial Accounting, Rotterdam School of Management –
MSc in Finance and Investments, Rotterdam School of Management
A l'ESSEC depuis 2015



Christoph ENDENICH, professeur assistant
Doctoral Study in Management Accounting, TU Dortmund University, Germany – Study of Business Administration, University of Cologne, Germany
A l'ESSEC depuis 2015



Andrei FILIP, professeur associé

Doctorat en Sciences Economiques et Sociales, Université de Genève, Suisse – M.A. Decision and Management Control in Accounting, The Bucharest Academy of Economic Studies, Romania – B.A. in Accounting and Management Information Systems, The Bucharest Academy of Economic Studies, Romania
A l'ESSEC depuis 2009



Marie-Léandre GOMEZ, professeur associé

Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris X-Nanterre – D.E.A. Stratégie et Management, Université Paris IX-Dauphine – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2003



Michel GORDIN, professeur enseignant associé

Directeur Exécutif du Centre de Formation des Apprentis (CFA)
I.C.G. Cycle de Management supérieur – Licence en Sciences Economiques, Université Paris I – Diplôme de l'Institut Supérieur d'Electronique de Paris (ISEP)
A l'ESSEC depuis 2008



Thomas JEANJEAN, professeur

Directeur Général Adjoint en charge de la Formation Permanente
Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine – Agrégation d'Economie et Gestion, Ecole Normale Supérieure de Cachan – Magistère de Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine
A l'ESSEC depuis 2010



Anne JENY, professeur
Doctorat en Sciences de Gestion, HEC – D.E.A. Concepts et Méthodes
du Diagnostic d'Entreprise, Université Paris IX-Dauphine –
Maîtrise en Finance, Université Paris IX-Dauphine
A l'ESSEC depuis 2002



Ping Sheng KOH, professeur associé
Campus de Singapour
PhD in Accounting, University of Tasmania –
A l'ESSEC depuis 2016



Bernard LECA, professeur
Agréation de l'enseignement supérieur – Doctorat en sciences
de gestion, Université de Lille I
A l'ESSEC depuis 2015



Stefan LINDER, professeur assistant
PhD in Management, CBS, Copenhagen, Danemark
Doctorat in Economic Science, WHU–Otto Beisheim School
of Management, Germany – MSc in Economics and Business
Administration, WHU–Otto Beisheim School of Management,
Germany
A l'ESSEC depuis 2011



Philippe LORINO, professeur éminent

Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris XII-Val-de-Marne
– Habilitation à diriger des recherches, Université Paris XII-Val-de-Marne
– Ingénieur diplômé de l'École Polytechnique de Paris –
Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris
A l'ESSEC depuis 1993



Daphne LUI, professeur assistant
Campus de Singapour

PhD in Accounting, London Business School – MSc in Finance,
London Business School – BSc in Economics, Chinese University
of Hong Kong, Hong Kong
A l'ESSEC depuis 2009



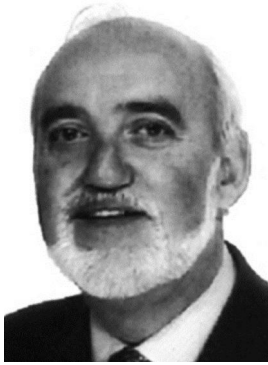
Carlos RAMIREZ, professeur associé

Habilitation à diriger les recherches, Université Paris I Panthéon-Sorbonne – PhD in Sociology, EHESS, Paris – Agrégation de sciences sociales – Diplôme HEC
A l'ESSEC depuis 2014



Chrystelle RICHARD, professeur associé

Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Montpellier II –
D.E.A. Comptabilité, Décision, Contrôle, Université
Paris IX-Dauphine – Agrégation d'Economie et de Gestion, Option
Comptabilité et Gestion Financière, Ecole Normale Supérieure
de Cachan, Département Economie et Gestion
A l'ESSEC depuis 2008



Gérard VIENS, professeur honoraire
C.B.E., Northwestern University, Chicago – Certified Healthcare Risk
Manager – Diplôme HEC
A l'ESSEC depuis 1972



Peter WALTON, professeur honoraire
PhD London School of Economics – MSc in Accounting & Finance,
London School of Economics – B.A. French, German, Economics,
London University
A l'ESSEC depuis 2000



Adrian ZICARI, professeur enseignant
PhD in Business Administration, Universidad de Rosario, Argentina
– CFA Charterholder, CFA Institute, USA – MBA, Universidad Adolfo
Ibáñez, Chile
A l'ESSEC depuis 2009

Hors département



Annick ANCELIN-BOURGUIGNON, professeur
Habilitation à diriger les recherches, Université Paris IX-Dauphine –
D.E.A. et Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris I-
Panthéon-Sorbonne – Diplôme ESSEC – Coach certifiée (Réseau
Pluridis)
A l'ESSEC depuis 1992

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Albert AIDAN – Sylvie BEAUJAN – François BOUYER – Pascale CHASTAING-DOBLIN – Mienkie ETCHEVERRIGARAY – Christian FRAY – Paul JOHNSON-FERGUSON – Marie-Paule LABREUR – Sébastien de LA LANDE – Pascal de LA MORINERIE – François de LAUBIER – Ghislaine LAVAL – Jean-Marc MEVELLEC – Kirsty WALKER PAOLI – Nicolas PONCET – Benjamin RIBAUT – Nathalie ROHMER – Lucile ROSSIGNOL – Edouard SATTLER – Marie-Laure TROLLIET – Antoine VAN DER ELST.

Droit et Environnement de l'Entreprise

Public and Private Policy



Professeurs responsables de département / *Department Heads* : Geneviève HELLERINGER, pour le pôle Droit ; Patrice NOISETTE, pour le pôle Environnement de l'Entreprise
Assistants / *Assistants* : Annabelle ALANOIX, Séverine BLAIS, Dorothée QUITTELIER

Le département est structuré autour de trois pôles : Droit, Environnement de l'Entreprise et Immobilier.

Le département *Droit et Environnement de l'Entreprise* développe ses activités d'enseignement autour de ces pôles complémentaires en intégrant des spécialisations professionnelles ou académiques.

1. PÔLE DROIT

Le droit est une composante majeure de la vie des affaires. Aussi les professionnels qui dirigent et accompagnent les entreprises doivent-ils acquérir une culture juridique de base et développer de bons réflexes à l'égard des risques et des opportunités juridiques. Le droit fait donc partie intégrante de la formation d'un manager accompli.

Une formation de base est offerte aux futurs managers : elle les introduit à une dimension indispensable de la vie des affaires. Une formation ouverte vers les réalités juridiques de l'entreprise est offerte aux étudiants juristes qui rejoignent l'école et au moins un cours de droit doit être suivi dans le cycle MSc de la grande école. Pour les étudiants qui souhaitent accéder à une formation plus avancée en droit des affaires, le département propose la filière Droit et un double diplôme *. Des partenariats ont été mis en place avec les universités pour articuler la double formation que ces étudiants devront suivre pour accéder aux professions juridiques (avocat, notamment). Chacun des professeurs du Pôle Droit proposent également la réalisation de travaux d'initiation à la recherche (UV de recherche), y compris dans le cadre du CEDE ** et du Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution.

*Les filières :

. Droit , dirigée par les professeurs V. de Beaufort et G. Helleringer (cf. ch. «Filières»)

. Pre'ENA, dirigée par la professeure V. de Beaufort (cf. ch. «Filières»)

**Le centre CEDE (Centre Européen de Droit et d'Economie) un centre de recherche transversal en économie et droit, il est dirigé par les professeurs V. de Beaufort et F. Jenny. Pour plus d'informations: <http://www.cede-essec.fr/fr/index.html>

*** Le Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution est dirigé par les professeurs G. Helleringer et A. von Goldbeck

The department is structured around three topics: Law, Business Environment and Real Estate. Courses in the Public and Private Policy department are essentially divided into two complementary streams, each of which has its own professional or academic specializations.

1. LAW

Law being a major dimension of and tool for business, managers need to acquire operational legal insights.

*Law courses expose students to essential dimensions of business law. The law track and double degree options offer the possibility to combine a curriculum in management and in law, including at partner universities. **

*All law professors also offer the possibility to get an initiation to research (research credits) in their fields of expertise, including as part of activities of the CEDE** and of the Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution. ****

**The law track is under the responsibility of professors V. de Beaufort et G. Helleringer (see ch. «Filières»)*

***Center CEDE (European Center for Law and Economics), it is led by Professors V. de Beaufort et F. Jenny. For further information, see : <http://www.cede-essec.fr/fr/index.html>*

****The Centre for Commercial Contracts, Arbitration and Dispute Resolution is coordinated by professors G. Helleringer et A. von Goldbeck*

2. PÔLE ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

Il s'agit de sensibiliser les étudiants à la compréhension de l'environnement externe des entreprises, à la fois territorial, sociétal et politique. Trois axes de préparation professionnelle sont privilégiés :

- la stratégie territoriale et environnementale de l'entreprise et la gestion et la stratégie des collectivités publiques ;
- l'entrepreneuriat social et la responsabilité sociale de l'entreprise ;
- la négociation, la médiation et la géopolitique, ainsi que la concertation public-privé.

Trois chaires*, un Institut** et un Centre de recherche*** permettent de structurer ces enseignements.

* La chaire d'Economie Urbaine, dirigée par le professeur Franck Vallerugo, la chaire d'Entrepreneuriat Social dirigée par le professeur Thierry Sibieude, la chaire Philanthropie dirigée par le professeur Anne-Claire Pache (cf. «Chaires»).

**L'Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation (ESSEC IRENÉ) développe une recherche interdisciplinaire, des ateliers pratiques de formation et des actions de terrain en situations post-conflits. Présent à Cergy, Singapour (IRENÉ ASIA) et Bruxelles (IRENÉ EUROPA), il est dirigé par le professeur Aurélien COLSON.

Pour plus d'informations : www.essec-irene.com

***Le Centre CONNECT (Concertation, Négociation, Environnement, Conception et Territoires) a pour mission de mener des recherches transdisciplinaires sur les concertations territoriales et leurs liens avec les processus de décision dans lesquels ils s'insèrent. Il est dirigé par le professeur Laurence De Carlo. Pour plus d'informations : <http://connect.essec.edu>

2. BUSINESS ENVIRONMENT

These courses foster an awareness and understanding of the business local and social environments and their management. They focus on three main areas of professional study:

- *Regional and environmental business strategy, local government management and strategy;*
- *Social entrepreneurship and the corporate social responsibility;*
- *Public-private negotiation and mediation.*

Three chairs, an institute** - the Institute for Research and Education on Negotiation (ESSEC IRENÉ) - and a Research center*** oversee this instruction.*

**The three chairs are the Urban Economy Chair led by Professor Franck Vallerugo, the Social Entrepreneurship Chair led by Professor Thierry Sibieude and the Philanthropy Chair led by Professor Anne-Claire Pache (see "Chairs").*

***The activities of the Institute for Research and Education on Negotiation (ESSEC IRENÉ) include interdisciplinary research, practical training workshops, and field interventions in post-conflict situations. The team is located in Cergy, Singapore (IRENÉ ASIA), and Brussels (IRENÉ EUROPA). It is led by Professor Aurélien Colson.*

For further information, see www.essec-irene.com

****Center for, Consultation, Negotiation, Environment, Conception and Territories - CONNEC : has for mission to lead interdisciplinary researches on the territorial dialogues and their links with the processes of decision into which they fit. It is led by Professor Laurence De Carlo. For further information, see <http://connect.essec.edu>*

3. PÔLE IMMOBILIER

Les étudiants ont la possibilité de suivre des enseignements transverses liés aux problématiques immobilières des grands comptes et des collectivités locales, ainsi qu'aux métiers de l'asset management immobilier et du montage d'opérations immobilières. Une chaire * et une filière ** permettent de structurer ces enseignements.

*La chaire Immobilier et Développement Durable dirigée par le professeur Ingrid Nappi-Choulet (cf. «Chaires»). Pour plus d'informations : www.essec-immobilier.fr

**La filière Immobilier accréditée RICS dirigée par le professeur Ingrid Nappi-Choulet (Royal Institution of Chartered Surveyor) (cf. ch. «Filières»)

3. REAL ESTATE

*The students have the possibility to follow cross-functional teachings in both poles relative to Real Estate Economics, Finance and Management. These courses foster an awareness and understanding of corporate and local authority real estate issues as well as real estate asset management professions. A chair * and a real estate track ** structure these teachings.*

**The Real Estate and Sustainable Development Chair led by Professor Ingrid Nappi-Choulet (see. "Chaires"). For further information, see: www.essec-immobilier.fr*

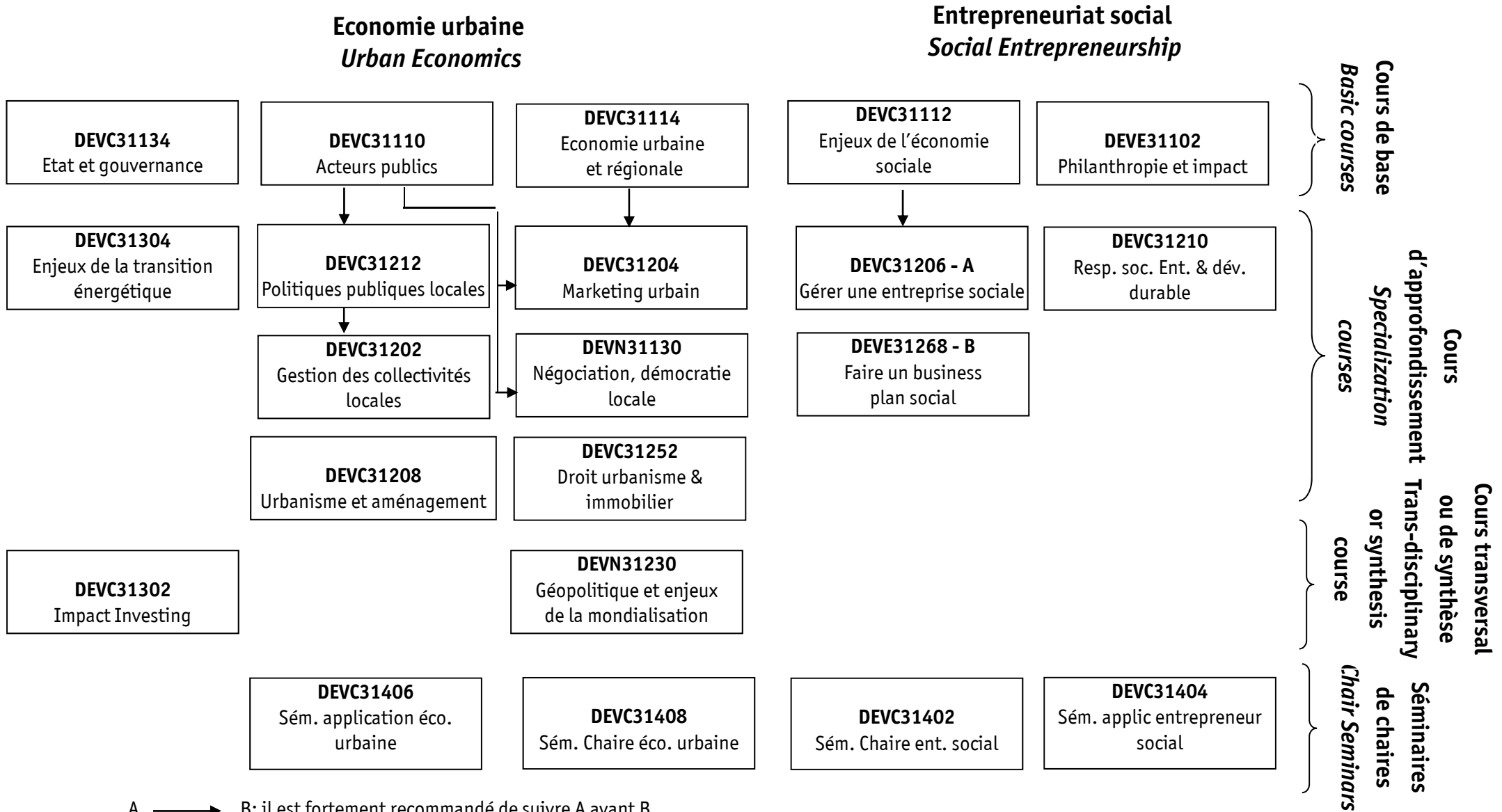
***The Real Estate Track accredited by the RICS (Royal Institution of Chartered Surveyor) led by Professor Ingrid Nappi-Choulet (see. ch. "Filière")*

Quels cours de droit pour quelles fonctions ? *Which law courses for which functions?*

Au-delà de la diversité des secteurs d'activité et des environnements juridiques qui leur sont propres, les grandes familles de fonctions occupées par les diplômés ESSEC requièrent certaines connaissances et compétences spécifiques en matière juridique. Le tableau ci-dessous permet de les identifier. Nullement destiné à brider votre souhait de suivre tel ou tel cours (qui pourra révéler une appétence pour la fonction au service de laquelle il se met), il doit vous aider à repérer les 2 ou 3 cours les plus immédiatement pertinents pour votre projet professionnel.

VENTE, ACHAT, FONCTIONS COMMERCIALES ...	COMMUNICATION ET MEDIAS ...	COMPTABILITE, CONTROLE DE GESTION, AUDIT, FINANCE D'ENTREPRISE ...	CONSEIL, STRATEGIE ET ANALYSE, FUSION-ACQUISITIONS ...	ENTREPRENEURIAT MANAGEMENT GENERAL ...	FINANCE DE MARCHÉ, BANQUE, ASSURANCE, GESTION DE PATRIMOINE, IMMOBILIER ...	FONCTIONS JURIDIQUES, AVOCATS, JURISTE D'ENTREPRISE ...	FONCTION PUBLIQUE, ORGANISATIONS INTERNATIONALES, LOBBYING ...	RESSOURCES HUMAINES ...
DEVD31216 Droit concurrence	DEVD31246 Droit des médias	DEVD31126/127 Droit des affaires <i>Doing business</i>	DEVD31250 Droit ingénierie financière	DEVE31200 Droit et entrepreneuriat	DEVD31220/121 Droit bancaire et boursier/ <i>Financial Regulation</i>	La filière Droit : une filière dédiée, abritant trois spécialisations : -Droit des affaires -Droit public -Droit européen	Filière Droit, spécialisation : Droit public et droit européen - DEVD31130 Droit public de l'entreprise - DEVD31244 Institutions de l'UE&lobbying - DEVD31122 Droit & politiques de l'Europe - DEVD31224 Droit européen des affaires	DEVD31242 Droit du travail
DEVD31122/125 Droit & politiques de l'Europe/ <i>European Law</i>	DEVD31228 Propriété intellectuelle	DEVD31132 Droit fiscal interne & inter'l		DEVD31212 Pratique des affaires int'l'es	DEVD31250 Droit ingénierie financière	DEVD31114 Droit Pénal des affaires	<i>DEVD31227 Law and Globalization</i>	DEVD31116 Droit des contrats
DEVD31116 Droit des contrats	DEVD31300 Eloquence et rhétorique	<i>DEVD31227 Law and Globalization</i>	DEVD31224 Droit européen des affaires	DEVD31242 Droit du travail	DEVC31252 Droit urbanisme & immobilier	DEVD31300 Eloquence et rhétorique	DEVD31300 Eloquence et rhétorique	DEVE31200 Droit et entrepreneuriat
DEVD31212 Pratique des affaires int'l'es		DEVD31250 Droit ingénierie financière	<i>DEVD31227 Law and Globalization</i>	DEVD31132 Droit fiscal interne & inter'l	DEVD31132 Droit fiscal interne & inter'l	DEVD31126/127 Droit des affaires <i>Doing business</i>	DEVC31134 Etat et gouvernance	
DEVD31126/127 Droit des affaires <i>Doing business</i>		DEVC313302 L'impact investing		DEVD31114 Droit Pénal des affaires		<i>DEVD31227 Law and Globalization</i>		

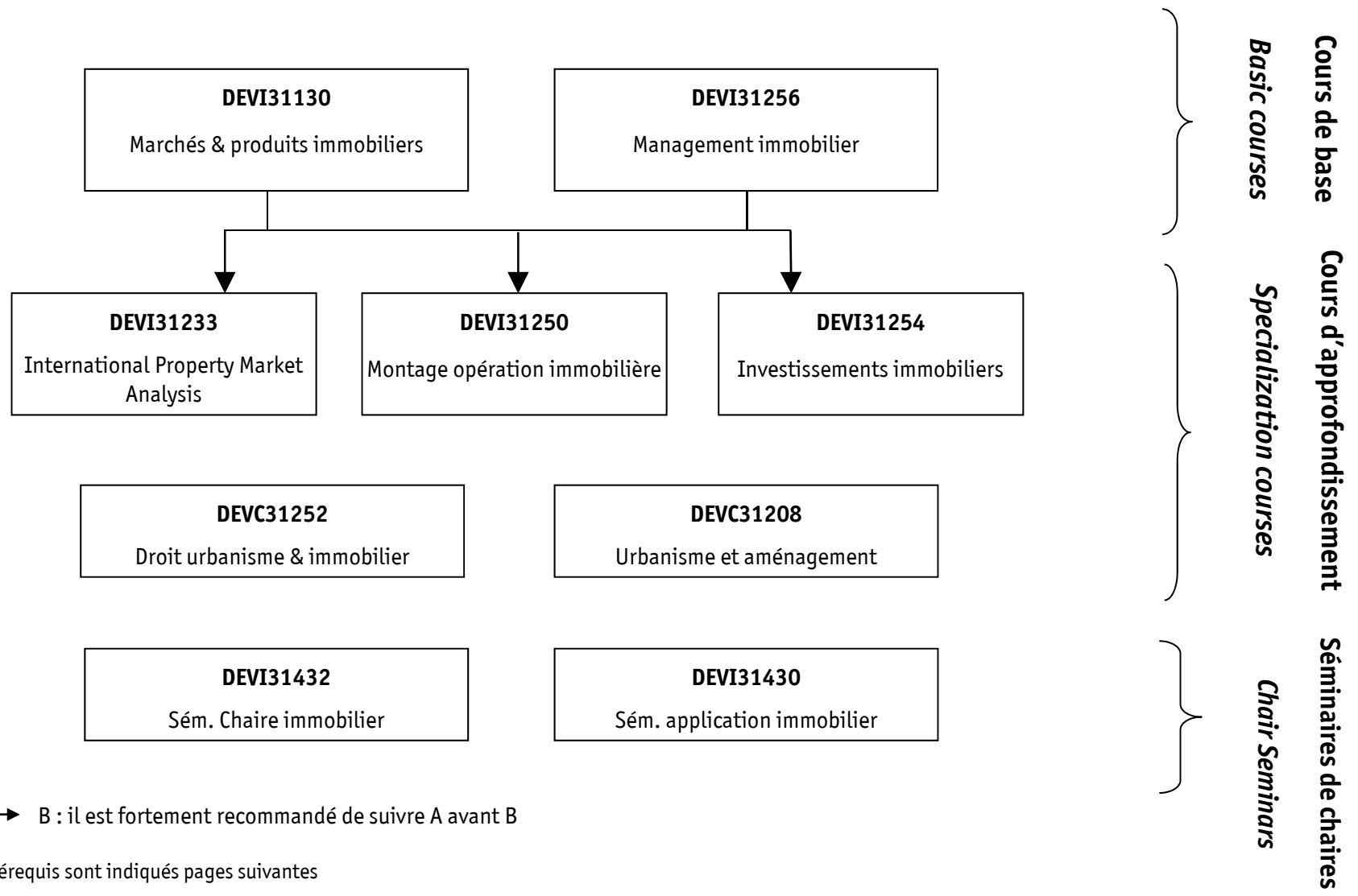
Gouvernance et économie urbaine, Innovation et entrepreneuriat social / *Urban governance and economics, Social innovation and entrepreneurship*



A → B: il est fortement recommandé de suivre A avant B

NB : les prérequis sont indiqués pages suivantes

Gestion Immobilière / Real Estate Management



A → B : il est fortement recommandé de suivre A avant B

NB : les prérequis sont indiqués pages suivantes

DROIT / LAW		Responsable(s) du cours <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
DROIT / LAW (DEVD)				
Cours de base / <i>Basic courses</i> (*)				
DEVC31134	Etat et gouvernance	V. de Beaufort		DEVD31134
DEVD31114	Droit pénal des affaires	H. Bouthinon-Dumas		
DEVD31116	Droit des contrats	G. Helleringer		
DEVD31122	Droit & politiques de l'Europe	V. de Beaufort		<i>DEVD31125</i>
<i>DEVD31125</i>	<i>European Law</i>	A. von Goldbeck		DEVD31122
DEVD31126	Droit des affaires	G. Helleringer		<i>DEVD31127</i>
<i>DEVD31127</i>	<i>Doing Business</i>	G. Helleringer		DEVD31126
DEVD31130	Droit public de l'entreprise	V. de Beaufort		
DEVD31132	Droit fiscal interne & inter'l	H. Bouthinon-Dumas		
Cours d'approfondissement / <i>Specialization courses</i>				
DEVD31212	Pratique des affaires int'les	G. Helleringer		
DEVD31216	Droit concurrence	V. de Beaufort		
DEVD31220	Droit bancaire et boursier	H. Bouthinon-Dumas		<i>DEVD31221</i>
<i>DEVD31221</i>	<i>Financial Regulation</i>	G. Helleringer		DEVD31220
DEVD31224	Droit européen des affaires	V. de Beaufort		
<i>DEVD31227</i>	<i>Law and Globalization</i>	A. von Goldbeck		
DEVD31228	Propriété intellectuelle	G. Helleringer		<i>DEVD31229</i>
<i>DEVD31229</i>	<i>Intellectual Property</i>	G. Helleringer		DEVD31228
<i>DEVD31231</i>	<i>International Business Law</i>	A. von Goldbeck		
DEVD31232	Cursus droit – Droit civil 1	G. Helleringer		
DEVD31234	Cursus droit – Droit civil 2	G. Helleringer		

Cours d'approfondissement / Specialization courses (suite)				
DEVD31242	Droit du travail	G. Helleringer		
DEVD31244	Institutions de l'UE&Lobbying	V. de Beaufort		
DEVD31246	Droit des médias	G. Helleringer, V. de Beaufort		
DEVD31250	Droit ingénierie financière	H. Bouthinon-Dumas		
DEVE31200	Droit et entrepreneuriat	G. Helleringer		
Cours transversal ou de synthèse/Séminaire thématique / Trans-disciplinary or synthesis course/Thematic course or seminar				
DEVD31300	Eloquence et rhétorique	H. Bouthinon-Dumas		
DEVD31402	Séminaire DEV ¹	P. Noisette		
GESTION IMMOBILIERE / REAL ESTATE MANAGEMENT (DEVI)		Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de base / Basic courses (*)				
DEVI31129	Real Estate Economics	I. Nappi-Choulet		DEVI31130
DEVI31130	Marchés & produits immobiliers	I. Nappi-Choulet		DEVI31129
Cours d'approfondissement / Specialization courses				
DEVC31252	Droit urbanisme & immobilier	P. Noisette		DEVI31252
DEVI31233	Int'l Property Market Analysis	I. Nappi-Choulet	(recommandé: DEVI31130)	
DEVI31250	Montage opération immobilière	I. Nappi-Choulet		
DEVI31254	Investissements immobiliers	I. Nappi-Choulet	(recommandé: DEVI31130)	
DEVI31256	Management immobilier	I. Nappi-Choulet	(recommandé: DEVI31130)	
SEMINAIRES DE CHAIRE / CHAIR SEMINARS				
DEVI31430	Sém. application immobilier	I. Nappi-Choulet		
DEVI31432	Sém. Chaire immobilier	I. Nappi-Choulet		

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE / <i>BUSINESS ENVIRONMENT</i>		Responsable(s) du cours <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
GOUVERNANCE ET ECONOMIE URBAINE, INNOVATION ET ENTREPRENEURIAT SOCIAL / <i>URBAN GOVERNANCE AND ECONOMICS, SOCIAL INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP</i>				
Cours de base / <i>Basic courses</i> (*)				
DEVC31110	Acteurs publics	F. Vallérugo		
DEVC31112	Enjeux de l'économie sociale	T. Sibieude		
DEVC31114	Economie urbaine et régionale	F. Vallérugo		
DEVC31134	Etat et gouvernance	V. de Beaufort		DEVD31134
DEVN31130	Négociation, démocratie locale	L. de Carlo		
Cours d'approfondissement / <i>Specialization courses</i>				
DEVC31202	Gestion collectivités locales	F. Vallérugo	(recommandé: DEVC31110 and DEVC31212)	
DEVC31204	Marketing urbain	F. Vallérugo	(recommandé: DEVC31114 and DEVC31110)	
DEVC31206	Gérer une entreprise sociale	T. Sibieude	(recommandé: DEVC31112)	
DEVC31208	Urbanisme et aménagement	P. Noisette		
DEVC31210	Resp. soc. Ent. & dév. durable	T. Sibieude		
DEVC31212	Politiques publiques locales	F. Vallérugo		
Cours transversal ou cours de synthèse / <i>Trans-disciplinary or synthesis course</i>				
DEVC31302	Impact Investing	T. Sibieude, S. Keller		
DEVC31304	Enjeux de la transition énergétique	L. de Carlo		
SEMINAIRES DE CHAIRES / <i>CHAIRS SEMINARS</i>				
DEVC31402	Sém. Chaire ent. social	T. Sibieude		
DEVC31404	Sém.appl. ent. social	T. Sibieude		
DEVC31406	Sém. application éco. urbaine	F. Vallérugo, P. Noisette		
DEVC31408	Sém. Chaire éco. urbaine	F. Vallérugo		
ENTREPRENEURIAT / <i>ENTREPRENEURSHIP</i> (DEVE)				
DEVE31102	Philanthropie et impact	A-C. Pache		
DEVE31268	Faire un business plan social	T. Sibieude		

ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE / BUSINESS ENVIRONMENT		Responsable(s) du cours <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
NEGOCIATION / NEGOTIATION (DEVN)				
Cours de base / <i>Basic courses</i> (*)				
DEVN31130	Négociation, démocratie locale	L. de Carlo		DEVN31260
DEVN31140	Atelier de négociation	A. Colson		<i>DEVN31141</i>
<i>DEVN31141</i>	<i>Negotiation Workshop</i>	A. Colson		DEVN31140
Cours d'approfondissement / <i>Specialization courses</i>				
DEVN31230	Géopolitique et enjeux de la mondialisation	A. Colson		
DEVN31240	Négociations complexes	A. Colson	DEVN31140 or <i>DEVN31141</i> or DEVN31130 or DEVN31260	<i>DEVN31241</i>
<i>DEVN31241</i>	<i>Advanced Negotiation Workshop</i>	A. Colson	DEVN31140 or <i>DEVN31141</i> or DEVN31130 or DEVN31260	DEVN31240
DEVN31262	Atelier de médiation	A. Colson		<i>DEVN31263</i>
<i>DEVN31263</i>	<i>Mediation Workshop</i>	A. Colson		DEVN31262
Cours transversal ou de synthèse/Séminaire thématique / <i>Trans-disciplinary or synthesis course/Thematic course or seminar</i>				
DEVN31300	Co-développement dans les pays émergents	A. Colson, L. Bibard		
<i>DEVN31401</i>	<i>Negotiate Bus. Deals China</i> (T4 Singapore)	A. Colson, T. Chao		

In italic, courses taught in English.

*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 / *These courses give basic knowledge useful for advanced courses. They are also prerequisites for specialized courses.*

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

DEVC31110

Acteurs publics

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, relatif aux modes de gestion des collectivités locales (DSP, marchés publics, PPP) et à leurs finances ;

- DEVC31204, relatif au marketing territorial (principe de concurrence entre collectivités locales et plans stratégiques de développement économique) ;
- DEVC31212, relatif aux politiques publiques locales.

Evaluation :

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

DEVC31112

Les enjeux de l'économie sociale

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.

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.

DEVC31114

Economie urbaine et régionale

Objectifs :

Présenter les théories et les pratiques du développement économique local, à la fois dans une logique de concurrence et de compétitivité et d'organisation spatiale des villes et des territoires.

Thèmes abordés :

Ce cours s'attache ainsi à passer en revue d'un point de vue théorique et opérationnel :

- Les modèles de croissance et/ou de déclin des villes (théorie de la base, dynamique des villes, métropolisation, etc.) ;
- Les choix de localisation des entreprises, inter urbains (modèles micro économiques, macro géographiques, etc.) ou intra urbains (sociologie urbaine, économie spatiale théorique, etc.) ;
- L'aménagement du territoire.

Pédagogie :

Plusieurs exemples et études de cas français et internationaux illustreront la réflexion développée.

Evaluation :

Examen final

DEVC31134

Etat et gouvernance

Objectifs :

L'interaction avec la «sphère Etat» concerne de nombreux acteurs économiques et sociaux du secteur privé, à la fois comme client et comme régulateur (consulting, audit, immobilier,

lobbying, santé, télécom). En outre, les enjeux spécifiques du public requièrent de connaître les codes propres à la fonction publique d'Etat.

Ce cours est destiné à sensibiliser un étudiant ESSEC à ces enjeux mais aussi à faire partie de la chaire d'Economie urbaine, de la filière Droit (Droit public), de la filière Prep'ENA...

Thèmes abordés :

- Initier les étudiants aux règles constitutionnelles, aux codes de la «sphère Etat» et à la gestion publique au sein de ses institutions ;
- Faire acquérir aux étudiants «en entreprises» des compétences de négociations vis-à-vis des interlocuteurs étatiques ;
- Favoriser le recrutement des étudiants de l'ESSEC au sein des administrations et particulièrement des ministères économiques et financiers.

Pédagogie :

Ce cours accueille des intervenants extérieurs : un professeur des universités spécialiste de droit constitutionnel, des anciens élèves de l'ESSEC actuellement en poste à la direction du Budget du ministère de l'Economie et des Finances, etc.

- 1^{ère} partie sur un contenu théorique portant sur le droit constitutionnel puis enjeux de gestion publique de la sphère «Etat», en insistant sur les points de droit et les enjeux concernant la vie des entreprises.
- 2^{ème} partie dite d'application avec des cas et des simulations (négociation entreprise/ministère, négociation AAI/entreprises, réunion interministérielle).

DEVC31202

Les modes de gestion des collectivités et des services urbains

Prérequis - cf. tableaux

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 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.

DEVC31204

Marketing urbain

Prérequis - cf. tableaux

Objectifs :

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. 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 (DEVC31110) qui décrit le fonctionnement des administrations publiques locales

fortement décisionnaires dans les processus de planification stratégique.

Evaluation :

Examen final.

DEV31206

Stratégie et management des organisations à finalité sociale

Cours anciennement intitulé :

«Entrepreneuriat social»

Prérequis - cf. tableaux

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 (30%).

DEV31208

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.

Thèmes abordés :

Le cours articule deux approches thématiques :

- Une première approche porte sur l'histoire des villes et de leur gestion, l'émergence de l'urbanisme et ses doctrines, ses principales méthodes et «outils» actuels ;
- La seconde approche porte sur les nouveaux enjeux du développement des villes et de l'urbanisme, sur leur impact pour les disciplines et les métiers et sur l'émergence des problématiques de management ;
- Une séance est en outre consacrée à une visite de terrain et une séance à la

présentation d'une grande opération urbaine.

Pédagogie :

Le cours associe des apports conceptuels et méthodologiques, des discussions, des études de cas en séance (notamment un jeu de simulation économique d'une opération d'aménagement) et des visites de terrain.

Evaluation :

- Réalisation d'une contribution thématique à l'enrichissement du cours, sous forme de fiche numérique.
- Etude en groupe d'un projet actuel d'aménagement urbain en matière d'économie, de méthode et de gouvernance (relation entre dimensions techniques et managériales), restituée sous la forme d'un exposé.

DEV31210

Responsabilité sociale de l'Entreprise et développement durable

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 ou plusieurs entreprises partenaires interviennent en fil rouge tout au long du cours.

Thèmes abordés :

Ce cours de socio-économie comprend trois parties :

- 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.
- Une présentation de la dimension juridique de la gestion de l'environnement et du développement durable avec la

présentation des grands principes du droit de l'environnement, au premier rang desquels le principe de précaution, ainsi que les principaux outils de la fiscalité verte.

- La présentation du concept de responsabilité sociale de l'entreprise et des outils disponibles pour permettre aux entreprises de développer leurs activités économiques dans le cadre du développement durable, en prenant mieux en compte l'environnement au sens large et la dimension sociale. Une attention particulière sera portée aux questions de gouvernance du développement durable au sein des entreprises.

Pédagogie :

Ce cours propose une pédagogie innovante alliant acquisition des connaissances en e-learning et travail de groupe amenant à une immersion terrain. Ce travail permettra aux étudiants de s'interroger sur les modalités de partenariat entre des associations et des grandes entreprises pour créer de l'innovation sociale et/ou environnementale.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fait sur la base d'un quiz et d'un dossier à réaliser par groupes de 5 sur des questions liées à la RSE, avec les entreprises partenaires du cours.

DEV31212

Politiques publiques locales

Prérequis - cf. tableaux

Objectifs :

Depuis les années 80 et la décentralisation, la ville est progressivement devenue un lieu d'élaboration et d'application de politiques publiques, naguère dévolues à l'Etat déconcentré : politique de la ville, logement, transports, action sociale et économique. Dans le même temps, son rôle dans la gestion du territoire s'est accru et autonomisé : maîtrise des

documents d'urbanisme, gestion urbaine de proximité (eau, déchets). Son autonomie financière accrue lui a permis par ailleurs de conduire, seule ou en partenariat, des grands programmes d'aménagement.

C'est à la croisée de ces trois champs (politiques publiques, aménagement et gestion d'un territoire) que se situent les politiques publiques locales.

Quels sont les enjeux spécifiques et les objectifs des politiques locales ? Comment élabore-t-on une politique locale ? Avec quel moyen une ville peut-elle la mettre en œuvre ? Comment articuler ces politiques publiques locales avec celles conduites par l'Etat ? Comment évaluer une politique locale ? Telles sont les questions qui seront traitées dans ce cours. A l'issue du programme, les élèves auront acquis :

- Une vision globale des politiques locales et de leur évolution ;
- Une compréhension des enjeux propres à chaque politique sectorielle, dans leur élaboration et leur mise en œuvre ;
- Une connaissance des méthodes et pratiques locales pour conduire ces politiques ;
- Un aperçu des métiers, fonctions et compétences requises dans la conduite de ces politiques.

Thèmes abordés :

- Une première partie s'attache à circonscrire la notion de «politiques publiques locales», d'en préciser sa spécificité et ses enjeux dans son élaboration et sa mise en œuvre ;
- Une deuxième partie traite des principales politiques publiques locales et de leur articulation avec les politiques publiques nationales ;
- Une troisième partie est axée sur les questions d'évaluation des politiques publiques.

Ce cours s'inscrit dans la continuité du cours DEVC31110 Acteurs publics locaux

et anticipe le cours DEVC31202 Gestion des collectivités locales.

Evaluation :

Quiz final.

DEVC31252

Droit de l'urbanisme, de l'immobilier et de l'environnement

Objectifs :

Ce cours porte sur les bases du droit de l'espace bâti, qui repose essentiellement sur trois grands codes distincts (code de l'environnement, code de la construction et de l'habitat, code de l'urbanisme).

Son objectif est d'apporter aux étudiants une bonne compréhension des principes de ce droit, notamment de la hiérarchie des normes et des règles, de ses principales dispositions et de leurs implications pour les professionnels de l'urbanisme et de l'immobilier. Il leur permettra ainsi de comprendre les contraintes et risques opérationnels d'ordre juridique et de dialoguer avec les juristes spécialisés.

Il s'adresse particulièrement aux étudiants de la chaire d'Economie urbaine, de la chaire Immobilier et développement durable et du Mastère spécialisé Management Urbain et Immobilier.

Thèmes abordés :

Les origines et l'objet du droit de l'urbanisme, l'urbanisme réglementaire (RNU, PLU et carte communale, SCOT, secteurs sauvegardés), individuel (autorisations et permis) et opérationnel (lotissement et ZAC). Les origines, principes et acteurs du droit de l'environnement, la sensibilité d'un site au regard des contraintes environnementales, les principales procédures environnementales et les principales autorisations. Le droit de propriété, la gestion locative, le droit de la vente et les marchés privés de travaux.

Méthodes pédagogiques :

Présenté par des juristes spécialisés, le cours associe des apports de connaissances avec des approches pratiques de cas, notamment autour d'une situation servant de «fil rouge» aux différents thèmes abordés. Chaque séance repose sur des lectures préalables indispensables au suivi du cours.

Evaluation :

Un quiz intermédiaire et une étude de cas finale, qui mobilise les différents thèmes du cours.

DEVC31302**Introduction à l'Impact Investing**

Cf syllabus en ligne

Intervenant : T. Sibieude

DEVC31304**Enjeux de la transition énergétique****Objectif :**

La transition énergétique rendue nécessaire par le réchauffement climatique mobilise et impacte de nombreux acteurs publics et privés sur des enjeux multiples au niveau national et international. Les principaux enjeux de la transition énergétique sont abordés par différents intervenants : fournisseurs d'énergie publics et privés, ONG, gestionnaires de parcs immobiliers et de collectivités locales, chercheurs...

Thèmes abordés :

- *Maîtrise de la demande (ménages, entreprises, collectivités locales)
- *Diminution de la précarité énergétique (logement social, pays en voie de développement)
- *Equilibre entre les différents types d'énergies (nucléaires, pétrole, gaz éolien et autres énergies renouvelables)
- *Innovations : smart grids, fiscalité...

Pédagogie :

Les interventions des invités font l'objet de debriefing réguliers avec le professeur. Puis accompagnés par elle, les étudiants choisissent, en équipe, d'approfondir un thème parmi ceux abordés par les intervenants. Ces thèmes sont problématisés dans des textes qui forment le rapport collectif du cours.

Evaluation :

La participation individuelle et l'écoute active des étudiants lors des séances seront pris en compte (30%), de même que les travaux réalisés en groupe (70%).

DEVC31402**Séminaire de chaire Entrepreneuriat social**

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.

Le séminaire de chaire est composé :

- de «journées d'immersion», visites de terrain à la rencontre des entrepreneurs sociaux ;
- d'une «journée d'engagement» auprès d'une association du Val-d'Oise ;
- de deux week-ends collectifs de «team building» ;
- d'un «voyage de chaire» d'une semaine à l'étranger ;
- d'une participation aux événements de la chaire permettant de s'immerger dans les problématiques de l'entrepreneuriat social.

DEV31404

Séminaire d'application d'Entrepreneuriat social

Objectifs :

Approfondir un questionnement concret au travers d'activités de recherche appliquée, d'immersion terrain et d'expérimentation.

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. L'objectif est d'aboutir à la création de services sociaux innovants.

Pédagogie :

Les étudiants contribueront en groupe à aider des entrepreneurs sociaux à résoudre une problématique clé pour développer l'impact social de leur action. Les 6 mois seront structurés selon 3 étapes clés inspirées des méthodes de design thinking :

- Une phase de collecte d'«insights» sur le terrain, auprès des bénéficiaires des services et de l'ensemble des parties prenantes
 - Une phase de créativité permettant d'imaginer des pistes de solutions à partir des informations collectées sur le terrain
 - Des phases de prototypage et de test des solutions auprès des parties prenantes
- 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.*

Evaluation :

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

DEV31406

Séminaire d'application d'Economie 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, ou encore par la gestion de l'eau, il est possible de participer à des travaux d'application sur des thèmes définis avec les partenaires de la chaire d'Economie urbaine.

Thèmes abordés :

- A titre d'exemple, des séminaires des années précédentes ont traité les sujets suivants :
- «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 ;
 - «La responsabilité territoriale de l'entreprise» (préparation d'une enquête nationale) ; - Positionnement marketing du projet EuropaCity

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.

Evaluation :

- Les étudiants travaillent en groupe tout au long du séminaire et produisent des livrables intermédiaires et finaux (comptes rendus de travail, présentations et rapports). L'évaluation est faite selon deux éléments :
- respect du processus de travail (tenue des objectifs et du calendrier, qualité des résultats intermédiaires) : 30% de la note finale
 - rapport final : 70% de la note finale.

DEVC31408

Séminaire de chaire d'Économie urbaine

Réservé aux étudiants de la chaire.

Voir chapitre «Chaires».

DEVD31114

Droit Pénal et droit pénal des affaires

Ce cours est ouvert prioritairement aux étudiants de la filière Droit mais également accessible aux autres étudiants.

Objectifs :

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, abus de biens sociaux, délits d'initiés...).

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 des types d'infractions particuliers comme : les infractions relatives à la comptabilité, les abus de biens sociaux et les infractions boursières (délits d'initiés, manipulations de cours...), par exemple.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEVD31116

Droit des contrats et ingénierie contractuelle

Ce cours fait partie de la filière Droit 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 efficace. 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 :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEV31122

Droit communautaire et politiques de l'Union Européenne

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.

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 :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

> Filière «Droit» : option «Droit européen» et option «Droit public»

DEV31125

European Law

Objectives:

This course explores two related parts: first, it examines the legal structure of the internal market of the European Union as established by the Treaties, legislative contributions and the case law of the Court of Justice of the European Union focusing on the scope of Union competence to regulate the internal market as well as on the law of free movement across borders (goods, services). Secondly, the course investigates in greater depth selected topics of European policies in areas such as consumers, public procurement, company law, intellectual property, state aids, energy, industry, trade or external relations. The choice of topics covered in the second part of the course may vary from year to year and will be chosen to reflect recent developments in those areas.

The aim of the course is to enable students to understand the law and the underlying policies and to be in the position to discuss critically the legal and policy issues involved.

Topics:

- Legal and constitutional limits on European law-making;
- Sources of EU law and its supremacy over national law;
- Relationship between EU law and national law;
- National remedies for breach of individual rights under EU law;
- Free movement of goods and services;
- Free movement of persons and citizenship of the Union;
- Consumer law and policy;
- State aids;
- Intellectual property in the internal market;
- Energy law and policy;

- Trade;
- External relations.

Teaching methods:

Lectures combined with class discussions, team work and presentations.

Grading pattern:

The course grade is based on individual and collective works. See the course plan for details.

DEVD31126

Droit des affaires

Objectifs :

Ce cours a vocation à offrir aux étudiants un aperçu général des sujets de droit des affaires intéressant l'entreprise. Envisagé sous un angle pratique, dispensé par des avocats, et illustré par des cas juridiques et judiciaires, le cours s'adresse à des entrepreneurs et à des futurs dirigeants, qu'ils disposent ou non d'une formation juridique préalable.

Dans une première partie, le cours répondra, en s'inspirant de cas concrets, aux principales problématiques juridiques de l'entreprise : choisir la forme sociale adaptée, organiser sa gouvernance, lever des fonds, acheter ou vendre une entreprise, investir dans un contexte international.

Dans une seconde partie, le cours s'intéressera à la vie judiciaire de l'entreprise en s'appuyant sur l'exemple de différents procès : procédure de faillite, litiges commerciaux, responsabilité civile et pénale du dirigeant.

L'objectif du cours est de permettre aux étudiants d'appréhender les problématiques juridiques dans un contexte de prise de décisions stratégiques, de s'approprier les concepts juridiques clés, et de mieux envisager les interactions de l'entreprise avec les tribunaux.

Thèmes abordés :

- Notion de société, son histoire, distinction avec les notions voisines
- Types de sociétés et organes de gouvernances (SA, SARL, SAS etc.)
- Organisation de la vie sociale (comment rédiger les statuts, le pacte d'actionnaire)
- Fusion et acquisition : les grandes étapes du processus d'acquisition
- Notions de droit international en matière commerciale (conflit de lois, de juridictions)
- Introduction aux procédures judiciaires et à l'arbitrage
- Notions de droit de la faillite
- Droit pénal des affaires (Escroquerie, abus de confiance, abus de biens sociaux, etc.)

Des cours sous forme de présentation powerpoint sont fournis aux élèves après chaque séance, ainsi que des documents correspondants aux grandes affaires judiciaires étudiées.

Evaluation :

L'évaluation des étudiants sera essentiellement fondée sur un quizz individuel, un cas pratique à réaliser en groupe et faisant l'objet d'une plaidoirie orale.

DEVD31127

Doing Business: legal tools for developing and doing and (better) business across the globe

Course Description:

This course is designed to give students an introduction to the different forms of international business transactions that companies in different countries may enter into to participate in the current global economy. These include short-term and long-term relationships involving import-export, local manufacture and joint ventures. Choosing a good partner, choosing the appropriate business arrangement, and structuring these transactions are critical for effective,

fruitful and profitable long-term relationships between different parties in multiple countries. The course will cover the main forms of transactions with objectives and issues, multicultural considerations, and strategies for achieving mutually beneficial goals.

Course Objectives:

The objective of this course is to provide a framework in which to understand different types of transactions, to consider the pros and cons of each structure, and to determine the most suitable structure for the business objectives of the parties.

At the end of this course, the student should be able to, or should have improved his or her ability to:

- Prepare a global or regional plan for developing multinational markets for a company's products (only an introduction)
- Understand the attributes of
 - a commercial agent,
 - a distributor,
 - a licensee for production, trademark use, or marketing and sales,
 - a branch or subsidiary in another country – wholly or partially owned
 - a joint venture – either contractual or corporate – with a partner in another country
- Consider the short-term versus long-term advantages of various relationships
- Prepare a term sheet or heads of agreement for each of the relationships to be considered
- Understand the process of bringing a transaction to closing and implementation following closing
- Consider forms of dispute resolution – national courts, arbitration, mediation – governing law (including whether each country respects the rule of law) – and execution and collection of a judgment or award.

Course Method:

This course will be a combination of presentations, readings, discussion of cases, drafting exercises, open discussion and interactive comparison of the various students' work, and conclusions derived from the work the students have done.

Grading pattern:

A combination of individual and group assignments. Students will form teams assisting the VP of their company, which wants to expand operations abroad.

DEVD31130

Droit public de l'entreprise

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.
- Notions des marchés publics.
- La délégation de service public.
- Les contrats publics et leur mode de passation.
- Le montage d'une opération d'urbanisme.
- Les aides publiques.
- Le logement social.
- Les contrats de partenariats public-privé.
- L'encadrement du marché par le droit.

Pédagogie :

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

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

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

DEVD31132

Droit fiscal interne & international

Objectifs :

Ce cours entièrement refondu vise à donner aux étudiants les bases en fiscalité qui sont essentielles aussi bien pour les juristes que pour les financiers, les comptables et les managers. La fiscalité détermine en effet dans une large mesure les choix des entreprises et accompagne leurs opérations : implantation internationale, localisation des actifs et des activités, choix de la forme sociale, politique financière, restructuration...

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. Enfin, le dernier volet du cours est consacré à la fiscalité des personnes physiques (IR et ISF).

S'agissant de la fiscalité internationale, le cours traite des principales définitions telles que les notions de résidence et d'établissement stable, ainsi que celles d'évasion et d'optimisation fiscale. Une attention particulière sera portée aux politiques nouvellement mises en place par les Etats et les instances supranationales pour lutter contre l'évasion fiscale.

Pédagogie :

La formule pédagogique de ce cours est profondément renouvelée. Une pléiade de praticiens expérimentés (avocats, fiscalistes en entreprise, juges...) viendront présenter les principales notions du droit fiscal et partageront leur savoir-faire et leur expérience de la fiscalité. La présentation des grandes notions alternera avec l'étude de cas empruntés à l'actualité récente (Google, Amazon, etc.).

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

> Filière Droit : option «Droit des affaires»

DEVD31212

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 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 :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEVD31216

Droit de la concurrence

Objectifs :

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 à échelle globale.

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 de la banque et des marchés financiers

Objectifs :

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 veulent comprendre l'environnement juridique dans lequel ils seront amenés à travailler dans le secteur financier.

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'investissement, 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 :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEVD31221

Financial Regulation

Objectives:

The financial crisis of 2007-9 was the most serious economic disturbance in the post WW2 era. National efforts to mitigate the financial crisis triggered a follow-on sovereign debt crisis in the Eurozone, which even now is a source of economic instability. A reconsideration of the nature and conduct of financial regulation is required. The course will attempt to articulate a framework within which financial regulation can be analysed in a coherent and comprehensive fashion.

Topics:

The Financial System; Goals and Challenges of Financial Regulation; Regulating Consumer Finance; Market Structure; Information Intermediaries; Issuer Disclosure and Trading Regulation; Equity and Corporate Governance

Teaching Method:

Introductory lecture on each topic followed, in the next session, by an in-depth discussion of relevant questions. The discussion will be based on selected readings provided to students.

Grading pattern:

Continuous collective and individual assessment based on preparatory readings and a written individual assignment at the end of term.

DEVD31224

Droit européen des affaires

Thèmes abordés :

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. Ce cours est axé sur les différentes dimensions juridiques des M&A et des groupes d'entreprises à l'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 états-membres en droit boursier (OPA) afin de faire ressortir les modes de «Corporate Governance» d'un état 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.

Evaluation :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

Filière 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 Globalization

Objectives:

The course focuses on the role that formal law, legal principles, and informal norms play in the development of nations and international trade: how do they promote or hinder positive social change, human flourishing, and economic development. Discussions will not focus on one particular jurisdiction but take illustrations in different ones. . Among other issues, the following will be discussed: the legal-origins literature, rule of law and governance concerns, the role of judiciary in development, international cooperation and legal transplant, as well as legal enforcement. The goal will be to develop a richer understanding of the complex role that legal rules play in the economic globalization.

Topics:

More specifically, the course will introduce to the economic analysis of law, known "law and economics" approach. Law and economics uses the standard microeconomic tools and concepts to explain legal rules and social norms and other legal institutions. It is at the interplay between law and applied microeconomics. The economic analysis of law involves both positive and normative aspects. The positive analysis of law looks at the impact of law on society whereas the normative analysis asks what laws are most desirable for society.

Pedagogical methods:

If development is understood as a comprehensive institutional reform of a society, a number of informal rules are binding and restrict the attitudes and behaviors of its members. So, it is sometimes difficult for societies to reform their institutions for themselves when they are heavily burdened by the conventions maintained by the strict regimes. As the international societies have been more and more globalised it is becoming duties for each society to assist others to undertake their institutional reform. Although it would be hard to expect the international societies to establish the world government, we should be able to keep security by getting the global governance, which consists of the good governance of each state in the world. Efficient governance may be obtained through the institutional reform led by the efficient government, markets and firms, and civil societies, which are mutually assisted and assisting in their own functions. The course analyses how the law may be a strong measure to facilitate such an institutional reform to get "good" governance, and the legal assistance activities among nations should promote the global governance, which might be the only path to the international security and peace.

Grading pattern:

Presentations and discussion of selected law & economics papers

DEVD31228**Protection juridique des droits de propriété intellectuelle****Thèmes abordés :**

Les droits de propriété intellectuelle revêtent pour les sociétés un enjeu économique capital.

Savoir maîtriser les différentes notions de marques, brevets et dessins et modèles, savoir protéger ses créations immatérielles, savoir les défendre, évaluer leur coût et leur valeur comprendre leur importance est essentiel dans le monde de l'entreprise.

La concurrence déloyale, pendant habituel des actions en contrefaçon, sera également étudiée.

La construction légale du droit de la propriété intellectuelle, aussi bien dans sa branche littéraire et artistique que dans sa branche industrielle s'est faite par étapes.

Il s'agit de droits très anciens qui ont toujours cherché à privilégier les auteurs ou les titulaires de ces droits.

Avec la construction européenne et les dernières modifications législatives, le droit de la propriété intellectuelle est devenu un droit indispensable à la pratique d'une activité économique. Le cours étant dispensé par une avocate, c'est une approche pratique qui est privilégiée.

Mais néanmoins les étudiants devront de manière indispensable acquérir un savoir légal et théorique qui leur permettra de mieux appréhender la pratique des dossiers. Le cours les y aidera.

L'importance de la matière étant considérable et le temps d'enseignement étant limité, il est important pour les étudiants d'acquérir au moins quelques réflexes de nature à identifier les

problèmes de droit qui pourraient se poser dans le cadre d'une activité ultérieure.

Objectifs :

A la fin de ce cours, les étudiants seront capables de :

- Distinguer et expliquer et utiliser les différents systèmes de protection instaurés par le droit français et communautaire de la propriété intellectuelle.
- Savoir si une marque est valable ou non.
- Diligenter une action en contrefaçon.
- Evaluer les dommages et intérêts.
- Reconnaître un acte de concurrence déloyale et un acte de contrefaçon.

Pédagogie :

Le cours aborde dans un premier temps les outils théoriques (articles de loi, textes, doctrines) et nous mettons immédiatement en pratique par l'étude de cas, les décisions de jurisprudence les plus saillantes et nous invitons les élèves à partir de cas d'espèce à essayer de se projeter dans les situations pratiques.

Nous inviterons des intervenants extérieurs du monde de la Propriété Industrielle à venir livrer leur expérience.

Evaluation :

L'évaluation sera basée sur les éléments suivants :

- Un examen en fin de session constitué par un cas pratique
- Une question purement théorique de contrôle des connaissances sera également posée.
- Un exposé sur un thème précis

DEVD31229

Intellectual Property

In today's world, the promotion and protection of intellectual property (IP) within a corporation are at the core of the latter's economic growth. IP can represent a company's most valuable intangible asset without which it would not be able to pursue its development.

IP law has therefore become omnipresent regardless of the underlying economic activity.

As such, every manager should fully comprehend IP notably in terms of value and cost as well as risk and opportunity. With that in mind, the course will focus on the fundamentals: copyright, patents, trademarks, and trade secrets from a national and from an international/comparative law perspective.

Students will be provided with a 360° view of IP issues a corporation could encounter and will have a better understanding of how to identify and manage IP violations.

The course will also consider the evolutions of IP law at the digital age. Emphasis will be given to a practical approach of the subject matter.

DEVD31231

International Business Law

Objectives:

This course explores two related parts: first, it examines the *substantive* rules that may govern international commercial transactions such as international sales or the financing of international trade. The governing substantive rules often derive from international instruments such as conventions, EU directives and model laws. The course will analyze the Vienna Sales Convention, the UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts and the Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, prepared by the International Chambers of Commerce. Starting from the general framework, policies and common problems of transnational commercial law the course will enable the student to understand the specific rules found in the international trade conventions, model laws and contractual codes. Secondly, the course investigates the different *procedures* that are available to enforce the

substantive rights studied in the first part of the course. In the second part the course focuses on international commercial arbitration which has become the preferred method of resolving international disputes - a truly fascinating area of the law.

Teaching method and E-learning:

Teaching will be as interactive as possible: lectures combined with class discussions, team work and presentations.

Grading pattern:

The final grade is based on the following elements:

- Team presentations (1/3 of final grade);
- Take-home (1/3 of final grade);
- In-class quiz (1/3 of final grade).

Bibliography:

All materials will be made available on the course webpage.

DEVD31232

Cursus droit - Droit civil 1

Voir chap. «Filières»

DEVD31234

Cursus droit - Droit civil 2 – Obligations - Responsabilité

Voir chap. «Filières»

DEVD31242

Droit du travail

Objectifs :

Ce cours s'adresse à tous les étudiants, et pas seulement ceux qui se destinent à une carrière RH.

Par nature, le droit du travail concerne tout le monde et la sensibilisation des étudiants aux règles applicables dans leur futur environnement professionnel constitue le principal objectif de ce cours.

Thèmes abordés :

L'accent sera donc mis sur le contrat de travail : mise en perspective, contenu, exécution, rupture, sans oublier la dimension capitaliste (attributions d'actions, management package en

private equity, etc.) et la dimension internationale.

Sera également abordé le droit collectif du travail, dont les institutions représentatives du personnel en particulier.

Pédagogie :

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

Evaluation :

L'évaluation sera faite sur la base d'un quiz final, d'un éventuel quiz intermédiaire et d'interventions orales sur la base du volontariat.

DEVD31244

Droit institutionnel européen et activités de lobbying

Objectifs :

L'Union Européenne forme un ordre institutionnel et juridique spécifique caractérisée par une ouverture au jeu d'influence importante (consultations/auditions, etc.). Il convient pour un citoyen mais aussi pour un agent économique, un groupe de pression de bien maîtriser les processus et de faire une veille afin de saisir les enjeux politiques et d'anticiper pour intégrer ces publics policies, voir les influencer. Une ouverture sur le développement du e-lobbying (techniques web pour influencer l'opinion publique donc indirectement les décideurs) sera menée afin de compléter le cadre, avec des exemples concrets et des cas pratiques réels.

Thèmes abordés :

Le cours présente les caractéristiques du système, analyse l'équilibre de pouvoirs entre les états-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 :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs.

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

DEVD31246

Droit des médias et des technologies de l'information

Thèmes abordés :

Cours abordant, 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 :

Modalités mixant travaux individuels et collectifs. Voir plan de cours à disposition.

DEVD31250

Droit de l'ingénierie financière

Objectifs :

Ce cours propose de montrer comment les techniques du droit des sociétés peuvent être exploitées pour réaliser des opérations financières complexes (les «montages»). Il constitue donc un cours avancé de droit des sociétés à destination des futurs praticiens du droit des affaires, mais aussi de ceux qui veulent embrasser les métiers de la finance et de la gestion de patrimoine (banque d'affaires, banque d'investissement, fonds d'investissement). Ce cours sera utile en particulier aux AST-Droit et aux étudiants du Coursus droit. Les étudiants qui n'ont pas suivi de cours de droit des sociétés pourront suivre ce cours à condition de faire un rattrapage préalable par la lecture d'un ouvrage en droit des sociétés.

Thèmes abordés :

- Les techniques de stabilisation et de verrouillage du contrôle ;
- Les cessions de contrôle (M&A) ;
- Les montages de transmission familiale d'entreprises ;
- Les montages d'acquisition de sociétés et d'actifs avec effet de levier (LBO, etc.) ;
- Les montages de financement et de refinancement sophistiqués (émission de titres complexes, titrisation...) ;
- Les montages d'optimisation fiscale.

Pédagogie :

Les séances seront consacrées aux montages dits de «haut de bilan» les plus utiles dans la pratique du droit des affaires et du financement. Des praticiens (notaires, avocats d'affaires, fiscalistes...)

interviendront dans cet enseignement qui se veut résolument pratique. Un cas pédagogique réel sera proposé aux étudiants.

Evaluation :

Evaluation à partir d'exercices pratiques. Voir plan de cours à disposition.

DEV31300

Eloquence et rhétorique : savoir faire un bon discours

Objectifs :

Ce séminaire s'adresse aux étudiants qui veulent améliorer leur capacité à convaincre un auditoire en apprenant à faire un bon discours. C'est un exercice essentiel, non seulement pour les futurs plaideurs ou responsables politiques, mais aussi pour les dirigeants économiques et ceux qui les conseillent.

Thèmes abordés :

- Les différents genres de discours (plaidoirie, réquisitoire, discours politique, discours de circonstance, discours managérial, discours de mobilisation, débat, etc.)
- La préparation d'un discours (analyse de l'auditoire, identification de l'objectif du discours)
- Le choix des arguments et les autres techniques de persuasion
- La rédaction d'un discours destiné à être prononcé par soi-même ou par autrui (travail de «plume»)
- L'élocution et la gestuelle de l'orateur
- Les techniques rhétoriques classiques et contemporaines (*storytelling...*)

Pédagogie :

Ce cours est résolument pratique. Chaque étudiant pourra s'améliorer, en développant à partir de ses qualités personnelles sa maîtrise des techniques de l'éloquence et de la rhétorique. La présentation de discours célèbres et les témoignages d'orateurs (ténors du barreau...) permettront également aux étudiants de saisir les ressorts d'une éloquence efficace.

Evaluation :

Evaluation essentiellement fondée sur les exercices pratiques et les analyses de discours.

DEV31402

Séminaire DEV

Titre : Ville durable et smart city

Sous-titre : Ville et innovation

Objectifs :

Avec le développement planétaire de l'urbanisation, les villes et leurs services sont au cœur des mutations de l'économie et de la société. La production et la gestion de la ville ne concernent plus seulement les entreprises qui leur sont traditionnellement consacrées (immobilier, infrastructures, services publics locaux...) : elles accueillent de «nouveaux entrants», de Google à LVMH. Les «transformations» digitale, énergétique et écologique affectent en même temps la ville et l'ensemble des activités humaines et multiplient ainsi leurs interactions. Les stratégies conduites par les collectivités publiques sous les deux signes du *sustainable development* et de la *smart city* entendent orienter et organiser ces mutations, mais elles peuvent avoir des impacts sociétaux très différents : la *smart city*, par exemple, est-elle faite de contrôle technique centralisé ou d'intelligence collaborative décentralisée ? Les entreprises se saisissent de plus en plus des besoins et des modes de vie urbains pour développer leurs propres stratégies. Les *start-ups* se multiplient pour transformer en profondeur la manière dont on travaille, habite, consomme ou se détend et se déplace en ville, c'est-à-dire, à terme, la ville elle-même. Tout cela ne va pas sans tensions, voire affrontements. Pour explorer ces transformations et leurs impacts, le séminaire s'intéresse au phénomène urbain, aux politiques urbaines, et à l'innovation technique, sociale et économique. Il adopte une

perspective anticipatrice et sera l'occasion de former les étudiants à la prospective et à ses méthodes.

Le séminaire permettra ainsi aux étudiants de mieux comprendre cet environnement et savoir anticiper les leviers de changement et les opportunités d'innovation, pour concevoir des scénarios de positionnement et de développement de nouveaux produits ou services et les chaînes de valeur correspondantes, et pour évaluer leurs impacts sur la ville et la vie urbaine.

Thèmes abordés :

Les trois premières séances seront consacrées successivement à la compréhension du phénomène urbain contemporain et de ses perspectives, aux enjeux des relations entre innovation et évolutions des modes de vie, puis aux stratégies publiques et privées de la smart city. Elles apporteront également une initiation aux méthodes de la prospective. Les cinq séances suivantes traiteront des relations entre entreprises, innovation et urbanité au travers de plusieurs grands thèmes : mobilité et ubiquité ; énergie, économie circulaire et métabolisme urbain ; alimentation et agriculture ; commerce et distribution ; corps et santé...

Les deux dernières séances seront consacrées à la présentation et discussion des travaux conduits tout au long du séminaire.

Pédagogie :

Le séminaire s'appuiera sur le développement d'un *website* utilisé comme plateforme de ressources et de partage. Les premières séances apporteront un contexte de connaissances et des méthodes de travail, au moyen d'exposés et d'exercices. Les séances thématiques seront conduites chacune par un professeur spécialisé et feront intervenir des dirigeants d'entreprise. Le séminaire est organisé de manière transversale au sein de l'ESSEC et

mobilisera ainsi des professeurs de départements différents.

Les étudiants seront organisés par groupes dès le début du séminaire. En se nourrissant des apports des séances et de leurs propres recherches, chaque groupe élaborera pendant la première partie du séminaire une « carte » de sa vision des forces en jeu et des tendances dominantes ou susceptibles d'avoir des effets disruptifs. Dans la seconde partie, en s'appuyant sur cette vision, il choisira un sujet et devra élaborer des recommandations pour éclairer une décision stratégique d'entreprise (repositionnement, création...) à partir de scénarios opérationnels.

Evaluation

Les étudiants seront évalués sur la base de leurs travaux de groupe et d'une évaluation individuelle de leurs contributions.

DEVE31102

Philanthropie : stratégies et impact

Objectifs :

L'entrée dans le XXI^{ème} siècle marque clairement un tournant pour la philanthropie. Philanthropie stratégique, capital-risque philanthropique ou investissement social sont autant de nouveaux concepts qui questionnent les modèles philanthropiques traditionnels, leurs modalités d'intervention et leur impact.

Ce cours a pour ambition de faire comprendre aux étudiants le champ de la philanthropie, son rôle dans la société, ses enjeux sectoriels et managériaux ainsi que ses évolutions récentes. Il leur permettra d'acquérir les outils d'analyse et les compétences nécessaires pour créer et gérer des initiatives philanthropiques (fondations, entreprises mécènes, fonds d'investissements...).

Thèmes abordés :

- Introduction à la philanthropie (définitions, comparaison internationale) ;
- Les différents types de philanthropie (petits et grands donateurs, familles, communautés, mécénat d'entreprise) ;
- Les enjeux nouveaux et les tendances actuelles (capital-risque philanthropique, investissement social, partenariats philanthropiques).

Pédagogie :

Le cours s'appuie sur différentes modalités pédagogiques :

- Des exposés magistraux transmettant aux étudiants les informations essentielles concernant la réalité du secteur et ses enjeux ;
- L'analyse, dans le cadre de discussions animées par le professeur, de cas pédagogiques français et internationaux illustrant des enjeux importants rencontrés par les acteurs philanthropiques ;
- Des échanges avec des acteurs et professionnels du secteur partageant avec les étudiants leur expérience de la philanthropie ;
- Un travail de groupe dans le cadre d'un «projet stratégique» permettant aux étudiants d'échanger avec d'autres étudiants partageant les mêmes centres d'intérêts et de formuler, en équipe, des recommandations sur un mode professionnel.

Evaluation :

L'évaluation du cours se fera sur la base de deux critères :

- La participation orale (50%)
- Le «projet stratégique» (50%)

DEVE31200**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**Faire un business plan social****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 ;
- Evaluer 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 l'acquisition des éléments méthodologiques essentiels via lectures et cours e-learning, des simulations de présentation avec feedback collectif, des temps de travail en groupe avec l'appui d'un tuteur.

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

Evaluation :

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

- L'évaluation du business plan social rédigé (50%)
- L'évaluation de la présentation orale finale (50%)

DEVI31129

Real Estate Economics

Objectives:

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:

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 quiz

DEVI31130

Analyse des marchés et produits immobiliers

Le cours est obligatoire pour les étudiants de la chaire Immobilier et Développement Durable.

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 recommandé 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'analyses de marchés et de prises de décisions d'arbitrage immobilier (salle informatique). Cours magistral + cas multimédia en salle informatique.

Evaluation :

Quiz + cas.

DEVI31233

International Property Market Analysis

This course is mandatory for Real Estate track students (RICS accreditation).

Objectives:

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:

The assessment of real estate returns, property market analysis, real estate strategy and factors of the decision-making process of international property investment. It also includes a session dedicated to the RICS code of ethics.

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

Financement et montage d'opérations immobilières à court et moyen terme

Objectifs :

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.

DEVI31254**Investissements immobiliers**

Prérequis - cf. tableaux

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 + mini-rapports.

DEVI31256**Management de l'immobilier de l'entreprise**

Prérequis - cf. tableaux

Le cours est obligatoire pour les étudiants de la chaire Immobilier et Développement Durable.

Objectifs :

Le cours aborde tous les fondamentaux de la gestion de l'immobilier d'exploitation du point de vue des Grands Utilisateurs. 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 cours est divisé en 4 parties qui se complètent et abordent tous les fondamentaux de l'immobilier d'exploitation du point de vue des Grands 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.

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.

Evaluation :

Quiz + mini-rapports.

DEVI31430

Séminaire d'application d'analyse immobilière

Nombre d'UV : 2UV

Pour les étudiants de la chaire ou non, plus particulièrement intéressés par l'économie et la finance immobilières, il est possible de travailler en binôme sur des thèmes d'application définis notamment avec les partenaires de la chaire Immobilier. Les travaux sont suivis à la fois par le professeur enseignant et par les commanditaires de la recherche. Le séminaire d'application se déroule sur deux trimestres (T2 et T3).

Thèmes abordés :

Thèmes touchant l'économie, la finance et le management immobiliers.

Pédagogie :

Le séminaire s'articule autour de séances collectives de travail de présentation et de méthodologie, de rencontres en entreprise avec les commanditaires et de séances de travail par binôme à l'ESSEC.

Evaluation :

Les étudiants réalisent un mémoire collectif et une note de synthèse. Les résultats de leur étude sont présentés en soutenance à la fin du trimestre 2 et à la fin du trimestre 3.

DEVI31432

Séminaire de Chaire immobilier

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.

Objectifs :

Le séminaire de chaire est conçu autour de rencontres professionnelles. Il 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 et de présenter des cas concrets aux étudiants

de la chaire Immobilier et Développement Durable.

Thèmes abordés :

Le séminaire accueille 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 par le renouvellement urbain (Collectivités locales, Caisse des Dépôts, S.E.M., etc.).

Pédagogie :

La séance est composée de deux parties :
- Présentation institutionnelle
- Etudes de cas avec les étudiants
Un voyage de chaire à l'étranger est organisé chaque année.

Evaluation :

Les binômes sont tenus d'animer le débat à l'issue des présentations et de réaliser un compte-rendu détaillé du séminaire selon la charte fournie par la chaire. La note du séminaire de chaire est basée sur un quiz, la prise en compte d'une note de participation orale lors des séminaires et la qualité rédactionnelle du compte-rendu.

DEVN31130

Négociation et démocratie locale

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.

DEVN31140

Atelier de négociation

Objectifs :

- Gérer 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.
- Maîtriser les concepts et outils de l'ouvrage Méthode de Négociation (2010).

Thèmes abordés et plan du cours :

Questionner avant d'agir ; Préparer avant de négocier ; L'essentiel avant l'évident en matière de processus ; Ecouter avant de parler ; Développer des solutions créatrices de valeur avant de répartir la valeur créée ; Structurer le mandat interne avant de gérer les interactions externes ; Reconnaître les émotions avant de chercher des solutions aux problèmes de fond ; Approfondir la méthode avant d'approcher les différences culturelles ; Bâtir les coalitions avant de mener des négociations multipartites ; 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 trois parties :

- Une note de quiz (50 %). 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* (A. Lempereur et A. Colson).
- Une note de participation (30 %). Elle est fondée sur la préparation aux séances et sur les interactions en séance.
- Une note de fiche (20 %) réalisée à partir de l'analyse d'un documentaire reprenant des négociations réelles.

DEVN31141

Negotiation Workshop

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
- Managing the tools and concepts of *The First Move. A Negotiator's Companion* (2010).

Topics:

Questioning your strategy before acting ; Preparing before negotiating; Structuring the process before problem-solving; Listening before; Creating value before distributing value; Structuring the mandate behind the table before

managing the interactions at the table; Managing emotions before problem-solving; Deepening methods before addressing cultural differences; Building coalition before dealing with multilateral negotiations; Synthesis and quiz.

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.

Grading pattern:

The course grade is based on three elements:

- A final quiz (50%). 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 *The First Move. A Negotiators Companion*.
- Participation (30%), based on the preparation of the sessions (2 memoranda) and the interactions in class.
- A short synthesis (20%) on the basis of a video document.

DEVN31230

Géopolitique et grands enjeux de la mondialisation

Objectifs :

Ce cours a pour objectif de fournir aux étudiants les clefs de compréhension des grandes transformations à l'œuvre dans les relations internationales

contemporaines. Il souligne les grandes lignes d'inflexion du système international et des rapports internationaux depuis la fin de la guerre froide. Il permettra aussi d'étudier les transformations qui ont profondément modifié l'environnement des grandes entreprises et des activités économiques en général. Outre le basculement du monde opéré par les puissances émergentes, le cours mettra l'accent sur les nouveaux enjeux autour du contrôle des ressources, du cyberspace et de l'environnement. Le cours se conclura sur le sens et les orientations de la globalisation économique et les tensions et crises inhérentes à la mondialisation.

Thèmes abordés :

- Géopolitique mondiale : les facteurs et les problématiques.
- Le système international : évolution et nouveaux rapports de force.
- Crises, conflits et guerres : les ressorts de la conflictualité. Etudes de cas.
- La place des Etats-Unis dans le monde.
- L'Union Européenne est-elle une puissance ?
- Les puissances émergentes.
- Les religions dans le monde : entre influence et conflits.
- Environnement, contrôle des ressources et cyberspace.
- Réguler la mondialisation ?
- Les enjeux de la transition énergétique

Pédagogie :

Le cours repose sur une pédagogie progressive présentant dans un premier temps les concepts fondamentaux du système international, puis abordant les rapports internationaux et le jeu des Puissances avant de s'interroger sur les thématiques transversales de la mondialisation. Cette approche se doublera d'échanges interactifs basés sur la connaissance de textes essentiels ainsi qu'un commentaire de l'actualité internationale. Exposés et travaux

individuels et collectifs sur des thématiques à approfondir.

DEVN31240

Atelier de négociations complexes

Prérequis - cf. tableaux

Objectifs :

- Approfondir les acquis de l'Atelier de négociation (prérequis) et apprendre des méthodes avancées de gestion des négociations complexes.
- Savoir surmonter les impasses et les blocages en négociation.
- Gérer les négociations multi-acteurs / multilatérales.
- Acquérir des compétences en négociation interculturelles.
- Mieux connaître les ressorts psychologiques de l'influence en négociation.
- Devenir un bon analyste de négociations réelles dans la vie des affaires internationales.

Thèmes abordés et plan du cours :

Rappel interactif des principaux acquis de l'Atelier de négociation ; Influence et psychologie en négociation ; Surmonter les blocages relatifs au processus de négociation (I) ; Surmonter les blocages relatifs au processus de négociation (II) ; Surmonter les blocages relatifs aux questions de fond ; Gérer une négociation multilatérale ; La négociation interculturelle (I) ; négociation interculturelle (I) ; Session d'application / Analyse de cas réels ; Synthèse et quiz.

Méthodes pédagogiques :

- Préparation, mises en situation pratiques, analyses et synthèses -

Ce séminaire de négociations complexes s'appuie sur des mises en situation le plus souvent inspirées de cas réels. Les étudiants seront amenés à les préparer, à les négocier, et à les analyser avec l'intervenant. L'atelier est à la fois interactif et intensif.

- **Outils** – Le cours s’appuie sur un corpus interdisciplinaire (Brett, Druckman, Lewicki, Zartman, etc.) : science politique, histoire, psychologie, théorie des jeux, sociologie des organisations, etc.

Des responsables d’entreprises ou d’organisation pourront être invités pour partager leur expérience pratique de négociations complexes.

Evaluation :

Elle se fonde sur trois éléments :

- Participation aux échanges (25%).
- Quiz final (25%). Vérification des connaissances acquises.
- Un bref rapport remis après le cours et analysant soit un livre important en négociation (une liste sera proposée), soit une négociation réelle tirée de l’actualité (mini étude de cas) (50%). Les meilleurs travaux pourront être diffusés sur le site Internet d’ESSEC IRENE (www.essec-irene.com).

DEVN31241

Advanced Negotiation Workshop

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

- Implementing, and going beyond, the key learnings of the Negotiation Workshop (Atelier de négociation) which constitutes a prerequisite for this one.
- Overcoming deadlocks and stalemates in complex negotiations.
- Managing effectively multilateral negotiations.
- Increasing participants’ competencies in intercultural negotiations.
- Knowing better the psychological and tactical sources of influence in negotiation.
- Being an effective analyst of real-life business negotiations.

Topics and course agenda:

An interactive refresher on negotiation practice and theories ; Influence & Psychology in Negotiation Processes ;

Overcoming Deadlocks on Process (I) ;
Overcoming Deadlocks on Process (II) ;
Overcoming Stalemate on Problem ;
Managing a Multilateral Negotiation ; Cross-Cultural Negotiation (I) ; Cross-Cultural Negotiation (II) ; Application Session / Analysis of Real Cases ; Synthesis and quiz.

Pedagogical methods:

• **Preparation, simulations, debriefing and summaries** – This advanced workshop is based on the preparation of negotiation simulations 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.

• **Conceptual tools** – Interdisciplinary corpus of contemporary theories and research (Brett, Druckman, Lewicki, Zartman, etc.): political science, history, psychology, game theory, sociology of organizations, etc.

• **Guest speakers** – may be invited (agenda permitting) to share their negotiation experience.

Grading pattern:

The course grade is based on three elements:

- Participation based on the preparations of the sessions and the interactions in class (25%).
- A final quiz (25%). It takes place during the last session of the seminar and checks the understanding of concepts and their application in the different role plays.
- A report hand in later, analysing either a major book on negotiation (a list will be provided), or a real-life business negotiation (mini-case study) (50%). Best reports will be released on ESSEC IRENE’s website (www.essec-irene.com).

DEVN31262

Atelier de médiation

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 :

Le périmètre de la médiation ; La pertinence de la médiation ; Le processus de la médiation ; Le positionnement du médiateur ; Du passé au présent ; présent au futur ; Les principes éthiques du médiateur ; Les pièges du médiateur ; La pluralité de médiation ; 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*.

DEVN31263

Mediation Workshop

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:

Mediation's Perimeter ; Mediation's Pros and Cons ; The Mediation Process ; The Mediator's Positioning ; From the Past to the Present ; From the Present to the Future ; The Mediator's Ethical Principles ; Avoiding Traps in Mediation ; The Plurality of Mediation ; 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.

Grading pattern:

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*.

DEVN31300

Dialogue entre parties prenantes et co-développement dans les pays émergents

Présentation :

La contribution des entreprises, en particulier des multinationales, au développement des zones, notamment de grande pauvreté, où elles mènent des opérations est un sujet controversé : de quoi faut-il rendre les entreprises responsables ? Quelles sont leurs responsabilités vis-à-vis de quelles parties prenantes ? Comment mesurer la qualité de cette interaction, et trouver des pistes d'amélioration du dialogue entre parties prenantes afin de prévenir les conflits et favoriser les logiques coopératives ? A partir d'une typologie des différents domaines de responsabilité des entreprises (économique et financière, sociale, sociétale et environnementale, politique), le cours s'efforcera de mettre en évidence les conditions d'un dialogue

fécond entre parties prenantes et d'une contribution pérenne des entreprises au développement local, aussi bien que national et mondial. Les analyses théoriques s'appuieront sur des enquêtes qualitatives et quantitatives réalisées dans le cadre du programme CoDev auprès des filiales de différents groupes dans des pays du Sud (Total au Nigeria, Rio Tinto Alcan au Ghana, Veolia et Michelin en Inde, Danone en Indonésie et au Mexique) dans le cadre de partenariats avec ces entreprises ainsi qu'avec des ONG (CCFD) et agence publique de développement (AFD). Le cours vise à fournir des outils théoriques aussi bien qu'à visée opérationnelle aux étudiants, en vue de renforcer leurs capacités de management responsable dans des marchés complexes.

Objectifs :

1. Gérer les processus :
Les étudiants maîtriseront les concepts et les théories relatifs à la responsabilité sociétale des entreprises et en particulier au dialogue entre parties prenantes, afin d'allier avec efficacité connaissances théoriques et expériences pratiques.
2. Savoir-faire face à la complexité :
Les étudiants feront preuve d'une réelle aptitude à comprendre et résoudre des situations et des problèmes de management complexes en appliquant des compétences analytiques, en créant des solutions innovantes, en prenant et en déployant des décisions, à travers des études de cas liées aux recherches menées par le programme CoDev auprès de différentes filiales dans différents pays du Sud.
3. Développer son sens du leadership :
Les enjeux liés à la contribution des entreprises au développement dans des marchés complexes impliquent des engagements forts de la part des dirigeants animés d'une vision, capables de se remettre en cause et soucieux de prendre des décisions en intégrant

le point de vue d'autres parties prenantes. Les étudiants seront aidés à prendre de la hauteur tout en s'impliquant très concrètement dans la réflexion sur des questions concrètes, impliquant différents acteurs et notamment des personnes en situation de vulnérabilité, dans une approche collaborative.

4. Intégrer les enjeux sociétaux :

Les étudiants montreront des aptitudes à intégrer les préoccupations culturelles et éthiques dans leur pratique professionnelle. C'est l'objectif central de ce cours.

Pour atteindre ses objectifs, le cours conjuguera :

- Des apports théoriques (au croisement de la philosophie morale et politique, de l'économie et du management) ;
- Des mises en situation concrète grâce à des cas pratiques ;
- Des exercices ponctuels mettant en lumière des aspects spécifiques;
- Le partage d'expérience entre participants, et entre participants et animateur, grâce à une approche très interactive du cours.

Evaluation :

- Une synthèse écrite de vos principaux apprentissages personnels, en établissant des liens avec les concepts présentés dans l'ouvrage *Ethique et entreprise* (Atelier, 2013). Cette synthèse sera réalisée lors de la dernière séance (50%) ;
- Un travail de groupe réalisé à partir de l'analyse d'une des études de cas (30%) ;
- Une note reflétant votre participation active aux exercices et aux discussions en classe (20%).

DEVN31401

Negotiate Business Deals in China: A Cross-Cultural Perspective

Given on the ESSEC Campus in Singapore

Objectives:

- Understanding how culture impacts the negotiator's behavior
- Knowing negotiation and - communication tensions inherent to a cross-cultural environment
- Developing operational responses, both in the preparation of negotiations, and at the negotiation table
- Having comprehension of the historical and cultural context influencing Chinese negotiating behaviors
- Learning how Chinese people communicate and decode what they really want to say
- Gaining the knowledge about how to influence Chinese people and their organizations: 5 key words and 12 negotiation implications
- Knowing the motivations and interests Chinese people value, the negotiation strategies and tactics used the most often in the Chinese business world

Topics and course agenda:

How culture impacts negotiation; The *Process* Dimension of cross-cultural negotiations; The *People* Dimension of cross-cultural negotiations; *Problem* Dimension of cross-cultural negotiations; Historical and Cultural Influences on Chinese negotiation; The *Process* Dimension of Chinese negotiation; *People* Dimension of Chinese negotiation; The *Problem* Dimension of Chinese negotiation

Pedagogical methods:

- **Preparation, simulations, debriefing and summaries** – This advanced workshop is based on the preparation of negotiation simulations 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.

- **Conceptual tools** – Interdisciplinary corpus of contemporary theories and research: political science, history, psychology, game theory, sociology of organizations, etc.

Grading pattern:

The course grade is based on two elements:

- Participation based on the preparations of the sessions and the interactions in class (50%).
- A professional project hand in later (50%). Best projects will be released on ESSEC IRENE's website (www.essec-irene.com).



Viviane de BEAUFORT, professeur

Co-directrice du Centre Européen de Droit et d'Economie (CEDE)
Co-directrice de la filière Droit
Responsable de la filière Prep-ENA
Doctorat en Droit des Communautés Européennes, Paris I- Panthéon-Sorbonne – D.E.S.S. Droit des Communautés Européennes, Université Paris I- Panthéon-Sorbonne – Maîtrise en Sciences Politiques, Université Paris X-Nanterre – Diplôme du Centre Universitaire d'Etudes des Communautés Européennes, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne
A l'ESSEC depuis 1992



Hugues BOUTHINON-DUMAS, professeur associé

Habilitation à diriger des recherches, Ecole de droit de la Sorbonne
Doctorat en Droit Privé, Université Paris Dauphine – D.E.A. en Droit du Patrimoine Privé, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne – D.E.A. en Philosophie du Droit - Université Paris II-Assas – Agrégation de Sciences Economiques et Sociales – Ecole Normale Supérieure de Cachan
A l'ESSEC depuis 2008



Jacques DELGA, professeur honoraire

Doctorat d'Etat en Droit, Paris I-Panthéon-Sorbonne – D.E.S.S. Droit des Affaires, Université Paris II-Assas – Professorat de Sciences et Techniques Economiques (CAPET STE) – Avocat à la Cour d'Appel de Paris
A l'ESSEC depuis 1990



Geneviève HELLERINGER, professeur associé

Responsable du département Droit en Environnement de l'Entreprise –
Pôle droit et Co-directrice de la filière Droit

Co-directrice du Centre for Commercial Contracts, Arbitration and
Dispute Resolution

Juris doctor, Columbia University – Doctorat en droit, Université Paris I
Panthéon-Sorbonne – M2 droit des contrats et des biens, Université
Paris I Panthéon-Sorbonne – M2 sociologie juridique, Université Paris II
Panthéon-Assas – MSc Psychologie, Oxford University - Diplôme ESSEC –
Institut d'Etudes Politiques

Avocat aux barreaux de New York et de Paris – Médiatrice certifiée en
matière civile et commerciale.

A l'ESSEC depuis 2006



Olivier de TISSOT, professeur honoraire

Doctorat d'Etat en Droit Privé, Université de Nice – Lauréat de la Faculté
de Droit de Nice – D.E.S. en Droit Privé, Université de Nice – D.E.S.

en Sciences Criminelles, Université d'Aix-en-Provence – Diplôme HEC

A l'ESSEC depuis 1984



Andreas von GOLDBECK, professeur associé

Co-directeur du Centre for Commercial Contracts, Arbitration and
Dispute Resolution

PhD in European Law, University of Cambridge – Trinity College

A l'ESSEC depuis 2015



Kévin ANDRÉ, professeur associé
Doctorat en sciences de gestion, Université Paris-I Panthéon-Sorbonne
DEA de philosophie, Université Paris-I Panthéon-Sorbonne
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2010



Laurence de CARLO, professeur
Titulaire du Centre CONNECT (Concertation, Négociation, Environnement, Conception et Territoires)
PhD en Aménagement, Université de Montréal – Diplôme d'Ingénieur, INSA de Lyon – Mastère Spécialisé en Gestion Marketing, Groupe ESSEC
A l'ESSEC depuis 1994



Aurélien COLSON, professeur associé
Directeur de l'Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation (IRENÉ)
Doctorat de Science Politique, Université Paris V-Descartes,
PhD in International Relations, University of Kent, Royaume-Uni –
Diplôme ESSEC – Master in International Conflict Analysis, University of Kent – Diplôme Institut d'Etudes Politiques de Paris
A l'ESSEC depuis 2005



Patrice NOISETTE, professeur enseignant associé
Responsable du département Droit et Environnement de l'Entreprise-
Pôle Environnement de l'Entreprise
Responsable pédagogique du Mastère Spécialisé Management Urbain et Immobilier (MS MUI)
Doctorat d'urbanisme, Université Paris VIII – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2011



Anne-Claire PACHE, professeur associé
Directeur Général Adjoint en charge de la Grande Ecole et de la Formation Initiale
Titulaire de la chaire Philanthropie
PhD in Organizational Behavior, INSEAD – Master in Public Administration, Harvard University – Master in Urban Planning, Ecole Nationale des Ponts et Chaussées – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2010



Alain SALLEZ, professeur honoraire
Doctorat en Economie et Administration des Entreprises, Faculté de Droit et des Sciences Economiques, Paris I – MBA, Wharton School of Finance, University of Pennsylvania – Eisenhower Foundation fellowship – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1969



Thierry SIBIEUDE, professeur enseignant
Directeur académique de l'ESSEC IIES (Institut de l'Innovation et de l'Entrepreneuriat Social)
Professeur, titulaire de la chaire Entrepreneuriat Social
Doctorat en Géographie et Gestion de l'Environnement, Université Paris IX-Dauphine – Maîtrise en Gestion, Université Paris IX-Dauphine – Licence en Droit, Université Paris X-Nanterre
A l'ESSEC depuis 1996



Marwan SINACEUR, professeur associé
PhD in Organizational Behavior, Stanford University – Master in Management, ESCP, Paris
A l'ESSEC depuis 2015



Franck VALLERUGO, professeur enseignant
Titulaire de la chaire d'Economie Urbaine
Doctorat en Urbanisme et Aménagement, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne – Diplôme d'ingénieur ENSCP – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2000

PÔLE IMMOBILIER / REAL ESTATE



Ingrid NAPPI-CHOLET, professeur
Titulaire de la chaire Immobilier et Développement Durable
Responsable de la filière Immobilier RICS
Habilitation à Diriger des Recherches en Sciences de gestion, Paris Dauphine – Habilitation à diriger des Recherches en Aménagement-Urbanisme, Sciences-Po Paris – Doctorat en Sciences Economiques, Université Paris XII-Val-de-Marne
A l'ESSEC depuis 1995

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Pôle Droit

Anne-Sophie BARTHEZ – Anne-Cécile BERNET – Eric BOURLION – Emmanuel BREEN – Olivier CAHN – Frederick DULLES – Hervé DUPONT – Fabrice EPSTEIN – Roxana FAMILY – Eric FOUCHE – Marie-Hélène GAMBIER – Constance de GARIDEL – Bruno GIRARD – François GORDON – Yves-René GUILLOU – Olivier HUYGHUES-DESPOINTES – Dominique KRIEF – Florence LETESSIER – Gilles LHUILIER – David LUSSIGNY – Michèle MERGUI – Ishem METIDJI – Marc-Philippe MONTEIL – Fabrice NAFTALSKI – Silke ROCHELOIS – Thibaut de SAINT SERNIN – Franck SEKRI – Nicolas SPITZ – Emmanuel DAOUD – Nicolas BAIETTO – Aurélien CHARDEAU – Katrin DECKERT – Alexandre AVRILLON – Matthieu CHAVANNE – Benoit HUET – Judith LAVEDRINE – Cosima OUHIOUM – Louis JANICOT – Edouard SIMON

Pôle Environnement de l'Entreprise

Eric ARDOUIN – Imen BENHARDA – Linda BENRAÏS – Hervé BOURDAIS – Ta-Wei CHAO – Laure COLLIEX – Thierry GADAUD – Arthur GAUTIER – Frédéric KLETZ – Séverine LEBRUN-KUAN – Trinh LEDUYEN – Joseph MAÏLA – Francesco MARCHI – Cécile RENOARD – Damien ROBERT – Fahimeh ROBIOLLE – Anne-Lise RODIER – Frans SCHRAM – Elodie PARIER – Guy KAUFFMANN – Edouard DEQUEKER – Antoine MEFFRE – Hélène CLOEZ – Sidonie FRAICHE-DUPEYRAT



ÉVITER LES DÉFAILLANCES BANCAIRES
EN TEMPS DE CRISE :
CONSÉQUENCES À LONG TERME
DES RESTRUCTURATIONS DU CAPITAL
DES ENTREPRISES FINANCIÈRES

PATRICIA CLEASHLEY

International Review of Economics and Finance 20 (2011) 284–293
Contents lists available at ScienceDirect
International Review of Economics and Finance
Journal homepage: www.elsevier.com/locate/irref

Banks' risk race: A signaling explanation

Damien Besancenot^a, Radu Vranceanu^{b,*}

^a University Paris 13 and CEFY, 99 Avenue Jean-Baptiste Clément, 93430 Villiers-sur-Marne, France
^b ESSEC Business School and IREMA, 100 Av. Bernard Hirsch, 95021 Cergy, France

ARTICLE INFO

Article history:
Received 1 July 2010
Received in revised form 1 February 2011
Accepted 1 February 2011
Available online 5 March 2011

ABSTRACT

Many observers argue that one of the major causes of the 2007–2009 recession was the race for risk. If banks' returns can be observed while risk remains hidden, this paper provides a signaling explanation for this. The latter type of risk race is observed while risk remains hidden.

WILEY FINANCE

The rating agencies and their credit ratings

What They Are, How They Work, And Why They Are Relevant

HERWIG LANGOHR
PATRICIA LANGOHR

Ethical Bou...

ANDRÉ FOURÇANS
Les secrets de la prospérité

L'ÉCONOMIE EXPLIQUÉE À MA FILLE (2)

The impact of information on patient preferences in different delivery patterns: A contingent valuation study of prescription versus OTC drugs¹

Karine Lamiraud^{a,b,c,d}, Konrad von Bremen^{b,d}, Cam Donaldson^e

^a ESSEC Business School, Paris, France
^b Institute of Health Economics and Management (IHES), University of Lausanne, Switzerland
^c Faculty of Business and Economics, University of Innsbruck, Switzerland
^d SwissNICE, Av. du Montparnasse, 80m, Switzerland
^e Institute of Health and Society, Newcastle University, UK

ARTICLE INFO

Keywords:
OTC
OTC versus prescription
Informational subsidies (IAS)

ABSTRACT

Objectives: Our analysis assessed the impact of information on patients' preferences in prescription versus over-the-counter (OTC) delivery systems.
Methods: A contingent valuation (CV) study was implemented, randomly assigning 534 lay people into the receipt of limited or extended information concerning new influenza drugs.
Results: Information on the receipt of limited or extended information concerning new influenza drugs had a significant impact on patients' preferences. The effect of information on patients' preferences was significantly higher for prescription drugs than for OTC drugs.

Editions ESKA

François CONTENSOU
Radu VRANCEANU

MACROÉCONOMIE

Outils d'analyse, monnaie européenne et ouverture internationale

Économie Managériale

M. GUYOT
R. VRANCEANU

Professeur responsable de département / *Department Head* : Radu VRANCEANU
Assistante / *Assistant* : Sophie LÉMANN et Nawel FEKIR

La science économique a pour objectif d'étudier les choix des individus et des organisations en fonction du contexte des marchés et les «équilibres» qui en résultent. Pour bien comprendre l'évolution d'un secteur de l'économie 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, ancrée dans les travaux de recherche de ses professeurs. Le département est affilié au centre de recherche THEMA CNRS.

En Master, le cours fondamental obligatoire d'Économie Managériale (*Business 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. Les cours d'option permettent l'approfondissement de différents domaines généralement liés aux spécialisations des professeurs : Monnaie et banque, Économie du travail, Macroéconomie approfondie, Gouvernement d'entreprise, Économie internationale, etc.

Une filière Économie est proposée aux étudiants intéressés par une carrière dans le conseil, les institutions internationales de régulation économique, financières et bancaires ou envisageant de poursuivre des études doctorales.

Sous certaines conditions, il est possible de remplacer la dernière année du Master par la première année de PhD Economics en vue d'obtenir le Master 2 en Économie simultanément au diplôme ESSEC (voir le chapitre «Filières»).

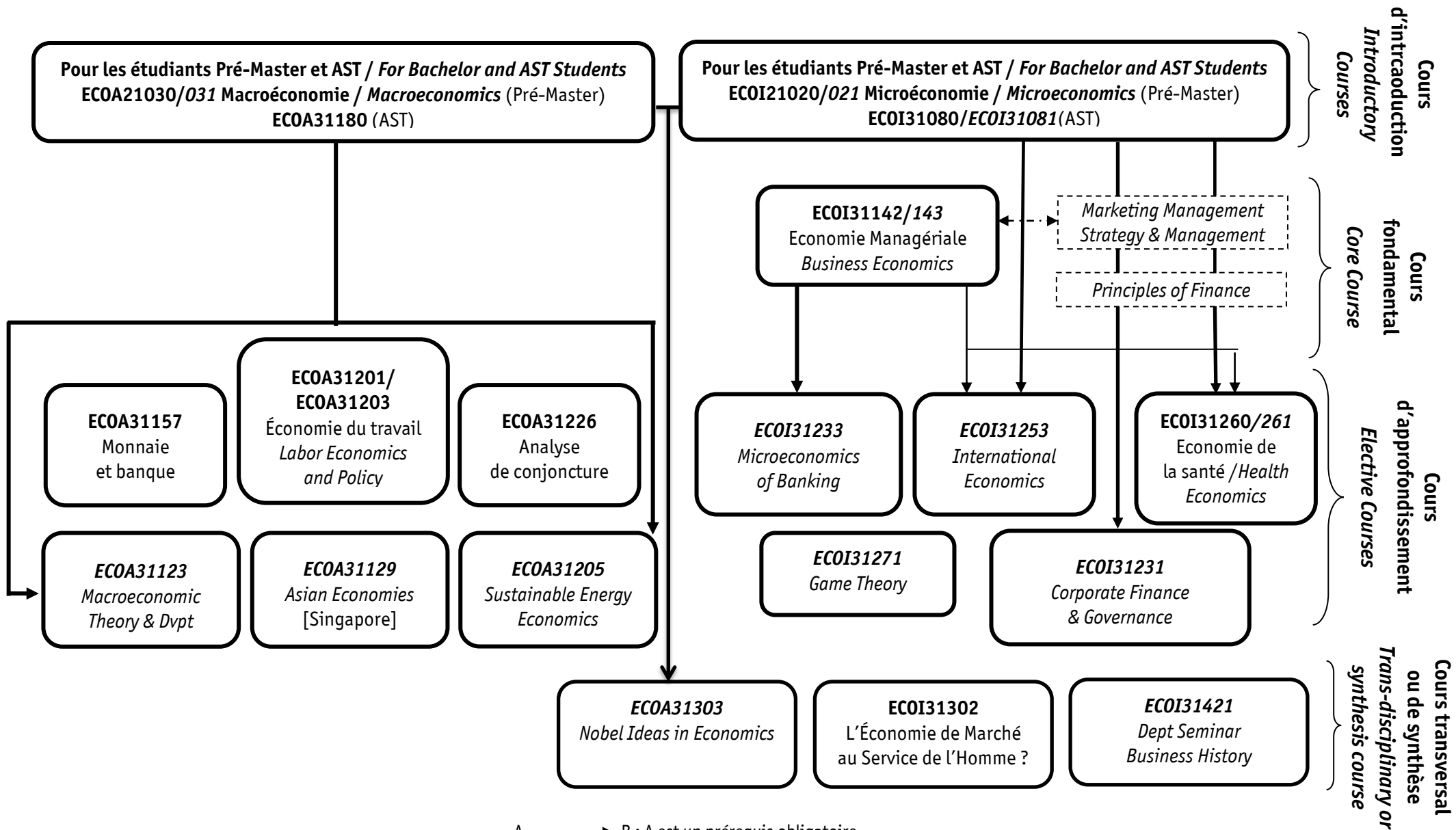
Economics studies the choices of individuals and organizations and the resulting "equilibria" given the market conditions. To understand the trends of any economic branch in which they are involved and the consequences of government intervention, managers must have a good command of key principles of economic analysis.

The Economics Department provides a solid training in these methods, grounded in the steady research output delivered by its faculty members. The Department is affiliated to the CNRS THEMA Research Center.

The required core course for the Master program, Business Economics, takes a closer look at differentiation, pricing, and other business strategies in different market structures in conjunction with the legal environment. Optional courses provide further study in a variety of fields generally connected with areas of faculty specialization, including Money and Banking, Labor Economics, Advanced Macroeconomics, Corporate Governance, International Economics...

An Economics Track is offered for students interested in a career in international organizations, economics research institutions, regulatory organisations, consulting, or for students who are planning to pursue doctoral studies.

Under certain circumstances, a student may replace the last year of the Master with the first year of the PhD in Economics in order to receive a Master 2 in Economics at the same time as the ESSEC MSc (See chapter "Specialized Tracks").



- A → B : A est un prérequis obligatoire
- A → B : il est fortement recommandé de suivre A avant B
- A ↔ B : A et B sont complémentaires

MICROECONOMIE / <i>MICROECONOMICS</i> (ECOI)		Responsable(s) du cours / <i>Course</i> <i>coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoires <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Prérequis / <i>Prerequisite(s)</i> Recommandé(s) <i>/Recommended</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
Cours pré-MSc / <i>Pre-MSc course</i> (Réservé aux étudiants admis sur titre / <i>Reserved for the AST students</i>)					
ECOI31080	Mise à niveau Microéconomie	W. Sand-Zantman			<i>ECOI31081</i> , ECOI21020 or <i>ECOI21021</i>
<i>ECOI31081</i>	<i>Refresh Course Microeconomics</i>	W. Sand-Zantman			ECOI31080, ECOI21020 or <i>ECOI21021</i>
Cours fondamental / <i>Core course</i>					
ECOI31142	Economie managériale	K. Lamiraud	ECOI21020 or <i>ECOI21021</i> or ECOI31080 or <i>ECOI31081</i>		<i>ECOI31143</i>
<i>ECOI31143</i>	<i>Business Economics</i>	K. Lamiraud	ECOI21020 or <i>ECOI21021</i> or ECOI31080 or <i>ECOI31081</i>		ECOI31142
Cours de gestion / <i>Management course</i>					
<i>ECOI31231</i>	<i>Corporate Finance & Governance</i>	P. Charléty	ECOI21020 or <i>ECOI21021</i> or ECOI31080 or <i>ECOI31081</i> and <i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>		<i>ECOI60101</i> , ECOI31230
<i>ECOI31233</i>	<i>Microeconomics of Banking</i>	A. Dosis	ECOI31142 or <i>ECOI31143</i>		
<i>ECOI31253</i>	<i>International Economics</i>	G. Berlingieri	ECOI21020 or <i>ECOI21021</i> or ECOI31080 or <i>ECOI31081</i>	IDSS31161	ECOI31252
ECOI31260	Economie de la santé	K. Lamiraud	ECOI21020 or <i>ECOI21021</i> or ECOI31080 or <i>ECOI31081</i>	ECOI31142 or <i>ECOI31143</i>	<i>ECOI31261</i>
<i>ECOI31261</i>	<i>Health Economics</i>	K. Lamiraud	ECOI21020 or <i>ECOI21021</i> or ECOI31080 or <i>ECOI31081</i>	ECOI31142 or <i>ECOI31143</i>	ECOI31260
<i>ECOI31271</i>	<i>Game Theory</i>	G. Celik		ECOI31142 or <i>ECOI31143</i>	
ECOI31302	L'Économie de Marché au Service de l'Homme ?	P. Langohr, P. Charléty			
Séminaire / <i>Seminar</i>					
<i>ECOI31421</i>	<i>Dept Seminar</i>	M. Guyot			

MACROECONOMIE / MACROECONOMICS (ECO A)		Responsable(s) du cours Course coordinator(s)	Prérequis obligatoires Mandatory prerequisite(s)	Prérequis / Prerequisite(s) Recommandé(s) /Recommended	Equivalent(s) Equivalent(s)
Cours de base / Basic courses					
ECO A31180	Macroéconomie	R. Vranceanu			ECO A21030
Cours de gestion / Management courses					
<i>ECO A31123</i>	<i>Macroeconomic Theory & Devpt</i>	E. Santacreu-Vasut	ECO I21030 or <i>ECO I21031</i> or ECO I31080 or <i>ECO I31081</i>		
<i>ECO A31129</i>	<i>Asian Economies (T4 Singapore)</i>	N. Pepito			
ECO A31157	Monnaie et banque	A. Fourçans			
ECO A31201	<i>Labor Economics and Policy</i>	R. Vranceanu			ECO A31203
ECO A31203	Economie du travail	R. Vranceanu			ECO A31201
<i>ECO A31205</i>	<i>Sustainable Energy Economics</i>	E. Santacreu-Vasut	ECO I21020 or <i>ECO I21021</i> or ECO I31080 or <i>ECO I31081</i>		
ECO A31226	Analyse de conjoncture	R. Vranceanu / M. Guyot			
<i>ECO A31303</i>	<i>Nobel Ideas in Economics</i>	E. Santacreu-Vasut, G. Celik	ECO I21020/021 or ECO I31080/081 and ECO A21030/031 or ECO A31180/181 and FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>		

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

ECO31123

Macroeconomic Theory and Development

Prerequisite(s) – cf. tables

Objective:

This course studies the long run determinants of economic growth and development. In the first part, we study the core macroeconomic theories of economic growth. We apply these to study the East Asian growth miracle. In the second part, we focus on the role of institutions for economic development. In particular, we study how political, financial and legal institutions help or hamper growth. In the third part, we study the interaction between economic growth and broader aspects of society, such as inequality, poverty and the environment.

Topics:

Part I: Theories of Economic Growth (The Solow model, Human capital models, The model of Ideas)

Part II: Institutions and Growth (Legal, Financial and Political institutions)

Part III: Inequality, Poverty and the Environment

Teaching method:

The course will be based on a mix of articles, book chapters and lecture notes. The readings are detailed in the course outline and are subject to change.

Grading pattern:

Grading is based on: Three problem sets (30%), two memos (15%), one group work (15%) and a final exam (40%).

ECO31129

Asian Economies

This course is given on the ESSEC Campus in Singapore.

Objective:

Over the last two decades, Asian economies have experienced robust economic activity and investment, underpinned by the combination of a highly favourable external environment and a buoyant domestic

demand, in particular as a result of significant strength in business investment in many economies in the region. This course will introduce students to the economic, political, and socio-cultural theories and frameworks for understanding the context of business in Asian economies, and the application of contextual knowledge to the decision-making processes of companies operating in the region.

The course aims to provide participants with a framework, using Asian economies, for understanding the fundamentals of international business, from its roots in environmental intelligence on national environments, to the role of governments in encouraging and facilitating governments for enterprise. Through these, students are to develop a more holistic understanding of Asian economies, and Asian business. By the end of this course, participants will be able to obtain a deeper understanding of the political, economic, and socio-cultural systems in Asian economies, and internalize the role of political and socio-cultural factors in Asian business.

Course content:

Political dimensions (the ASEAN); economic dimensions (the prospects and challenges to growth in Asia, China's economic future; the prospects for the Indian economy; China's One Belt, One Road initiative; trade agreements); socio-cultural/socio-political dimensions (Asia's political dynasties)

Grading pattern:

The final grade includes three components: an individual learning journal (20%); a project presentation (20%); and a final exam (60%).

ECO31157

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).

ECO31180

Macroéconomie : introduction

Réservé exclusivement aux étudiants admis sur titre. Cours suivi avec les étudiants du cycle Pré-Master (= ECOA21030).

Objectifs :

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.

Thèmes abordés :

- Fonctionnement d'une économie en équilibre : marché du travail, marché des titres, marché de la monnaie.
- Fonctionnement d'une économie en situation de crise : demande globale, consommation, investissement ; déficit public et gestion de la dette publique.
- Politique monétaire et politique budgétaire.
- Echanges avec le reste du monde ; taux de change.
- Etude de l'efficacité de différentes politiques économiques en économie ouverte.

Pédagogie :

Théorie, applications, exercices.

Evaluation :

Quiz à la fin du cycle d'enseignement.

ECO31201

Labor Economics and Policy

Introduction:

Recent large macroeconomic crises have shown that an efficient organization of the labor market can help absorbing shocks, and vice-versa. High unemployment rates, affecting mostly the youth and the unskilled persons, high rates of long-term unemployment, modest job creation dynamics are still the norm in many developed and emerging economies. Furthermore, wages tend to move in disconnect with the business cycle, and globalization and technology are affecting the distribution of income in disrupting ways. Large migratory flows to Europe create additional tensions in the labor markets of the region.

This course aims at addressing these issues by presenting the key models of labor market analysis. While the perspective is essentially macroeconomic, with emphasis set on the determinants of employment, unemployment and the wage rate, most of the models have strong microeconomic foundations. Empirical studies that back (or falsify) theories will be brought into the picture. The purpose of the analysis being to provide students with tools to develop their own critical assessment of the labor market situation in different countries, and to understand the policy reforms implemented or needed.

The class should be of interest to future managers aiming to improve their understanding of the macroeconomic environment, to students interested in careers in international economic organizations, or in macroeconomic advice and research.

Learning goals

- To understand the functioning of the labor market.
- Understand the determinants of employment, unemployment, and wages

- Develop skills needed to assess policy reforms implemented by various governments
- Strengthen skills in economic modelling and policy evaluation (with applications beyond labor markets)

Key subjects:

The neo-classical and Keynesian perspective. A summary of the elementary concepts specific to each of the two perspectives.

Asymmetric information and signaling in the jobs' market.

The disequilibrium theory – quantity vs. price adjustments

The Phillips curve – one empirical regularity, three “conflicting” theories

Efficiency wage theory

Trade union models

Job search models

The matching model

Teaching methods:

- Lectures
- Short country case studies elaborated by student in small groups
- Compulsory readings

Grading pattern:

- Written exam
- Participation (presence, case studies, involvement)

ECO31203

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 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).

ECO31205

Sustainable Energy Economics

Prerequisite(s) - cf. tables

Objective:

The objective of the course is to introduce the students to the challenges and opportunities posed by the management of energy and its link to environmental issues. Combining energy economics with environmental economics, we study energy in terms of strategic, institutional and social aspects using the tools of economic theory.

Topics:

- Part I: Introduction
- Part II: Energy markets
- Part III: Institutional features
- Part IV: Energy, environment and society

Teaching methods:

The course will be based on a mix of articles, book chapters and lecture notes. The readings are detailed in the course outline and are subject to change.

Grading pattern:

Grading is based on: Final exam (60%), two memos (30%) and in class participation (10%).

ECO31226

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. Normalement, les étudiants souhaitant s'inscrire ont déjà suivi un cours de Macroéconomie.

Objectifs :

- Méthode d'analyse de la réalité économique.
- Renforcement des compétences d'analyse économique.
- Préparation au métier de conjoncturiste.

Thèmes abordés :

Indicateurs et bases de données, éléments d'analyse keynésienne en économie ouverte, économie et politique monétaire, marché du travail, croissance, analyse du risque pays.

Pédagogie :

Cours, lectures obligatoires, exposés, débats.

Evaluation :

- Note examen de fin de cycle.
- Note exposés.
- Participation (présence obligatoire).

ECO31303**Nobel Ideas in Economics**

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

This course will introduce the contributions of a selection of Nobel Prize laureates in economics. The course is organized via "team work." This team includes faculty members from the economics department and from other departments such as the Finance department and IDS department. Each lecture will be taught by a different professor who will present the contribution of a different Nobel Prize winner.

Topics:

Introduction and learning goals of the Course Nobel Ideas in Economics by the course coordinators

- Nobel Prize 1970: Paul A. Samuelson - presented by Radu Vranceanu
- Nobel Prize 1985: Franco Modigliani - presented by Patricia Charlety
- Nobel Prize 1997: Robert C. Merton - presented by Patrice Poncet
- Nobel Prize 2014: Jean Tirole - presented by Wilfried Sand-Zantman
- Nobel Prize 2001: George A. Akerlof, A. Michael Spence, and Joseph E. Stiglitz - presented by Anastasios Dosis
- Nobel Prize 1972: Kenneth J. Arrow - presented by Karine Lamiraud
- Robert E. Lucas, Jr (1995), Thomas J. Sargent (2011), Robert J. Shiller (2013) - presented by Guillaume Chevillon
- Nobel Prize 1974: Friedrich von Hayek - presented by Marc Guyot
- Nobel Prize 2002: Daniel Kahneman - presented by Frédéric Jenny

Teaching Methods:

For each lecture, the professor(s) responsible for the material will present the analytical details of the laureate's work and connect them to familiar economic models and concepts.

Pre-requisites:

Mandatory: Microeconomics or Pre MSc Microeconomics or Business Economics, Gestion Financière, or Pre MSc Finance or Principles of Finance

Recommended: Macroeconomics

Grading pattern:

Homework (30%) and a final exam (70%).

Bibliography: The Nobel Prize website http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/ is an excellent resource for getting both elementary and advanced information on Nobel Prize winners. The material there also provides a detailed biography for each of the laureate's work.

ECO131080**Mise à niveau Microéconomie**

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST.

Objectifs :

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

Thèmes abordés :

- L'approche économique : introduction à l'analyse de l'offre et de la demande, (substituts et compléments, biens inférieurs et normaux, élasticité).
- Théorie du consommateur (préférences, utilité, budget, choix optimal, demande).
- Allocation intertemporelle (préférences intertemporelles, taux d'actualisation, taux d'intérêt, choix intertemporel).
- Choix en incertain (utilité espérée, aversion au risque, assurance).
- Théorie du producteur (court terme et long terme, minimisation des coûts, maximisation du profit, offre de l'entreprise et de l'industrie).

- Imperfection de marché (taxation, asymétries d'information).

Pédagogie :

- Cours.
- Manuel en ligne : *Introduction to Economic Analysis*, Preston McAfee, customized version for ESSEC.
- Assistanats.

Evaluation :

Exercices hebdomadaires (5%), examen intermédiaire (40%), examen final (55%), participation et comportement en classe (généralement -1/0/+1 sur 20, plus de poids dans des cas particuliers).

ECO131081
Refresh Course Microeconomics

Refresh Course, reserved for the AST students.

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:

- The economic approach: Introduction to supply and demand analysis (substitutes vs. complements, normal vs. inferior goods, elasticities).
- Consumer theory (preference, utility, budget, optimal choice, demand).
- Allocation over time (time preference, discount factor, interest rate, inter-temporal choice).
- Choice under uncertainty (expected utility, risk aversion, insurance).
- Producer theory (short run vs. long run, cost minimization, profit maximization, firm and industry supply).
- Market imperfections (taxation, asymmetric information).

Teaching methods:

- Lectures.
- Online textbook: *Introduction to Economic Analysis* by Preston McAfee, customized version for ESSEC.
- Tutorial sessions.

Grading pattern:

Grading is based on weekly problem sets (5%), a midterm exam (40%), a final exam (55%) and classroom participation and behavior (generally -1/0/+1 out of 20, higher weight in special cases).

ECO131142
Economie managériale

Prérequis - cf. tableaux
Cours fondamentale

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 MSc. 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.

ECO131143

Business Economics

Prerequisite(s) - cf. tables

Core course

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 MSc. The course will assume knowledge of microeconomics at the undergraduate level.

Topics:

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.

Participation is taken into account by some instructors.

ECO131231

Corporate Finance & Governance

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

In finance, decisions of firms are often examined under the implicit assumption that the objective is to maximize the value of capital invested by shareholders. In practice, the objective of management is broader than the valuation

of shareholders' wealth. The separation of ownership (shareholders) and control (management) possibly leads to inefficiencies, and may hurt not only shareholders but also other stakeholders and even the managers themselves. Corporate governance mechanisms aim at limiting these inefficiencies. This course aims at studying the main contributions of the academic literature to the understanding of these mechanisms in the light of the evolution of regulations and practice.

Topics:

- The market for corporate control
- Shareholder activism
- Management compensation.
- Organization of the Boards of directors.
- Objective of the firm: 'stakeholders' versus 'shareholders'.

Pedagogy:

Readings will be distributed. The course will consist in:

- 1) Presentation of theories/empirical findings topic (professor)
- 2) Presentation of cases by students (by groups of three)
- 3) Testimonials by practitioners.

Grading pattern:

Grading will be based on an individual exam (50%), on class presentation (25%) and paper (25%).

ECO131233

Microeconomics of Banking

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

This course aims to introduce the students to banking from a microeconomics perspective. It will provide a formal exposition of economic modeling of banking activities and the role of banks as economic entities. Students will significantly improve their understanding of real-world banking activities and the role of banks in the financial system. Moreover, the students will acquire a feeling of the sources and

consequences of inefficiencies in the banking sector and emphasis will be given on the regulation of the banking system and the financial service industry.

Topics:

Part I: The role of banks in the financial system (Liquidity provision, Insurance, Financial Innovation)

Part II: Financial Instability and Banking Regulation

Teaching Method:

The material will be a mix of lecture notes, books chapters and articles. Throughout the course, we will try to emphasize real-world cases. The students will be asked to select a topic in order to develop a group assignment in teams of 4 or 5. The teams will have regular meetings with the professor in order to verify their progress. At the end of the course, each team will give a brief presentation about the topic it selected.

Grading pattern :

Assignment (50%), Mid-Term Exam (25%), Final Exam (25%).

ECO131253

International Economics

Prerequisite(s) - cf. tables

Introduction:

This course offers an introduction to international trade theory and develops the main tools for trade policy analysis. We start by studying the patterns of trade distinguishing between inter-industry and intra-industry trade flows. We then proceed to an in-depth analysis of the causes and the effects of those flows based on the concepts of absolute and comparative advantage, relative factor abundance and relative factor intensity, increasing returns to scale and imperfect competition. Finally, we will explore the effects of trade on economic growth and wage inequality, discuss the role of multinational corporations and foreign direct investment, and analyze countries motives for regulating international trade.

Topics:

Trade patterns; Ricardian model; Specific-Factors model; Heckscher-Ohlin model; trade and inequality; increasing returns; firms in the global economy; FDI, outsourcing, and product fragmentation; industrial and trade policy.

Teaching methods:

Lectures, articles, and in-class exercises.

Grading pattern:

Final examination.

ECO131260

Economie de la santé

Pré requis - cf. tableaux

Objectifs :

Ce cours applique les outils de l'analyse économique au marché des biens de santé. Les objectifs du cours sont de :

- Permettre une meilleure compréhension des problèmes liés au financement et à la réforme des systèmes de santé auxquels font face les pays de l'OCDE.

- Montrer l'intérêt de l'analyse économique (en particulier des outils microéconomiques et économétriques) pour la compréhension du marché de la santé.

A la fin du cours les étudiants seront capables :

- D'appliquer des théories économiques à des situations concrètes liées au marché de la santé.
- D'analyser des données qualitatives et quantitatives dans le domaine de la santé.

Public ciblé :

- Etudiants intéressés par le secteur de la santé (assurance santé, industrie pharmaceutique, santé publique, gestion hospitalière, organisations internationales etc.).
- Etudiants des chaires Santé et Innovation Thérapeutique.

Thèmes du cours :

- Contexte : la croissance des dépenses de santé.
- La demande de santé et de capital santé.

- La demande et l'offre d'assurance santé (Compétition en assurance santé ; Comment justifier l'intervention de l'Etat en assurance santé ? Comportements des agents en présence d'assurance santé).
- Autres thèmes : économie de l'obésité, analyse économique de l'observance thérapeutique.

Pédagogie :

- Lectures.
- Participation en cours.

Evaluation :

- Examen final (100% note).
- Examen écrit.
- Durée : 3 heures.
- Sans documentation.

ECO131261

Health Economics

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

This course applies the tools of economics to the health care market. The goals of this course are to:

- (1) Improve the understanding of some of the major issues that societies with different institutional backgrounds are faced with, in relation to the design and financing of health care systems.
- (2) Demonstrate the use and usefulness of economic analysis, particularly microeconomics, as well as variety of statistical/econometric tools used to analyze the health care market and health care reforms.

By the end of the course, students should be able to:

- Apply theories to practical healthcare policy situations.
- Demonstrate ability to analyze qualitative and quantitative data in the field of health economics.
- Present theories and research findings orally.

Targeted audience:

- MSc students interested in the health care sector (health insurance, drug companies, public health policy,

hospital administration, international organizations etc.).

- Students of the Health Chair.
- Students on exchange programs.

Topics:

As this course focuses on microeconomic and statistical/econometric tools and is primarily based on empirical examples from various health care systems, it illustrates and provides a greater understanding of the economic tools taught in economics classes, and complements existing courses in the Health Chair track.

- Background: the growth of health care expenditures.
- Does Economics Apply to Health Care?
- The Demand for Health Care and for Health Capital.
- Demand and Supply of Health Insurance (Basics of economics of uncertainty and risk theory; Competition and health plan choice; Agents's behaviors generated by Health Insurance systems; Why social health insurance?).
- Special issues: Economics of obesity; Economics of smoking.

Teaching methods:

Readings, class participation, class presentations

Grading pattern:

The final exam will make up 100% of the grade:

- Written examination.
- Length: 3 hours.
- No document allowed.

ECO131271

Game Theory

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

This course aims to introduce game theory, the study of strategic interactions among "rational" decision-makers. Topics include simultaneous move games, sequential games, and incomplete information games. While covering these subjects, we will discuss various

applications from economics and other social sciences. As textbooks, we will use *The Art of Strategy* by Avinash K. Dixit and Barry J. Nalebuff (<http://www.artofstrategy.net/>) and *An Introduction to Game Theory* by Martin J. Osborne (<https://www.economics.utoronto.ca/osborne/igt/>).

Grading pattern:

Students' grades will be determined by their in-class participation (5%), problem sets (5%), the Midterm exam (35%), and the Final exam (55%).

ECO131302

L'Économie de marché au service de l'homme

Titre long : **L'Économie de marché au service de l'homme ? - Éclairage humaniste et religieux**

Introduction/Objectifs :

L'objectif de ce cours est de mettre en perspective les principes de l'économie de marché avec ses apports pour l'Homme. L'économie de marché et ses modèles ont permis un développement matériel immense, mais la question de son apport sur le développement humain reste posée.

Thèmes abordés :

Nous présentons l'anthropologie sous-jacente à l'économie de marché (« *Homo-Economicus* ») en la confrontant à d'autres anthropologies, issues de philosophies humanistes ou inspirées par les religions et spiritualités les plus représentées en Occident (Bouddhisme, Christianisme, Islam, Judaïsme). A partir des modèles abordés dans les cours de microéconomie, des piliers de l'économie de marché sont revisités: l'*Homo-Economicus* et les besoins fondamentaux de l'homme, prix de marché et prix moral, mesure de qualité de la vie, les rôles respectifs de l'État et du marché, salaire juste et rapport au travail, l'objectif de la firme et ses responsabilités, l'exploitation des ressources et le lien à la nature.

Pédagogie :

Le cours conjuguera des apports théoriques grâce au cours et à la lecture d'articles académiques en sciences sociales (économie, sociologie, philosophie) et de textes fondateurs religieux, des apports qualitatifs en format vidéo, des mises en situation concrète grâce à des exemples filmés et cas pratiques et des discussions de groupe.

Evaluation :

L'évaluation de chaque étudiant reposera sur un travail de synthèse d'articles originaux, d'un exposé à faire en groupe et sur la participation active des étudiants aux discussions.

ECO131421

Dept. Seminar

Business History

Introduction/Learning outcomes:

The objective of this course is to draw lessons from business history in the fields of: (1) entrepreneurship, innovation and growth strategies; (2) management and corporate structure; (3) consumption and marketing techniques; (4) banking and corporate finance.

The course is not a finance course, nor a strategy course, nor a marketing course but it allows the students to draw on their competencies within these areas. Students can also expect to appreciate the concept of globalization, and the interaction of business activities with various national and international environments stretching back to the ancient period.

Topics:

The course will focus on:

- The origin of capitalism in the antiquity and lessons drawn by ancient history;
- Merchant capitalism (the LP/GP relationship) and the transition to industrial capitalism;
- The consistency of entrepreneurship models and family companies'

behaviour from the XIXth century to today;

- Innovation economics and “Schumpeterian entrepreneurs”;
- Corporate structure, strategy and M&A in an historical perspective;
- History of Banking and finance and recent transition to the “money-managers capitalism” era;
- Consumer behaviour and media economics from the XIXth century to today.

Teaching methods:

The approach is mainly thematic through industry and case studies. It focuses on the role played by entrepreneurs and managers in their historical context. Students will work on many real case studies. They are expected to prepare the cases and read the articles that are indicated, and to actively participate in class

Grading pattern:

The three hours in-class final quiz will comprise a MCQ and one or two case studies.

Bibliography:

A detailed bibliography will be given to the students. The following books could be used as introductory readings:

- Angus Maddison, *The World Economy: Historical Statistics*, OECD Development Centre, 2004
- John Micklethwait & Adrian Woolridge, *The Company, A Short Story of a Revolutionary Idea*, Phoenix, 2003
- Joel Mokyr, *Twenty-five centuries of technological change An historical survey*, New-York, Harwood, 1990.

Les professeurs du département / *Faculty Department Members*



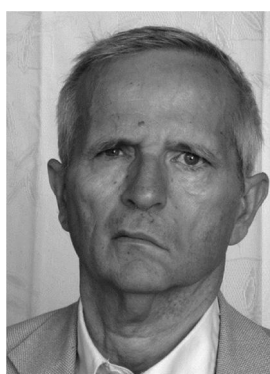
Giuseppe BERLINGIERI, professeur assistant
PhD in Economics, London School of Economics, England
MSc in Economics, London School of Economics, England
A l'ESSEC depuis 2015



Gorkem CELIK, professeur associé
PhD in Economics, Northwestern University, Evanston, Illinois, USA
B.A. in Economics, Bilkent University, Ankara, Turkey
A l'ESSEC depuis 2009



Patricia CHARLETY, professeur
PhD in Finance, Wharton School, University of Pennsylvania
D.E.A. Economie, Diplôme Institut d'Etudes Politiques de Paris
Master of Finance and Economy, University of Pennsylvania
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1985



François CONTENSOU, professeur honoraire
Professeur agrégé en Sciences et Techniques de Gestion
D.E.S. de la Faculté de Droit et des Sciences Economiques de Paris
Diplôme ESSEC - Licence en Sciences Economiques
A l'ESSEC depuis 1972



Anastasios DOSIS, professeur assistant
PhD in Economics, University of Warwick, UK - M.Phil, Economics,
University of Athens - MSc Mathematics for Finance, Athens University
of Economics and Business
A l'ESSEC depuis 2013



André FOURÇANS, professeur éminent
PhD in Business Administration (Economy and Finance), Indiana
University - Doctorat d'Etat en Sciences Economiques, Université
de Paris II - MBA, University of Illinois - Ingénieur ESB, Paris
A l'ESSEC depuis 1974



Marc GUYOT, professeur enseignant
Doctorat en Sciences Economiques, Institut d'Etudes Politiques
de Paris - D.E.A. Relations Economiques Internationales, Institut
d'Etudes Politiques de Paris - D.E.S.S. Economie Industrielle,
Université de Franche-Comté
A l'ESSEC depuis 2007



Frédéric JENNY, professeur
Co-directeur du Centre Européen de Droit et d'Economie
Doctorat d'Etat en Sciences Economiques, Université Paris II-Assas
PhD in Economics, Harvard University
Masters in Economics, Harvard University - Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1972



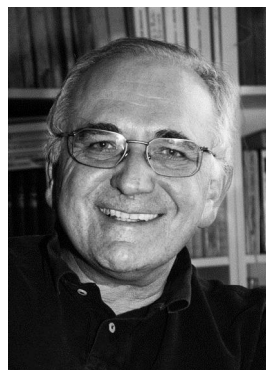
Karine LAMIRAUD, professeur associé
Vice doyenne pour les chaires
Responsable de la chaire Innovation Thérapeutique
PhD in Economics, Paris School of Economics and University
of Lausanne - M.A. in Economics, Paris School of Economics -
MSc in Economics, HEC Paris
A l'ESSEC depuis 2010



Patricia LANGOHR, professeur enseignant assistant
PhD in Managerial Economics and Strategy, Kellogg School
of Management, Northwestern University - Diplom Volkswirtin,
Humboldt-Universität zu Berlin, Germany - Maîtrise d'Economie
appliquée, Université Paris IX-Dauphine
A l'ESSEC depuis 2006



Nona PEPITO, professeur assistant
Campus de Singapour
PhD in Economics, National University of Singapore -
M.A. in Economics, University of the Philippines-Diliman -
B.A. in Economics, Ateneo de Davao University, Philippines
A l'ESSEC depuis 2011



Gérard de POUVOURVILLE, professeur
Directeur de l'Institut d'Economie et de Management de la Santé
Titulaire de la chaire ESSEC-SANTE
Doctorat d'Economie et Administration des Entreprises, Université
d'Aix-Marseille II - D.E.S en Sciences Economiques, Paris I -
Diplôme d'Ingénieur, Ecole Polytechnique de Paris
A l'ESSEC depuis 2007



Ramkishan S. RAJAN, professeur
Campus de Singapour

PhD in Economics, Claremont Graduate University, California, USA
MA in Economics, Claremont Graduate University, California, USA
MA in Economics, University of Michigan, Ann Arbor, USA
A l'ESSEC depuis 2016



Estefania SANTACREU-VASUT, professeur assistant

PhD in Economics, University of California, Berkeley
MSc in Economics, Universitat Pompeu Fabra - B.A. in Economics,
Universitat Pompeu Fabra
A l'ESSEC depuis 2010

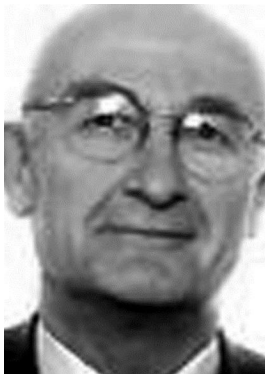


Cristina TERRA, professeur

PhD in Economics, Princeton University, Princeton, USA
M.A. in Economics, Princeton University, Princeton, USA
M.A. in Economics, PUC-Rio, Rio de Janeiro, Brazil
A l'ESSEC depuis 2015



Radu VRANCEANU, professeur
Responsable du département Economie
Doctorat en Sciences Economiques, Université Paris II-Assas
D.E.A. Economie Appliquée, Institut d'Études Politiques de Paris
Habilitation à diriger des recherches, Université Paris I-Sorbonne
A l'ESSEC depuis 1994



André-Paul WEBER, professeur honoraire
Doctorat d'État, Université de Paris I
D.E.S. Sciences Economiques, Université de Nancy
A l'ESSEC depuis 1975

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Thierry AIMAR - Catherine BILLARD - Xavier CARON – Arnaud FÉRAL - Sébastien LEMEUNIER -
Philippe MACHOVER - Wilfried SAND-ZANTMAN - Caroline YEOH (Singapour)



Available online at www.sciencedirect.com
ScienceDirect
Journal of Financial Markets 11 (2010) 227–238
www.elsevier.com/locate/jfinmar

Journal of FINANCIAL MARKETS

Transparency matters: Price formation in the presence of order preferences
Laurence Lescaudet^{a,*}, Christian Y. Robert^b
^aESSEC Business School, Avenue Bernard Hirsch, 93021 Cergy-Pontoise, France
^bESSEC Business School, Avenue Pierre Larousse, 92420 Malakoff, France
Available online 8 October 2009

Stat Comput (2011) 21, 83–91
DOI 10.1007/s11222-009-9149-4

A stable estimator of the information matrix under EM for dependent data
Jin-Chuan Duan · Andras Falop

Received: 21 August 2008 / Accepted: 24 August 2009 / Published online: 16 September 2009
© Springer Science+Business Media, LLC 2009

Abstract This article develops a new and stable estimator for information matrix when the data are dependent. This estimator works for dependent data with maximum likelihood estimation.

Comprendre

Comment utiliser les données agricoles

Roland Portait
Patricia Charley
Denis Dubois

Journal of Financial Economics 53 (2007) 751–792
ScienceDirect
Journal of FINANCIAL ECONOMICS
www.elsevier.com/locate/jfec

Local ownership as private information: Evidence on the monitoring-liquidity trade-off
Jose-Miguel Gaspar^a, Massimo Massa^{b,*}
^aFinance Department, ESSEC Business School, Avenue Bernard Hirsch, Cergy-Pontoise, 95021, France
^bFinance Department, INSEAD, Singapore
Received 23 August 2004; received in revised form 12 February 2005; accepted 12 February 2005

Abstract
We investigate how ownership patterns affect the monitoring-liquidity trade-off. We show that local ownership decreases the monitoring-liquidity trade-off.

Volume 30, Issue 2, June 2010

International Review of Law and Economics

Editors:
Avery W. Katz, Claus Ott & Hans

Contents
Revised adjustment of debtors' powers and the impact of the EU Directive
Does the type of external debt instrument affect the cost of capital? The case of China and Hong Kong
Living standards as a signal of IPO performance in India
Indirect control structures: Evidence from Germany
Corporate governance in the UK: Is the comply or explain approach working?
Valuation, Volatility, and the Market for Corporate Control

Francis DECLERCK et Michel PORTIER
Editions France Agricole educagri

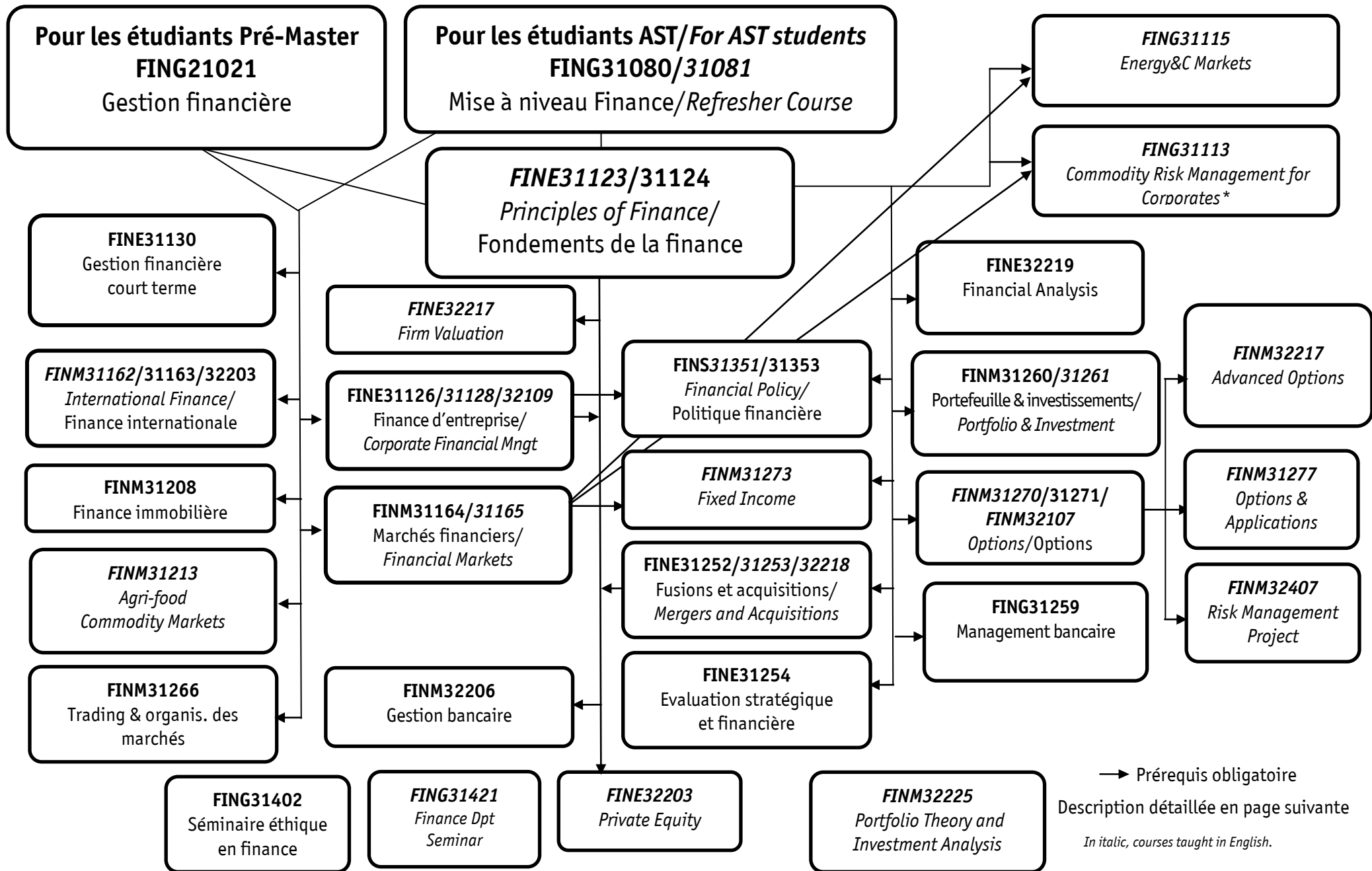
SF Fusai · Roncoroni
Implementing Models in Quantitative Finance: Methods and Cases

Florin AFTALION La Nouvelle Finance et la Gestion des Portefeuilles
DALLOZ ROLAND PORTAIT - PATRICE PONCET
FINANCE DE MARCHÉ

Professeur responsable de département / *Department Head* : Jocelyn MARTEL
Assistantes / *Assistants* : Chafika BENGHELAB, Linda MAILLE, Mélanie TEILLET, Vanessa THOMAS,
<http://www.essec.fr/professeurs-et-recherche/les-departements/finance.html>

Le département Finance de l'ESSEC propose aux étudiants un ensemble de cours qui leur permet d'atteindre trois objectifs. Premièrement, 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 à Cergy et/ou Singapour (voir chapitre « Filières »). Cette filière est partenaire du CFA Institute. 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, Faillite et Réorganisation Financière, 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.

ESSEC's Finance Department offers a set of courses enabling students to achieve three objectives. The first is to become familiar with the world of finance: its language, its institutions, the problems it raises and the solutions it proposes. The second is to acquire the theoretical foundations of finance by mastering the decision-making models studied and understanding their limitations. The third is to gain the practical and institutional knowledge that will help to launch their careers. The Finance Department considers the theoretical content of its courses fundamental, because theory is the best means to a better understanding of real phenomena and quality decision-making. The department offers a Finance Track for students having successfully completed a selection of courses taught in Cergy and/or in Singapore (see chapter "Specialized Tracks"). The Finance Track is offered in partnership with the CFA Institute. The department's research professors provide broad expertise in key areas of finance. Their main research focuses are Derivative Products, Risk Management, Commodities, Asset Management, Macro Finance, Financial Market Microstructure, Mergers and Acquisitions, Private Equity, Corporate Governance, Bankruptcy and Financial Reorganization, and Real Estate Finance. The adjunct lecturers occupy high-level positions in business and teach courses related to their areas of professional expertise.



FINANCE D'ENTREPRISE / CORPORATE FINANCE (FINE)		Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis / Prerequisite(s) Obligatoire(s) / Mandatory	Prérequis / Prerequisite(s) Recommandé(s)/Recommended	Equivalent(s)/ Equivalent(s)
Cours fondamental / Core course					
FINE31123	Principles of Finance	J. Martel	FING21021 or FING31080 or FING31081		FINE31124
FINE31124	Fondements de la finance	J. Martel	FING21021 or FING31080 or FING31081		FINE31123
Cours de gestion / Management course					
FINE31126	Finance d'entreprise	J-M. Gaspar	FING21021 or FING31080 or FING31081	FINE31123 or FINE31124	FINE31128, FINE32109
FINE31128	Corporate Financial Management	S. Arcot	FING21021 or FING31080 or FING31081	FINE31123 or FINE31124	FINE31126, FINE32109
FINE32109	Corporate Financial Management	S. Arcot	FING21021 or FING31080 or FING31081	FINE31123 or FINE31124	FINE31126, FINE31128
FINE31130	Gestion financière court terme	F. Longin	FING21021 or FING31080 or FING31081	FINE31123 or FINE31124	FINE31131
FINE31252	Fusions et acquisitions	F. Declerck	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109	FINE31253, FINE32218
FINE31253	Mergers and Acquisitions	J-M. Gaspar	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109	FINE31252, FINE32218
FINE32218	Mergers and Acquisitions	S. Arcot	FINE31123 or FINE31124	FINE31126 or FINE31128 or FINE32109	FINE31252, FINE31253
FINE31254	Evaluation stratégique et fin.	J-M. Gaspar	FINE31123 or FINE31124	(FINE31126 or FINE31128 or FINE32109) and (FINE31252 or FINE31253)	
FINE32203	Private Equity	J. Martel	(FINE31123 or FINE31124) and (FINE31126 or FINE31128 or FINE32109)		
FINE32217	Firm Valuation	J. Martel	(FINE31123 or FINE31124) and (FINE31126 or FINE31128 or FINE32109)		
FINE32219	Financial Analysis	J. Martel	(FINE31123 or FINE31124) and (FINE31126 or FINE31128 or FINE32109)		

FINANCE GÉNÉRALE / GENERAL FINANCE (FING)		Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis / Prerequisite(s) Obligatoire(s) / Mandatory	Prérequis / Prerequisite(s) Recommandé(s)/Recommended	Equivalent(s)/ Equivalent(s)
Cours pré-MSc / Pre-MSc course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)					
FING31080	Mise à niveau finance	F. Declerck		CPTC31080 or CPTC31081	FING31081
FING31081	Refresher Course Finance	R. Boulland		CPTC31080 or CPTC31081	FING31080
FING31402	Séminaire éthique en finance*	M. Baroni			
Cours de gestion / Management course					
FING31113	Commodity Risk Management for Corporates	A. Roncoroni	(FINE31123 or FINE31124) and (FINM31164 or FINM31165)		
FING31115	Energy and Commodity Markets	A. Roncoroni	(FINE31123 or FINE31124) and (FINM31164 or FINM31165)		
FING31259	Management bancaire	F. Longin	FINE31123 or FINE31124	(FINM31164 or FINM31165) and (FINM31270 or FINM31271 or FINM32107)	FING31251
Sénaire de département Finance / Finance Department Seminar					
FING31421	Finance Department Seminar: Applied Corporate Finance	P. Legland	FING21021 or FING31080 or FING31081	FINE31123 or FINE31124	

(*)Ce cours est obligatoire pour les étudiants admis en filière Finance. Il ne donne pas lieu à la validation d'une UV. / Mandatory course for students who follow the Finance Track. It does not give any credit.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

FINANCE DE MARCHÉ / MARKET FINANCE (FINM)		Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis /Prerequisite(s) Obligatoire(s) /Mandatory	Prérequis /Prerequisite(s) Recommandé(s)/Recommended	Equivalent(s) Equivalent(s)
Cours de gestion / Management course					
<i>FINM31162</i>	<i>International Finance</i>	S. Ramos	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or FINE31124	FINM31163, FINM32203
FINM31163	Finance internationale	S. Ramos	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or FINE31124	<i>FINM31162</i> , FINM32203
FINM32203	Finance internationale	S. Ramos	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or FINE31124	<i>FINM31162</i> , FINM31163
FINM31164	Marchés financiers	A. Roncoroni	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or FINE31124	<i>FINM31165</i>
<i>FINM31165</i>	<i>Financial Markets</i>	A. Roncoroni	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or FINE31124	FINM31164
FINM31208	Finance immobilière	M. Baroni	<i>FINE31123</i> or FINE31124	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	
<i>FINM31213</i>	<i>Agri-food Commodity Markets</i>	F. Declerck			
FINM31260	Portefeuille & investissement	S. Ramos	<i>FINE31123</i> or FINE31124	(FINM31164 or <i>FINM31165</i>) and (<i>FINM31270</i> or FINM31271 or <i>FINM32107</i>)	<i>FINM31261</i>
<i>FINM31261</i>	<i>Portfolio & Investment</i>	S. Ramos	<i>FINE31123</i> or FINE31124	(FINM31164 or <i>FINM31165</i>) and (<i>FINM31270</i> or FINM31271 or <i>FINM32107</i>)	FINM31260
FINM31266	Trading & organis. des marchés	L. Lescourret	FING21021 or FING31080 or <i>FING31081</i>	<i>FINE31123</i> or FINE31124	
<i>FINM31270</i>	<i>Options</i>	P. Poncet, A. Roncoroni	<i>FINE31123</i> or FINE31124	FINM31164 or <i>FINM31165</i>	FINM31271 or <i>FINM32107</i>
FINM31271	Options	P. Poncet, A. Roncoroni	<i>FINE31123</i> or FINE31124	FINM31164 or <i>FINM31165</i>	<i>FINM31270</i> or <i>FINM32107</i>
<i>FINM32107</i>	<i>Options</i>	P.Poncet	<i>FINE31123</i> or FINE31124	FINM31164 or <i>FINM31165</i>	<i>FINM31270</i> or FINM31271

Cours de gestion / Management course					
<i>FINM32217</i>	<i>Advanced Options</i>	R. Tedongap	<i>FINM31270</i> or <i>FINM31271</i> or <i>FINM32107</i>		<i>FINM31224</i>
<i>FINM31273</i>	<i>Fixed Income</i>	A. Fulop	(<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>) and (<i>FINM31164</i> or <i>FINM31165</i>)		
<i>FINM31277</i>	<i>Options & Applications</i>	P. Poncet, A. Roncoroni	<i>FINM31270</i> or <i>FINM31271</i> or <i>FINM32107</i>	<i>FINM31164</i> or <i>FINM31165</i>	
<i>FINM32206</i>	Gestion bancaire	F. Longin	<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>		
<i>FINM32225</i>	<i>Portfolio Theory and Investment Analysis</i>	J. Martel			
<i>FINM32407</i>	<i>Financial Risk Management</i>	A. Fulop	(<i>FINM31164</i> or <i>FINM31165</i>)and (<i>FINM31270</i> or <i>FINM31271</i> or <i>FINM32107</i>)	<i>FINM31273</i>	
SYNTHESE / SYNTHESIS (FINS)		Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis / Prerequisite(s) Obligatoire(s) / Mandatory	Prérequis / Prerequisite(s) Recommandé(s) / Recommended	Equivalent(s) Equivalent(s)
<i>FINS31351</i>	<i>Financial Policy</i>	M. Baroni	(<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>) and (<i>FINE31126</i> or <i>FINE31128</i> or <i>FINE32109</i>)		<i>FINS31353</i>
<i>FINS31353</i>	Politique financière	M. Baroni	(<i>FINE31123</i> or <i>FINE31124</i>) and (<i>FINE31126</i> or <i>FINE31128</i> or <i>FINE32109</i>)		<i>FINS31351</i>

(*) Ce cours est obligatoire pour les étudiants admis en filière Finance. Il ne donne pas lieu à la validation d'une UV. / Mandatory course for students who follow the Finance Track. It does not give any credit.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

FINE31123**Principles of Finance**

Prerequisite(s) - cf. tables - Core course

Objectives:

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 financial theory. The two main objectives are:

- i) To acquire an in-depth knowledge of the core corporate finance and financial market theories;
- ii) To be able to identify the right model in order to analyze corporate and investors' decisions.

In addition, students should be able to demonstrate their ability to use the technical tools and confront their knowledge with real life situations in order to deliver recommendations on fundamental issues such as the firm's investment and financing decisions.

Topics:

Topics covered include a refresher on interest rates, discounting and capital budgeting (investment) decisions under certainty, absence of arbitrage and financial assets valuation, risk and portfolio analysis (mean-variance model), the capital asset pricing model (CAPM) and market efficiency, introduction to options, capital structure theory, valuation and leverage and an introduction to market imperfections (e.g., taxes, bankruptcy costs and agency problems).

Teaching methods:

Lectures and problem sets. A teaching assistant will conduct 4 sessions dedicated to solving exercises.

Grading pattern:

A mid-term exam (M), and a final exam (F). The final exam (F) is common to all sections. The final grade (G) is a weighted average of M and F, calculated as follows: $G = 40\%M + 60\%F$.

FINE31124**Fondements de la finance**

Prérequis - cf. tableaux

Cours fondamentale

Objectifs :

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

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

Ce cours donne les bases conceptuelles sur les principes fondamentaux en théorie financière. Les deux objectifs essentiels du cours sont :

- i) De démontrer une compréhension des différentes théories en finance d'entreprise et en finance de marchés
- ii) D'être en mesure d'identifier le modèle le plus pertinent afin d'étudier les décisions des entreprises et des investisseurs. De plus, les étudiants doivent être en mesure d'appliquer les outils techniques de la finance afin de confronter leurs connaissances théoriques à des situations réelles et d'émettre des recommandations sur des questions fondamentales telles les décisions d'investissement ou de financement des entreprises.

Thèmes abordés :

Le rappel de notions de taux d'intérêt, d'actualisation et de choix d'investissement en avenir certain, notions d'absence d'arbitrage et évaluation des actifs financiers, risque et choix de portefeuille (modèle moyenne-variance), évaluation des actifs financiers à l'équilibre (MEDAF) et efficacité des marchés, introduction aux options, politique d'endettement, choix d'une structure du capital et valorisation d'entreprise ainsi qu'une introduction aux imperfections de marché (e.g., taxes, coûts de faillite et problème d'agence).

Pédagogie :

Cours magistral, soutenu par 4 séances d'assistantat.

Evaluation :

Un quiz intermédiaire (QI) et un quiz final (QF). Le quiz final (QF) est commun à l'ensemble des sections données sur le trimestre.

La note finale (N) correspond à la moyenne pondérée de QI et QF : $N = 40\% \text{ QI} + 60\% \text{ QF}$.

FINE31126**Finance d'entreprise**

Prérequis - cf. tableaux

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) Etude 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, l'introduction au risque de crédit, théorie statique de la structure de capital, l'impact des décisions de financement sur la résolution des conflits actionnaires/ gérants et actionnaires/ créanciers, les coûts d'agence de la dette et des capitaux propres, les processus d'introduction en bourse et l'augmentation de capital, la théorie des options, introduction aux obligations convertibles.

Pédagogie :

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

Evaluation :

Note finale = $40\% \text{ Q1} + 60\% \text{ Q2}$ où Q1 = quiz intermédiaire et Q2 = quiz final.

FINE31128**Corporate Financial Management***

Prerequisite(s) - cf. tables

In common with the Specialized Masters and the MSc in Finance **equivalent to*

FINE32109 – Corporate Financial Management

Objectives:

This course studies the theory and practice of how a firm is financed. At the end of the course, students should: be able to formulate a firm's 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:

Introduction to financial management. Financial planning, sustainable growth. Modigliani-Miller propositions and debt tax shields. Trade-off theory and bankruptcy costs. 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. Binomial pricing of options. Equity and debt as options. Convertibles.

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies

Grading pattern:

The grade for the cases C is equal to the arithmetic mean of the grades of the 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.

FINE31130

Gestion financière court terme

Prérequis - cf. tableaux

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 de ces instruments en terme de rentabilité, de liquidité et de risque.

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).

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.

FINE31252

Fusions et acquisitions

Prérequis - cf. tableaux

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, dégageant ;
- 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).

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.

FINE31253

Mergers and Acquisitions*

Prerequisite(s) - cf. tables

In common with the Specialized Masters and the MSc in Finance, **equivalent to FINE32218 – Mergers & Acquisitions.*

Objectives:

This course studies M&A activity from a financial perspective. At the end of the course, students should : Understand how valuation plays a central role in the merger process; Carry out valuation analysis of complex corporate/financial structures; Analyze the terms of a M&A deal in a knowledgeable way, understanding its value implications as well as the incentives and motivations of the major participants.

Topics:

Introduction to M&A. Merger analysis. Synergies. Valuation using DCF models. Valuation using multiples. Further topics on valuation: multi-divisional businesses, privately-held firms. Illiquidity and minority discounts. Theories of merger activity. Empirical evidence on M&A activity. The holdout problem. The M&A process, I. Deal negotiation. Takeover defenses. The M&A process, II. Structuring the deal. Costs of M&A. The

double edged sword. Leveraged Buyouts (LBOs). Divestitures.

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies.

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 $0.4 \times C + 0.6 \times (E + P)$ otherwise.

FINE31254

Evaluation stratégique et financière des entreprises

Prérequis - cf. tableaux

Objectifs :

L'objectif du cours est de familiariser les étudiants avec les techniques de l'évaluation des entreprises, très largement utilisées à l'occasion de montages financiers de haut de bilan, d'opérations de fusions & acquisitions ou d'opérations d'investissement en capital, 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 et Financière des Opérations de Fusions-acquisitions ; Pratique du M&A ; Evaluation et Financement des Sociétés Cotées. Ces thèmes seront abordés au travers d'illustrations tirées de la vie des affaires et d'études 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 :

L'évaluation du cours repose sur un dossier d'étude qui est un rapport d'évaluation d'entreprise. Elaboré en petit groupe par les élèves au fur et à mesure de l'avancement du cours, le dossier d'étude est divisé en 4 parties : Présentation de la Société ; Dynamique des Marchés et de la Position Concurrentielle ; Stratégie et Résultats Prévisionnels ; Cash Flows, Actualisation et Valorisation. A partir de la séance 3, les élèves doivent remettre l'une des quatre parties qui constituent le dossier d'étude. Le travail remis fait l'objet de recommandations et de directions. La note du cours est fondée sur la qualité de la brochure finale et la qualité de la présentation orale, effectuée en séance plénière par les différents groupes d'élèves.

FINE32203**Private Equity***

Prérequis - cf. tableaux

**En commun avec le Master in Finance*

Objectifs :

Sensibiliser les étudiants à la création d'entreprise et son fonctionnement, l'analyse financière et l'évaluation des entreprises ainsi qu'aux différents métiers du Private Equity.

Les cours seront à la fois théoriques et pratiques par l'étude de cas, notamment l'analyse de sociétés et/ou de transactions réalisées lors d'opérations de capital investissement (capital risque, capital développement, LBO, opérations de rachat de portefeuilles de fonds, investissement fonds primaires...).

Thèmes abordés :

- Recherche de l'information
- Analyse financière (compte de résultat, bilan et tableaux de financement)

- Evaluation d'actifs
- Pactes d'actionnaires
- Structuration de fonds
- Montages financiers (capital risque, LBO, capital développement, transactions secondaires)

Pédagogie :

- Cours et études de cas.
- Exposés de professionnels.

FINE32217**Firm Valuation***

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the Master in Finance*

Objectives:

This course is the "corporate finance" extension of the Financial Theory course. The objective is to present the different methods used to estimate the value of a firm and the problems arising in valuing specific assets such as intangibles. In addition, we discuss issues such as the treatment of minority interests, pension funds and leasing.

Topics:

- Cash flows to equity-holders and the firm
- Cost of equity and cost of capital
- Impact of capital structure on the cost of equity, cost of capital and firm value
- Adjusted present value (APV) vs. Discounted Cash Flows (DCF)
- Valuation with multiples (market and transactions)
- Valuation of intangible assets
- Treatment of minority interests, pension funds, leasing, etc.

Teaching method:

Lectures and case studies in class

Grading pattern:

Case study (40%) and ii) Equity analyst report on a firm (60%). Both are done by groups of 4 students.

FINE32218

Mergers and Acquisitions

Prerequisite(s) - cf. tables

Professor: Sridhar ARCOT

Objectives:

This course studies M&A activity from a financial perspective. At the end of the course, students should: Understand how valuation plays a central role in the merger process; Carry out valuation analysis of complex corporate/financial structures; Analyze the terms of a M&A deal in a knowledgeable way, understanding its value implications as well as the incentives and motivations of the major participants.

Content:

Introduction to M&A. Valuation using DCF models.

Valuation using multiples. Valuation: multi-divisional businesses, privately-held firms. Illiquidity and minority discounts.

Synergies. Theories of merger activity. Empirical evidence on M&A activity. The holdout problem.

Merger analysis, Dilution analysis. Deal negotiation tactics.

Takeover defenses. Structuring the deal.

Costs of the M & A process.

Leveraged Buy-Outs (LBOs)

Theory and empirical evidence on divestitures.

Format:

The course consists of a series of lectures supplemented by case studies, and a final exam. The cases and the final exam will be graded according to the rule described below.

Grading:

The grade for the cases C is equal to the arithmetic mean of the grades of the 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.

Readings:

The textbook of the course is

[B] Bruner, Robert, 2004, Applied Mergers and Acquisitions, Wiley: New Jersey.

Complementary material is taken from [G] Gaughan, Patrick, 2002, "Mergers, Acquisitions and Corporate Restructurings" (4th edition), John Wiley & Sons: New

York. [R] Rosenbaum, Joshua & Joshua Pearl, 2013, "Investment Banking" (2nd edition), John Wiley & Sons: New York

FINE32219

Analyse financière

Prerequisite(s) - cf. tables

Cf. syllabus en ligne

**In common with the Master in Finance*

Objectives:

The class teaches the main steps to establish a credible and reliable Financial Analysis. Consolidations' main points are also presented.

Participants will learn consolidations' key principles, and the main differences between IFRS and US GAAP.

Following a strategic review of a company business, participants will understand the key financial ratios, and how to establish a ready to use dashboard. The key indicators related to the business, operating cycle, debt leverage, and share price will be presented.

The main valuation techniques will be studied including, asset valuation, multiples, and the Discounted cash Flow. Students will have to build up a financial and valuation model and establish a credible dashboard on a selected company.

Teaching method:

The class will be based on real and recent case studies, allowing students to establish useful links between the class and the current economic and financial environment.

Readings:

The class teaches the main steps to establish a credible and reliable Financial Analysis. Consolidations' main points are also presented.

Participants will learn consolidations' key principles, and the main differences between IFRS and US GAAP.

Following a strategic review of a company business, participants will understand the key financial ratios, and how to

establish a ready to use dashboard. The key indicators related to the business, operating cycle, debt leverage, and share price will be presented.

The main valuation techniques will be studied including, asset valuation, multiples, and the Discounted cash Flow. Students will have to build up a financial and valuation model and establish a credible dashboard on a selected company.

FING31080

Mise à niveau Finance

*Prérequis - cf. tableaux
Cours de mise à niveau, réservé aux
étudiants AST.*

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 la gestion financière de l'entreprise afin de prévoir et optimiser les décisions à court terme, les décisions d'investissement et de financement. Les concepts d'équilibre du bilan, de flux financiers et de valeur nette présente sont approfondis.

Pédagogie :

Cours magistral, accompagné d'exercices.

Evaluation :

Examen intermédiaire et examen final, écrits individuels en classe.

FING31081

Refresher Course Finance

*Prerequisite(s) - cf. tables
Refresher Course, reserved for the AST
students.*

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.

Topics:

What Finance is about. Time value of money. Basic Financial Mathematics. From accounting statements to cash-flow. Financial ratio analysis. Sources and uses of funds. Working capital management. Capital Budgeting decisions. NPV, IRR. Bond and stock valuation. Basic concepts in capital structure.

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 $E \geq 9$.

FING31113

Commodity Risk Management for Corporates*

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the MSc in Finance.*

Objectives:

This course offers a toolkit to analyze, model, and manage commodity price and FX risk exposure borne by corporates. We introduce to the construction and use of main methods and models as applied to real case studies. In addition, we offer an overview of estimation and simulation methods for scenario analysis. The design of the course focuses on the conceptual understanding and practical use of proposed subjects. Our goal is to prepare to recruiting interviews for job positions in a large variety of market segments,

ranging from financial product origination at major financial institutions, to financial risk management at mid and large size corporates acting in the domain of commercial and industrial transformation processes, passing through raw material and commoditized service providers.

Topics:

Corporate financial risk, position keeping, marking to market, forward curve, corporate risk monitoring, monetary measures of risk, FloVaR analysis of energy portfolios, optimal risk management decision, optimal hedge ratios for ex ante decisions, practical case-studies, mining companies, airlines and jet fuel hedging, foreign exchange risk management, commodity spot price - convenience yield models, market price simulation, concrete applications of risk analysis.

Teaching method:

Course lectures introduce to key concepts and current practices in the domain of concern. A third of the course is entirely devoted to practical implementation of computer-based tools in an Excel environment. The approach is operational (as opposed to academic).

Grading pattern:

Written evaluation (50%) + class participation (50%).

References:

Myint, S., Famery, F. (2012): The Handbook of Corporate Financial Risk Management, Risk Books.
Pilipovic, D. (2007): Energy Risk Valuing and Managing Energy Derivatives (2nd Ed.), McGraw-Hill
Poitras, G. (2013): Commodity Risk Management: Theory and Application, Routledge.
Roncoroni, A., Fusai, G., Cummins, M. (2015): Handbook of Multi-Commodity Markets and Products: Structuring, Trading and Risk Management, Wiley Finance.

FING31115

Energy and Commodity Markets *

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the MSc in Finance.*

Objectives:

This course introduces the participant to the fast-growing financial markets of energy sources and commodities. We mainly focus on market description, position structuring, security trading, and risk management. A learning-by-doing approach is followed: we introduce topics through practical examples and then identify general rules. Our goal is to prepare to recruiting interviews for job positions in a large variety of areas concerned with energy and commodity markets.

Topics:

Commodity Markets, Spot-Forward Parity, Gold Markets, Oil markets, Gas Markets, Basic and complex Structures, Risk Analysis and Management.

Teaching method:

Course lectures introduce to key concepts and current practices in the domain of concern. A class meeting prior to final exam is devoted to meeting an invited practitioner working in the area of energy and commodity markets.

Grading pattern:

Final in-class written exam (50%) + class participation (50%).

FING31259

Management bancaire

Intervenant : Abbas MOHSENI Associé Gérant de « Accélération », cabinet de conseil dédié aux banques

Objectifs : Ce cours a pour objectif de donner aux étudiants une vision approfondie du secteur bancaire : clients, métiers, organisation, gestion financière et gestion des risques, contraintes réglementaires, perspectives à moyen terme.

Thèmes :

- Présentation des principaux métiers de la banque (BFI, Services aux Investisseurs, Banque de détail), analyse du « business model » de chaque métier et des techniques de gestion financière et de gestion des risques mises en œuvre,
- Analyse du cadre réglementaire et de son évolution, - Etude des stratégies de sortie de crise des principaux groupes bancaires. Animation : Cours-discussions.

Notation :

Mini-mémoire à réaliser + Etude de cas + Examen final

FING31402**Séminaire éthique et déontologie des métiers de la finance***

Réservé aux étudiants de la filière Finance. Voir chapitre «Filières».

Nombre d'UV : 0.00

Total des heures : 10.00

Enseignant : N. COLUMELLI, Consultante CFA

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

**En commun avec les Mastères Spécialisés et le MSc in Finance.*

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 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.

FING31421 Finance Department Seminar**Applied Corporate Finance**

To provide the core background about financial markets

To understand key financial products
Which financial instruments are useful for firms to hedge, refinance, optimize strategies?

Key financial market transactions
Strategies to benefit from market volatility

Topics:

To learn the key fundamental concepts and formulas

Trough real and recent cases studies, to benefit from concrete and real life situation

To assimilate key financial market concepts and modelling tools

The course will utilize a combination of lectures, readings, cases and student projects.

Teaching:

- Each session combines fundamental coursework, application problems, real world case studies
- Systematic (non-marked) Multiple-Choice sessions to sustain the learning curve
- One short technical article to read for each class
- Group presentations on recent Capital Market deals (*Lafarge-Holcim 2015 M&A transaction*)
- Courses & materials in English

Evaluation:

Questions about compulsory reading articles: 5 points, Real world Case Study: 15 points

FINM31162**International Finance***

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the MSc in Finance.*

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 international diversification of portfolios.

Topics:

The topics covered in this course are: financial globalization, international monetary system, international financial regulation, capital flows, currency regimes, contemporary financial crises, currency exchange markets, triangular arbitrage, determinants of foreign exchange rates, fundamental currency parities, purchasing power parity, monetary models of exchange rates, national accounts, foreign exchange derivative products, international portfolio choice, and global cost of capital.

Teaching method:

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

Grading pattern:

The final grade is based on a final examination (40%), a midterm examination (20%) covering the first part of the course, and homework assignments (30%).

FINM31163**Finance internationale***

Préquis - cf. tableaux

**En commun avec les Mastères Spécialisés, équivalent au FINM32203 –*

International Finance.**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 (40%), quiz intermédiaire (20%) et présentation d'articles (30 %).

FINM31164

Marchés financiers

Prérequis - cf. tableaux

Objectifs :

Ce cours vise à présenter les principaux sujets requis lors des entretiens typiques pour un poste dans les fonctions de la gestion 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 (forward, swap, option et futures). Un tiers de chaque cours sera consacré à la présentation des exercices, au développement de cas et à l'exposé d'une sélection de questions abordées lors des "entretiens-type" auprès des principales banques d'affaire de Wall Street. Un projet commun avec le cours «Options» FINM31270/271 pourra être réalisé s'il s'agit du même professeur dans le même trimestre. Nous proposerons des solutions détaillées obtenues par l'application des méthodes et des outils présentés dans le cours. Un cours accueillera un invité de banque d'affaire qui nous fera partager son expérience : les participants au cours pourront à cette occasion lui donner leur CV.

A la fin du cours, le participant sera en mesure de :

- Maîtriser les éléments principaux des marchés financiers ;
- Définir et structurer des positions de base sur instruments dérivés ;
- Identifier et révéler les différentes sources d'exposition aux risques d'un portefeuille financier.

Thèmes abordés :

Les indices et les opérateurs du marché ;
Les produits dérivés de base et leur répliation ; Les contrats à terme ;
Les contrats *futurs* ; Les marchés des taux d'intérêt ; Les contrats *swap* ; Les marchés des matières premières ; Portes ouvertes : Rencontre avec un acteur du marché et entretiens de «Wall Street» ; Exercices pratiques et cas ; Examen final (3 heures).

Pédagogie :

Assiduité, préparation et participation :

- On attend des étudiants qu'ils assistent régulièrement aux cours et adaptent leur emploi du temps de façon à ce qu'il corresponde aux besoins du cours.
- Si vous êtes absent, vous devrez rattraper le travail en retard de façon autonome de préférence en amont de l'absence ou bien immédiatement après.
- Conformément aux règles énoncées dans le guide des études, la justification ou la vérification des réclamations concernant les absences peut être requise.
- Une absence au maximum peut être acceptée sans fournir de justification.

Evaluation :

L'évaluation se fait selon trois critères :

- 1) Devoirs maison : série de problèmes et lectures (25%).
- 2) Participation en classe évaluée par le professeur (25%).
- 3) Examen final : examen écrit en classe (50%).

FINM31165

Financial Markets*

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the MSc in Finance*

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. A shared project with FINM31270/271 "Options" held by the same instructor in the same term, if any, may be allowed.

The successful participant will:

- Learn the main features of financial markets;
- Be able to define and structure basic derivative positions;
- Unveil risky portions of standing position.

Topics:

Market Indices and Operators; Basic Derivatives and Replication; Forward Contracts; Futures Contracts Markets; Interest Rate Markets; Swap Contracts; Commodity Markets; Open Day: Meeting a Practitioner and Wall Street Interviews; Practical Exercises and Cases; Final Exam (3 hours).

Teaching method:

The material is delivered through lectures notes, in class examples, and case studies. One-third of each class meeting is devoted to the solution of exercises and cases. 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. Class Attendance, Preparation & Participation:

- Participants are expected to attend classes regularly and manage schedule so to meet the course's requirements.
- If you are absent, you will be responsible for arranging makeup work

to be completed prior to the absence or immediately upon return to class at the instructor's discretion.

- As per the study guide, documentation or verification of claims regarding absences may be requested.
- A maximum of 1 absence can be done without delivering any justification.

Grading pattern:

Evaluation is based on three criteria:

- 1) Take-home work: problems sets and readings (25%).
- 2) Class participation as evaluated by the instructor (25%).
- 3) Final exam: in-class written exam (50%).

FINM31208

Finance immobilière

Pré-requis - cf. tableaux

Objectifs :

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 myesse.com.

Evaluation :

Max [(0,40xE + 0,60xQ) ; Q] où E représente les exercices de groupe et Q le quiz final.

FINM31213

Agri-food Commodity Markets*

Prerequisite(s) - cf. tables

See Chapter «Specialized tracks» - Agri-food Track

**In common with the Specialized Masters and the MSc in Finance.*

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 understand price mechanisms of 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:

- The specificity of price mechanisms of 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, arbitrating 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 pattern:

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.

FINM32217

Advanced Options*

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the Specialized Masters.*

Objectives:

This course builds on the material covered in Options and Financial Markets and Institutions. It is intended for students who are interested in advanced derivatives and enhancing their knowledge of numerical techniques to price derivatives. We consider exotic options and American options and the use of finite-difference methods and Monte Carlo simulation method for the pricing of these options. We will take a learning-by-doing approach in the course, presenting the methods through numerous examples and applications.

Topics:

Risk-neutral pricing. Exotic Derivatives. American options. Finite-difference methods. Monte Carlo Simulation.

Teaching method:

Lectures supplemented with numerical applications requiring programming.

Grading pattern:

The final grade is based on 2 homeworks and (mid-term and final) exams.

FINM31260**Théorie du portefeuille et investissements**

Prérequis - cf. tableaux

Introduction et objectifs :

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. 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 *IDSS31267 «Financial Econometrics»*.

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.

L'Hypothèse d'Efficiency du Marché Financier ; Allocations stratégiques (statiques et dynamiques), allocations tactiques («stock picking» et «market timing»). Gestion contre benchmark, mesures de performance.

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. Une session sera organisée conjointement avec un praticien invité.

Evaluation :

Quiz final (50%), projets et participation en classe (50%).

FINM31261**Portfolio Theory and Investment Analysis**

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

Portfolio Management is an advanced finance course recommended for students who want to pursue careers in asset management. It is a quantitative course and draws upon analytical tools and theories introduced and demonstrated throughout the course. The course is coordinated with *IDSS31267 "Financial Econometrics"*. Students can take the two courses simultaneously to acquire advanced skills. Students should be familiar with matrix algebra, optimization methods, as well as basic statistics and linear regression analysis in order to understand the material covered in the course.

Topics:

Portfolio Theory ; Asset pricing Models; Measures of performance, Passive Investment, Benchmarks, Active Investment, Market efficiency, Anomalies, Investment Philosophies, Factor Investing, Market Timing, Security selection, Investment companies, Downside risk and Drawdown Risk

Teaching methods:

The material is delivered through lectures notes, in class examples, case studies and a project. One class meeting is jointly held with an invited practitioner.

Grading pattern:

In-class exams (50%), projects and class participation (50%).

FINM31266**Trading et organisation des marchés financiers**

Prérequis - cf. tableaux

Introduction :

Convertir un choix de portefeuille en une position effective nécessite de passer des ordres sur les marchés. Or, selon les règles présidant 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 significativement la profitabilité du portefeuille.

Objectifs :

L'objectif du cours est de proposer une introduction aux questions générales suivantes : comment se forment les prix sur les marchés (fixing, double enchère continu, négociation) ? Qu'est-ce que la liquidité ? Comment mesure-t-on les coûts de transaction ? Existe-t-il une structure de marché optimale ?

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, stratégie de détermination des prix) et sur le processus de prix (volatilité, efficience, liquidité). Définir et comprendre les différentes dimensions de la liquidité et la génération des coûts de transaction. Seront également abordés l'impact du trading haute fréquence sur le paysage des marchés financiers (fragmentation du flux d'ordres, essor des «dark pools», crises épisodiques d'illiquidité ou «flash crash») ou encore l'analyse des manipulations de marché (corner, squeeze, délit d'initiés, schéma de Ponzi).

Pédagogie :

Cours magistral, jeu de simulation de trading.

Evaluation :

Participation (35%) et examen final (65%).

FINM31270

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:

Option Markets and Arbitrage Bounds; Static Strategies; Introductory Stochastic Calculus; The Black-Scholes Model; Option Hedging; Training Day: Wall Street Interviews; Open Day: Meeting a Trader;

Monte Carlo Simulation; 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.

FINM31271

Options*

Prérequis - cf. tableaux

**En commun avec les Mastères Spécialisés.*

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 options et de la mise
en œuvre des 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 : rappel
sur les futures et forwards, définitions
et propriétés de base, arbitrage, relations
de parité call-put, convexité du prix des
options en strike, exercice optimal anticipé
des options américaines, une introduction
au calcul stochastique, évaluation
des options en temps discret (Cox-Ross-
Rubinstein) et en temps continu (Black-
Scholes-Merton et leurs extensions, taux
et volatilité non constants mais
déterministes, introduction aux taux
stochastiques, notions sur les changements
de probabilité et de numéraires),
les relations de risque et de rentabilité
espérée, et les stratégies statiques
et dynamiques impliquant les options
(paramètres grecs, smile, skew...).
Quelques options exotiques pourront être
étudiées au passage.

Pédagogie :

Cours magistral, séries d'exercices, lectures
personnelles.

Evaluation :

- Deux séries d'exercices : à rendre par
groupes de 3 ou 4 (20%).
- L'examen de contrôle en fin de cours (80 %).

FINM31273

Fixed Income*

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the MSc in Finance.*

Objectives:

This course introduces the students to the
basics, valuation and hedging of fixed
income securities with and without credit
risk. The course is targeted to teach the
fixed income basics that a well-trained
financial practitioner should know.

Topics:

- Discount Curves
- Money Market Instruments, Repos.
- FI Hedging Strategies I: Duration
- FI Hedging Strategies Extensions:
Convexity, Multifactor Duration.
- FI forwards
- Interest Rate Swaps (Valuation and
Applications).
- Credit Market Basics - ratings, credit
spreads, default and recovery.
- Hazard Rates and Valuation of Defaultable
Bonds.
- Credit Default Swaps.

Teaching method:

Lectures supplemented by case studies and
computer exercises.

Grading pattern:

There will be in-class short quizzes.
In-class quizzes (30%)
Final (70%) (100% if below 10).

FINM31277

Options and Applications*

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the MSc in Finance.*

Objectives:

The course aims at providing students with the practice of option markets in their main dimensions. After having summarized the most important fundamental results of option theory, we will implement them through derivative and structured product pricing and structuring concrete examples (parameters, calibration, models). Then we will focus on risk management, studying the everyday management of a trading book.

We will also present current market environment and its main business and regulatory stakes. Last courses will be partly dedicated to employment considerations (interviews, jobs, banking industry opportunities), so that students are fully equipped to start a career in option markets.

Topics:

- Option theory fundamental results reminder. Structure of the “financial world” (client typology, role repartition) and organization of a trading room (functions, interactions).
- Pricing principles on vanilla instruments.
- Pricing principles on structured products: basic EMTN payoffs structuration and valuation.
- Implementing models in practice: volatility calibration, “hidden” parameters assessment (correlation), Monte Carlo simulation.
- Wrapping trading strategies into indices: alpha, beta and quantitative approaches.
- Trading basics: Greek risk management (theory vs. market practices).
- Trading main issues through everyday book management.

- How crisis is changing the rules: regulatory environment, credit risk pricing.
- Focus on employment stakes in the financial industry (interviews, jobs, banking industry opportunities).
- Final in-class written exam.

Teaching method:

Our goal is to balance and enlighten theory by concrete market applications to fill the “academic gap”. Case studies and “client pitch” simulations will be done with students in class. Financial press analysis (TV/newspapers, research articles) will be performed on specific technical topics.

Banking professionals (sales, traders, structurers, quants) will share their experiences and provide students with tips and advices for interviews.

Grading pattern:

- 25 lecture hours at ESSEC, including case studies with banking professionals.
- Module combines home exam and final written test:
- On mid-term, a case study will be performed by groups
 - On lesson #10, a written exam will be proposed.
- The final grade is composed of 50% of the group case study and of 50% of the final in-class written exam.

FINM32206

Gestion bancaire*

Prérequis - cf. tableaux

**En commun avec les Mastères Spécialisés.*

Objectifs :

Ce cours a pour objectif de donner aux étudiants une vision approfondie du secteur bancaire : clients, métiers, organisation, gestion financière et gestion des risques, contraintes réglementaires, perspectives à moyen terme.

Thèmes abordés :

- Présentation des principaux métiers de la banque (BFI, Services aux

Investisseurs, Banque de détail), analyse du «business model» de chaque métier et des techniques de gestion financière et de gestion des risques mises en œuvre,
- Analyse du cadre réglementaire et de son évolution,
- Etude des stratégies de sortie de crise des principaux groupes bancaires.

Pédagogie :

Cours-discussions.

Evaluation :

Mini-mémoire à réaliser + Etude de cas + Examen final

FINM32407

Risk Management *

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the Specialized Masters and the MSc in Finance.*

Objectives:

The objective of this course is to introduce key risk management concepts to students and to improve their ability to implement and use these methods through the realistic implementation of a risk-management application by the students.

Topics:

Risk Management and Financial Returns,
Bank Regulation and Basel Accords
Historical Simulation, Value at Risk and Expected Shortfall

Volatility Modelling

Non-normal Distributions

Covariance and Correlation Models

Distributions and Copulas for Integrated Risk

Option Risk Management

Backtesting and Stress

Credit Risk Management

Teaching method:

The class consists of lectures by the professor covering the theory, accompanied with hands-on exercises on the computer illustrating these concepts.

Grading pattern:

Final Exam (70%), In-class Quizzes (30%).

FINS31351

Financial Policy*

Prerequisite(s) - cf. tables

**In common with the MSc in Finance.*

Objectives:

To provide real world expertise on best practices used by M&A and ECM professionals. A practical approach: how to originate, negotiate and execute profitable deals. The key techniques to being successful and adding value in the deal making industry.

Topics:

Rationale for M&A Transactions,
Advanced Company Valuations,
Negotiation Techniques & Accounting Optimization, Financial Structuring, Takeovers, Mergers, Divestments, Equity Capital Market Issuances.

Teaching method:

Each session will combine fundamental coursework with real world case studies. Systematic (non-marked) QCM to sustain the learning curve, and momentum. Courses & materials are in English.

Grading pattern:

Oral contribution, case study (40%),
Final exam: case study & Multiple Choices/QCM (60%).

FINS31353

Politique financière

Pré requis - cf. tableaux

Objectifs :

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,

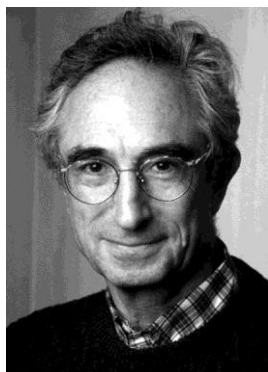
depuis le financement de l'exploitation de l'entreprise jusqu'au choix des politiques financières de haut de bilan liées notamment aux investissements, aux rachats d'entreprises, aux financements hybrides, au LBO et à la politique de dividendes. Le thème de l'évaluation est très présent dans bon nombre 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.



Florin AFTALION, professeur éminent, honoraire
PhD in Finance, Northwestern University – Doctorat d’Etat
en Sciences Physiques, Université de Paris – MBA, Northwestern
University – Ingénieur diplômé, Ecole Nationale Supérieure
du Pétrole et des Moteurs
A l’ESSEC depuis 1972



Sridhar ARCOT, professeur associé
Responsable du MSc in Finance
PhD in Finance, London School of Economics, Master of Finance,
London School of Economics, MSc in Accounting & Finance, London
School of Economics – Master in Management Studies, Finance,
Welingkar Institute of Management, Mumbai, India –
B.E. Mechanical Engineering, Malaviya Regional Engineering
College, Jaipur, India
A l’ESSEC depuis 2007



Michel BARONI, professeur
Responsable pédagogique du Mastère Spécialisé en Techniques
Financières
Habilitation à diriger des recherches – Université Paris-Ouest
Nanterre – Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris Ouest-
Nanterre – Diplôme d’Etudes Comptables Supérieures – Diplôme
d’Etudes Supérieures Economiques, CNAM – Certificat Supérieur
d’Expertise Comptable «Relations Economiques» – Diplôme HEC
A l’ESSEC depuis 1989



Christian BITO, professeur enseignant
Doctorat en Sciences de Gestion, Université d’Orléans – Doctorat,
HEC – D.E.A. Monnaie Finance et Banque, Université d’Orléans –
Diplôme HEC
A l’ESSEC depuis 1984



Romain BOULLAND, professeur assistant
PhD in Finance, Université Paris-Dauphine – MSc in Economics and Statistics, ENSAE – BSc in Economics and Management, Ecole Normale Supérieure
A l'ESSEC depuis 2014



Véronique BUISSON, professeur enseignant associé
Doctorat en Economie et Finance Internationales, Université Paris IX-Dauphine – D.E.A. Economie Monétaire, Université Paris IX-Dauphine – Diplômée de l'Ecole Supérieure de Commerce de Paris
Diplômée de l'INALCO
A l'ESSEC depuis 1996



Patricia CHARLETY, professeur
PhD in Finance, Wharton School, University of Pennsylvania
D.E.A. Economie, Diplôme Institut d'Etudes Politiques de Paris
Master of Finance and Economy, University of Pennsylvania
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1985



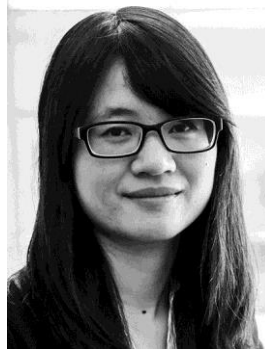
Francis DECLERCK, professeur associé
PhD in Finance, University of Illinois, Urbana-Champaign –
Ingénieur en Agriculture, Institut Supérieur Agricole de Beauvais (ISAB) – Mastère en Economie et Gestion Internationale Agro-Alimentaire, ESSEC-IMIA
A l'ESSEC depuis 1996



Andras FULOP, professeur assistant
PhD in Finance, Rotman School of Management, University of Toronto – M.A. in Economics, University of Toronto – MSc in Economics, Budapest University of Economics Sciences
A l'ESSEC depuis 2006



José-Miguel GASPAR, professeur
Directeur du Centre de recherche
PhD in Finance, INSEAD – MSc in Management, Universidade Nova de Lisboa – MBA, Universidade Nova de Lisboa – BSc in Economics, Universidade Nova de Lisboa
A l'ESSEC depuis 2003



Jieying HONG, professeur assistant
Campus de Singapour
PhD in Finance, Toulouse School of Economics – European Diploma in Advanced Quantitative Economics, Toulouse School of Economics – M.A., Economics, Toulouse School of Economics – M.A., Finance, Peking University, B.A., Financial Engineering, Renmin University of China
A l'ESSEC depuis 2013



Laurence LESCOURRET, professeur associé
PhD in Finance, HEC Paris – D.E.A. Analyse et Politique Economique, EHESS, Paris – D.E.A. en Finance, Université Paris IX-Dauphine EDHEC (Majeure : Finance d'Entreprise)
A l'ESSEC depuis 2004



Junye LI, professeur associé

Campus de Singapour

PhD in Economics, Bocconi University, Milan – MSc of Science in Economics, Bocconi University, Milan – Master of Engineering in Systems Engineering, Beijing Jiaotong University, Beijing, China
A l'ESSEC depuis 2009



François LONGIN, professeur

Doctorat en Sciences Economiques, HEC – Agrégation de Mathématiques – D.E.A. de Probabilités, Université Paris VI-Pierre et Marie Curie – Diplôme d'Ingénieur de l'Ecole Nationale des Ponts et Chaussées – Maîtrise en Mathématiques Pures, Université Paris VI-Pierre et Marie Curie
A l'ESSEC depuis 1994



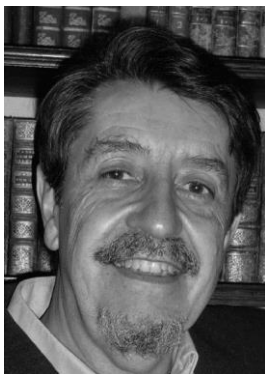
Jocelyn MARTEL, professeur

Responsable du département Finance
Responsable pédagogique adjoint du Mastère Spécialisé en Techniques Financières
Habilitation à diriger des recherches, Université Cergy-Pontoise
PhD in Economics, University of Montreal, Canada – Doctoral Studies in Economics, University of British Columbia, Canada
MSc Economics, University of Montreal
A l'ESSEC depuis 2009



Patrice PONCET, professeur éminent

PhD in Finance, Kellogg School of Management, Northwestern University, USA – Professeur agrégé des Universités en Sciences de Gestion – Diplômé ESSEC – Maîtrise en Droit Privé, Université Paris II-Assas
A l'ESSEC depuis 1972



Roland PORTAIT, professeur honoraire
Professeur au CNAM - Chaire de Gestion Financière des Entreprises
PhD in Finance, Wharton School, University of Pennsylvania –
Diplôme Institut d'Etudes Politiques de Paris – Ingénieur de l'Ecole
Nationale Supérieure des Télécommunications
A l'ESSEC depuis 1973



Sofia RAMOS, professeur associé
PhD in Finance, Swiss Finance Institute, Lausanne
University, Switzerland – MSc in Economics, Universitat
Pompeu Fabra, Barcelona, Spain – MSc in Finance,
Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, Spain
A l'ESSEC depuis 2015



Andrea RONCORONI, professeur
PhD en Finance, ESSEC-Paris IX-Dauphine – PhD in Applied
Mathematics, University of Trieste – MSc in Mathematics, Courant
Institute of Mathematical Sciences, New York University – Bachelor
Degree in Economics, Bocconi University
A l'ESSEC depuis 2001



Roméo TEDONGAP, professeur associé
PhD in Economics, Université de Montréal – Engineer's degree
in Statistics and Quantitative Economics, ENSEA d'Abidjan
A l'ESSEC depuis 2016



Peng XU, professeur assistant

Campus de Singapour

PhD Collaborative Program in Finance and Economics, Department of Economics and Joseph L. Rotman School of Management, University of Toronto, Canada – M.A. Economics, University of Toronto, Canada – Bachelor of Economics, International Finance, Dongbei University of Finance and Economics, China
A l'ESSEC depuis 2009



Vijay YADAV, professeur assistant

Campus de Singapour

PhD in Management, INSEAD – MSc in Management, INSEAD – M.Phil Development Economics, Indira Gandhi Institute of Development Research, Mumbai, India – Master of Statistics, India Statistical Institute, Kolkata, India – BSc Physics, Statistics, and Mathematics, University of Allahabad, India
A l'ESSEC depuis 2011

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Sami BIASONI – Alexis COLLOMB – Nathalie COLUMELLI – Gérard DESPINOY – Vincent GOMBAULT – Thomas GOUNEL – Michel JURA – Maxime LAOT – Patrick LEGLAND – Yves LE VERGER – Abbas MOHSENI – Clément PASQUIER-DESVIGNES – Grégoire SENTILHES – Jérémy THIERRY – Emmanuel FRUCHARD – Fluvio PEGORARO – Issiaka BERETE – Frédéric AUGUSTE – Frédéric JAUFFRET – Olivier BOSSARD – Christian KAMTCHEUNG – Tristan GUILLAUME – Michel FROMENTEAU – Anne EMILY – Christopher CALLEN – Muriel FAURE – Jean-Luc ANGLADA – Valérie BONIN – Philippe WIND – Patrick LECOMTE – Zeng MING – Eric HURSON – Brett SHADBOLT – Arnaud BAUDOIN – Hock Leong LOO – Fabien MOINIER – M. RAMCHAUDRAN.

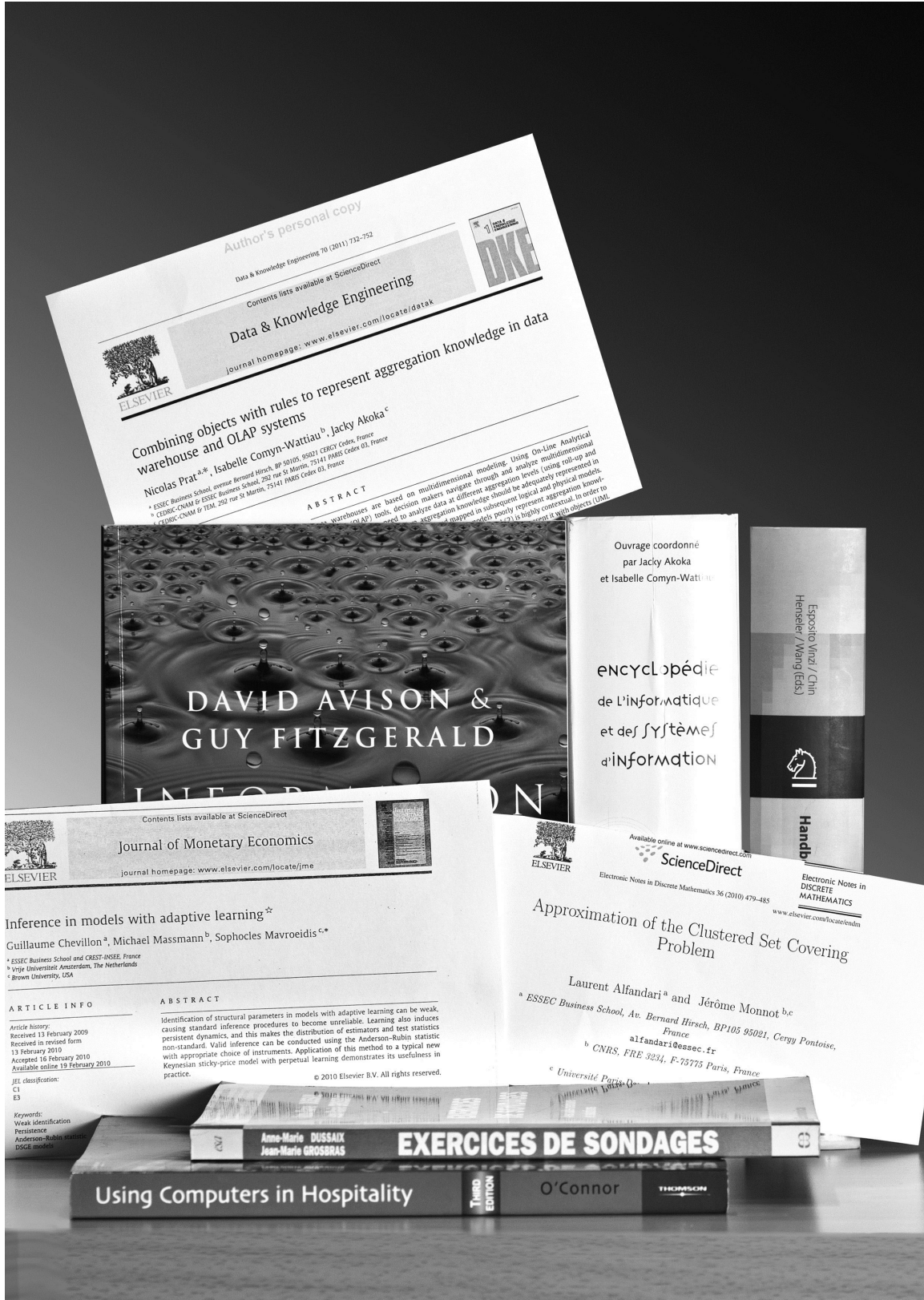
Professeurs visitants / *Visiting Professors*

Au moment de l'impression, la liste des professeurs visitants n'était pas définitive.

Timothy FISHER,

The University of Sydney, Australie

Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques / Information Systems, Decision Sciences and Statistics



Professeur responsable de département / *Department Head* : Peter O'CONNOR
Assistantes / *Assistants* : Patricia FERNANDEZ, Frédérique JEAN-LOUIS

Le département Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques a pour vocation de donner une formation théorique et pratique dans les domaines des systèmes d'information et technologies de l'information, *du business analytics*, de la modélisation stochastique (statistique, économétrie), de l'analyse multivariée (data mining et prévision) des méthodes scientifiques de gestion (analyse de la décision, théorie des jeux et de la négociation, recherche opérationnelle).

L'idée selon laquelle la conduite efficace des organisations suppose la maîtrise des Systèmes d'Information et Sciences de la Décision se vérifie de manière constante. L'amélioration continue du rapport performance / prix des matériels, des technologies de l'information, le développement des progiciels et logiciels de gestion, des outils statistiques et d'aide à la décision, des réseaux et télécommunications et aussi des stratégies d'extraction d'information à partir de données témoignent du rôle sans cesse croissant des systèmes d'information et sciences de la décision dans tous les processus de décision en entreprise. **Ces systèmes et outils d'aide à la décision 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 et à l'accroissement de la taille des données à traiter (*big data*). Ils sont «l'outil indispensable» pour concevoir, développer et mettre en œuvre des systèmes offrant des avantages concurrentiels aux entreprises.

The Information Systems Decision Sciences and Statistics Department provides theoretical and practical instruction in the fields of information systems and technologies, Business Analytics, stochastic modeling (statistics and econometrics), multivariate data analysis (exploratory data mining and predictive modeling), as well as scientific management methods (decision analysis, game and negotiation theory, and operations research).

*The idea that effective business management requires a thorough knowledge of information and decision sciences has consistently proved true in practice. As can be seen by the steady improvement of equipment price/performance ratios and information technologies, as well as the development of data management software, statistical packages and telecommunications networks, together with strategies for extracting knowledge from data, information and decision systems are playing an ever greater role in supporting the decision-making process related to business. **These systems have become key to organizational survival.** Their quality and flexibility are determinant of a company's ability to handle market complexities and big data. They are "vital tools" in developing and implementing systems that provide businesses with a competitive edge. Information and decision systems have gone from being the purview of a handful of specialists to that of any competent manager.*

De ce fait, les Systèmes d'Information et les Sciences de la Décision ne sont plus seulement l'affaire de quelques *spécialistes*. Ils relèvent de la responsabilité de tout manager. 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 peuvent 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, stratégies d'analyse et outils utiles à la compréhension d'autres cours proposés dans le cursus (filières : Finance, Economie et Actuariat. Chaires : Marketing, Immobilier et Développement Durable parmi d'autres).

Les cours du département Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques contribuent au développement de compétences que l'ESSEC juge indispensables à tout futur manager. Il s'agit, plus particulièrement, de l'excellence analytique (aptitude à la résolution de problèmes, rigueur intellectuelle, maîtrise de la technologie, collecte et traitement de l'information, organisation, modélisation, analyse statistique, interprétation et présentation des résultats) et de la gestion de la complexité (décision dans l'incertain au moyen d'approches d'obtention de l'information, détection de signaux faibles...).

Nous vous invitons à visiter le site <http://isds-department.essec.edu> à partir duquel vous pourrez télécharger notre brochure et vous informer sur les thématiques et activités de recherche de nos professeurs.

With this in mind, the department offer students a rigorous but practical grounding in management-related issues as its primary objective. Many of the department's courses could be described as "transdisciplinary."

Students wishing to familiarize themselves with scientific management methods acquire basic knowledge that can be then applied to many disciplines. The concepts, methods, techniques, strategies of analysis and tools to which they are introduced will be useful in understanding other courses in their program of study (Tracks: Finance, Economics, and Actuarial Sciences. Chairs: Marketing, Real Estate and Sustainable Development, Big Data Analytics) among others.

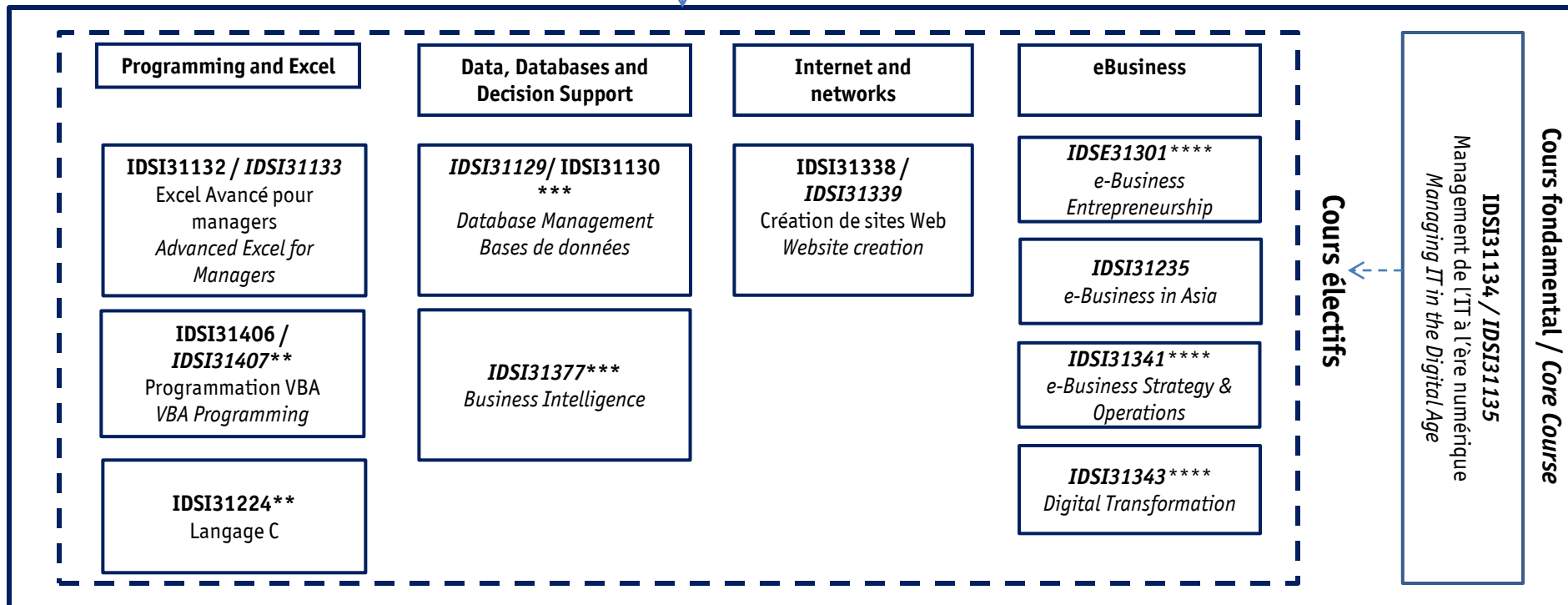
The Information Systems, Decision Sciences and Statistics Department's courses contribute to what ESSEC believes is the essential toolkit of any future manager. More specifically, they develop analytic excellence (e.g., problem-solving ability, intellectual rigor, thorough command of technology, data collection, organization, modeling, statistical processing, interpretation and reporting of results) and help in managing complexity (e.g., decision making in an uncertain environment by means of information retrieval approaches, weak signal detection).

Please visit our website at <http://isds-department.essec.edu> to download our brochure, which provides information on our faculty's research interests and activities.

Pôle Systèmes d'information (Information Systems)



Cours d'introduction / Introductory courses



- Le département propose une filière Systèmes d'information qui peut être suivie totalement en anglais
- *The department proposes an Information Systems Track in English*

- ** Cours conseillé dans la filière Actuariat
- ** Recommended course in the « Actuariat » Track
- *** Cours requis dans la filière Expertise comptable
- *** Mandatory course in the « Expertise comptable » Track
- **** Courses for the Chair Digital Disruption

Pôle Sciences de la Décision et Statistiques (Decision Sciences and Statistics)

Pour les étudiants admis sur concours (*)

IDSM21010

Mathématiques pour les Littéraires

IDSM21030

Mathématiques Avancées – Parcours Scientifique

IDSM21032

Mathématiques Avancées – DD Centrale

IDSM21034

Mathématiques Avancées – DD ENSAE

IDSS21020

Modélisation statistique

IDSS21030

Statistique en gestion

Pour les étudiants admis sur titre non dispensés

IDSM31080 / IDSM31081

Mise à niveau Mathématiques / Pre-MSc Mathematics

IDSS31080 / IDSS31081

Refresher Course Statistiques / Pre-MSc Statistics

Cours de base
Basic Courses

(*) suivant la voie d'admission

Aide à la Décision *Decision Models*

IDSD31113

Decision Analysis

IDSD31375 / IDSD31376

Quantitative Risk Management
Transformation des conflits

Mathématiques *Mathematics*

IDSM31183

Financial Mathematics

Statistiques *Statistics*

IDSS31161

Introduction to Econometrics

IDSS311165

Big Data Analyticd

IDSS31201

Forecasting

IDSS31263

Méthodes statistiques

IDSS31267

Financial Econometrics

IDSI31400 / IDSI31401

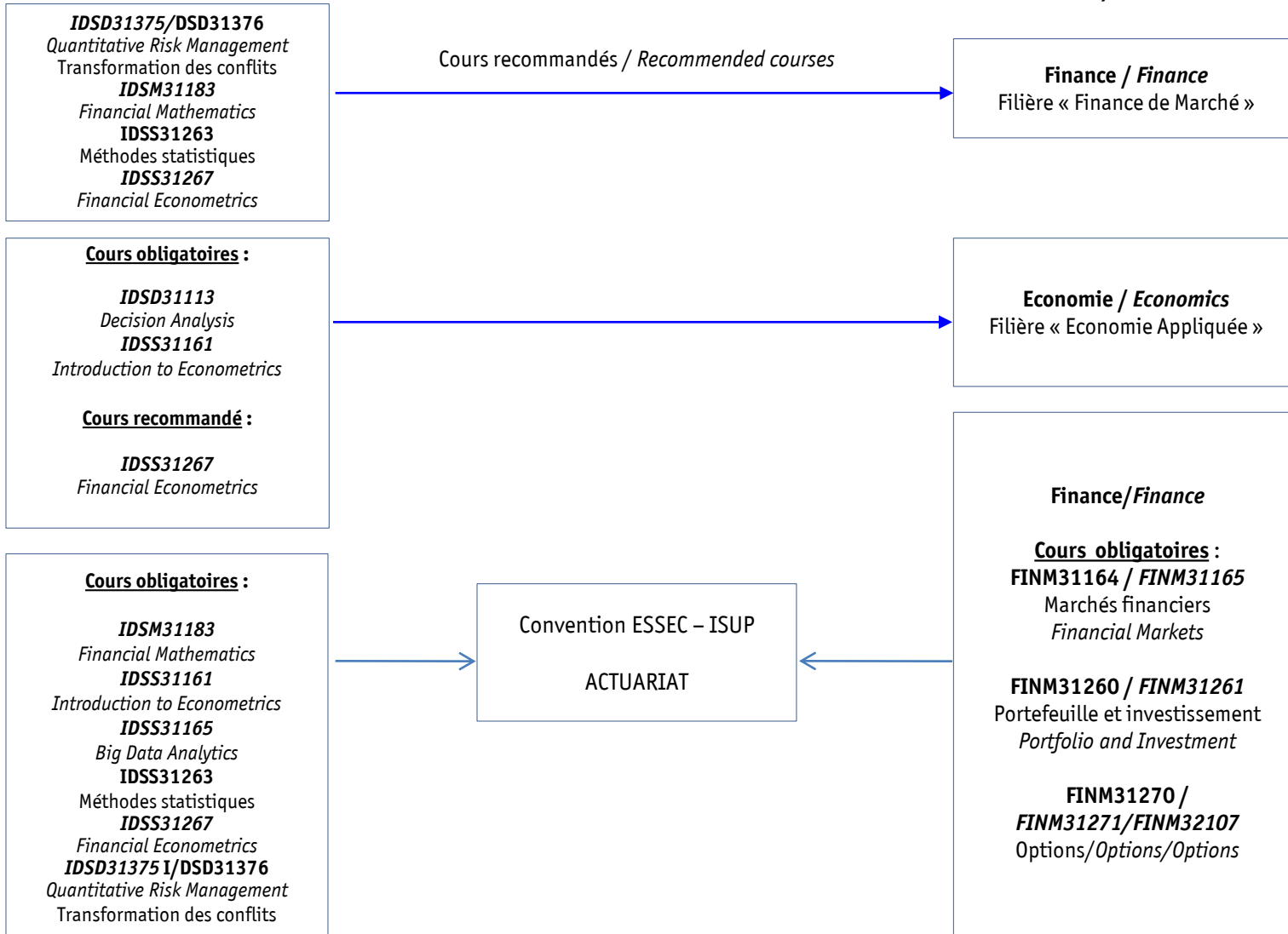
Analyse Prédictive avec SAS
SAS Tools for Predictive Analytics

Cours électifs
Elective courses

RELATIONS AVEC D'AUTRES DEPARTEMENTS : FILIERES ET CONVENTION LINKS WITH OTHER DEPARTMENTS: SPECIAL TRACKS & AGREEMENT

Département Systèmes d'information, Sciences de la Décision et Statistiques/
Information Systems, Decision Sciences and Statistics Department

Autres départements
Other departments



Le Département IDS coordonne également deux filières : BAM Track (Business Analytics Methods) et IS (Information Systems) (voir rubrique Filières).

SYSTEMES D'INFORMATION / INFORMATION SYSTEMS (IDSI)		Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) / Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) / Equivalent(s)
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)				
IDSI31088	Mise à niveau Informatique	I. Comyn-Wattiau		<i>IDSI31089, SIDI31088, SIDI31089</i>
<i>IDSI31089</i>	<i>Refresher Course Computing Skills</i>	F. Chan		<i>IDSI31088, SIDI31088, SIDI31089</i>
Cours fondamental / Core course				
IDSI31134	Mgt de l'IT à l'ère numérique	N. Prat	(IDSI21020) or (IDSI31088/089 & IDSI31090/091) ou anciens codes (SIDI21020 & SIDI21022) or (SIDI31088/089 & SIDI31090/091)	<i>IDSI31135, SIDI31134, SIDI31135</i>
<i>IDSI31135</i>	<i>Managing IT in the Digital Age</i>	J. Malaurent	(IDSI21020) or (IDSI31088/089 & IDSI31090/091) or former codes (SIDI21020 & SIDI21022) or (SIDI31088/089 & SIDI31090/091)	<i>IDSI31134, SIDI31134, SIDI31135</i>
Cours de gestion / Management courses				
<i>IDSE31301</i>	<i>e-Business Entrepreneurship</i>	J. Ondrus		<i>SIDI31227, SIDE31301</i>
<i>IDSI31129</i>	<i>Database Management</i>	I. Comyn-Wattiau		<i>SIDI31129, SIDI31130, IDSI31130</i>
IDSI31130	Base de données	I. Comyn-Wattiau		<i>SIDI31130, IDSI31129</i>
IDSI31132	Excel avancé pour managers	N. Prat		<i>IDSI31133, SIDI31132, SIDI31133</i>
<i>IDSI31133</i>	<i>Advanced Excel for Managers</i>	N. Prat		<i>IDSI31132, SIDI31132, SIDI31133</i>
IDSI31224	Langage C	I. Comyn-Wattiau		<i>SIDI31224</i>
Cours de gestion / Management course (suite)				
<i>IDSI31235</i>	<i>e-Business in Asia (Singapore T4)</i>	J. Ondrus		<i>MKGM31225, SIDI31235</i>
IDSI31338	Création de sites Web	P. O'Connor		<i>IDSI31339, SIDI31333, SIDI31338, SIDI31339</i>
<i>IDSI31339</i>	<i>Website Creation</i>	P. O'Connor		<i>IDSI31338, SIDI31333, SIDI31338, SIDI31339</i>

IDSI31341	<i>e-Business Strategy&Operations</i>	P. O'Connor		<i>SIDI31227, SIDI31341</i>
IDSI31343	<i>Digital Transformation</i>	J. Malaurent		
IDSI31377	<i>Business Intelligence</i>	N. Prat		<i>SIDI31377</i>
IDSI31400	Analyse Prédictive avec SAS	G. Chevillon		<i>IDSI31401, IDSS31401, IDSS31400</i>
IDSI31401	<i>SAS Tools for Predictive Analytics</i>	G. Chevillon		<i>IDSI31400, IDSS31401, IDSS31400</i>
IDSI31406	Programmation VBA	N. Prat		<i>IDSI31407, SIDI31406, SIDI31407</i>
IDSI31407	<i>VBA Programming</i>	N. Prat		<i>IDSI31406, SIDI31406, SIDI31407</i>
IDSI31420	Séminaire de département IDS	P. O'Connor		
IDSI31421	<i>Seminar in Information Systems</i>	P. O'Connor		<i>SIDI31421</i>

Séminaire de chaire

IDSI31433	<i>Seminar on Digital Disruption</i>	P. O'Connor		
-----------	--------------------------------------	-------------	--	--

In italic, courses taught in English. **Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif. Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

SCIENCES DE LA DECISION ET STATISTIQUES / <i>DECISION SCIENCES AND STATISTICS (IDSD)</i>		Responsable(s) du cours <i>Course</i> coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
IDSD31113	<i>Decision Analysis</i>	L. Alfandari		<i>SIDD31112, SIDD31113</i>
IDSD31375	<i>Quantitative Risk Management</i>	M. Kratz		<i>IDSD31376, SIDD31375, SIDD31376, SIDD31377</i>
IDSD31376	Transformation des conflits	L. Alfandari		<i>IDSD31375, SIDD31375, SIDD31376, SIDD31377</i>

MATHEMATIQUES / *MATHEMATICS (IDSM)*

Cours de mise à niveau / *Refresher course* (Réservé aux étudiants admis sur titre / *Reserved for the AST students*)

IDSM31080	Mise à niveau Mathématiques	L. Alfandari		<i>IDSM31081, SIDM31080, SIDM31081</i>
<i>IDSM31081</i>	<i>Refresher Course Mathematics</i>	L. Alfandari		<i>IDSM31080, SIDM31080, SIDM31081</i>

Cours de gestion / Management course				
<i>IDSM31183</i>	<i>Financial Mathematics</i>	M. Kratz		SIDM31182, <i>SIDM31183</i>
STATISTIQUES / STATISTICS (IDSS)				
Cours de mise à niveau / Refresher course (Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students)				
IDSS31080	Mise à niveau Statistiques	J. Rombouts		<i>IDSS31081, SIDS31080, SIDS31081</i>
<i>IDSS31081</i>	<i>Refresher course Statistics</i>	J. Rombouts		<i>IDSS31080, SIDS31080, SIDS31081</i>
Cours de gestion / Management courses				
<i>IDSS31161</i>	<i>Introduction to Econometrics</i>	J. Rombouts		SIDS31160
<i>IDSS31165</i>	<i>Big Data Analytics</i>	V. Esposito Vinzi		<i>SIDS31163, SIDS31165</i>
<i>IDSS31201</i>	<i>Forecasting & Predictive Analytics</i>	G. Chevillon		
IDSS31263	Méthodes statistiques	J-P. Indjehagopian		<i>SIDS31263</i>
<i>IDSS31267</i>	<i>Financial Econometrics</i>	J. Rombouts	<i>IDSS31161 or former codes SIDS31160 or SIDS31161</i>	<i>SIDS31267</i>

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

IDSD31113

Decision Analysis

Objectives:

This course presents decision models for managerial decision-making. To locate facilities, plants or distribution centers, plan production and inventory, size human resources, price a product, design a telecommunication network, divide a sales territory into regions, schedule activities in a large-size project: here are some examples of rather complex decision-making situations for which one's common sense, pocket calculator or intuition is generally not sufficient to see clearly how to proceed and what to do. To launch a new product, invest in a new project, change production technology, are other examples where the decision-maker has to make a bet on the future, i.e. on how the environment will react to his/her decisions, for uncertain gains. How to make a confident decision? How much additional information is worth in such a decision context? Which cognitive biases occur in such decision-making situations? The course aims at providing answers to these questions. High stakes and big data often lead the decision-maker to seek for decision-support tools. This course is designed to introduce decision analysis and decision-aid techniques to the students.

Topics:

As for methods and models, we will mainly use:

- *Linear Programming* for modeling optimal planning problems (3,5 sessions)
- *Graph Theory* for project planning and scheduling (1,5 session)
- *Decision trees, probabilities and decision criteria* for decision-making under uncertainty (3,5 sessions)
- *Game Theory* for competitive decisions (1,5 session)

These tools are used in such domains as Supply Chain and Operations

Management, Human Resources, Marketing, Finance and Risk Management. The ability to analyze, model and structure a decision problem will be more stressed and emphasized than the proper solving techniques, although the participants will learn to use some solving tools.

Teaching methods:

The course will alternate presentations, exercises and team workshops using case studies introduced and discussed during the course. Participants are stimulated and encouraged to propose models during class, as well as to use their own experience to discuss the applicability and limits of the proposed models. A challenge will also be proposed and graded.

Grading pattern:

Grading is based on two case studies in team (40% including challenge and 30%), an individual modeling test (20%) and a team exercise (10%).

IDSD31375

Quantitative Risk Management — Application in Finance

Topics:

This course covers a quantitative study of the Risk Management (RM), using probability and statistics language. It develops the main theoretical concepts and modeling techniques of QRM, for the students to acquire practical tools to solve real problems. We will discuss risk management (RM) in the context of finance and insurance, but RM technology applies also to other sectors of industry.

Main concepts include loss distributions, risk measures, interdependence and concentration of (extreme) risks, using techniques deriving from probabilistic modeling and statistical analysis, copulas and extreme value theory.

This course is strongly recommended for the students who are interested into:

- Financial risk management
- Market finance

▪ Actuarial and financial mathematics.
It is a compulsory course in the actuarial track ESSEC-ISUP.

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. To complete this course, it is advised to participate to the seminars on Risk Analysis given by Professionals or Academics twice a month at La Défense EEE.

For more information, see:

<http://crear.essec.edu/working-group-on-risk/>

Grading pattern:

Two options:

1) Final (oral or written) exam (E) + continuous evaluation CC (participation, homework / cases (groups of at most 2 students) or small quiz 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

IDSD31376

Transformation des conflits

Objectifs :

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 doit savoir maîtriser. 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.

IDSE31301

e-Business Entrepreneurship

Objectives:

The continued growth of the Internet in parallel with the development of commodity technology resources and tools has fundamentally lowered the barriers to the creation and development of new businesses. Yet, few students fully appreciate the depth and breadth of e-Business models that continue to transform our business and private lives. The purpose of this course will be to explore, in partnership with the students, the breadth of e-Business models with a focus on entrepreneurial ventures and new forms of business that entrepreneurs might leverage. Furthermore, the course also has the explicit goal of helping students recognize how they might create a new business or transform an existing business through entrepreneurial activity.

Learning goals:

- On completion, participants will be able:
- To use tools for analyzing and innovating e-Business models (framework and exploration of types of business models),
 - To understand the economic foundations for and variation in e-Business models (e.g., network effects, platforms, niche markets),
 - To understand the social and psychological foundations for and variation in e-Business models (e.g., customer needs, psychological drivers),
 - To put in practice operating principles for e-Business models (e.g., new venture metrics, customer acquisition funnels, crowd-sourcing, lean startup tactics),
 - Develop new e-Business models (entrepreneurial student projects).

Topics:

E-Business models description and design; Economic, social, and psychological foundations; Developing and validating new e-Business models models and economics; Monetization; Socialization; Virtualization; Aggregation; Mobilization.

Grading pattern:

A variety of different assessment methods, both practical and theoretical, will be used in this course. Specifically these will include:

- Collaborative knowledge project
- New venture idea development
- Individual participation
- Group participation
- Optional individual assignment.

IDS131088**Mise à niveau Informatique**

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST. Total des heures : 12.50

Objectifs :

Ce cours a pour objectif de former les étudiants au tableur Excel, indispensable à tout manager.

Contenu du cours :

- Présentation des principaux concepts d'un tableur
- Etude des principales fonctions (mathématiques, logiques, recherche, etc.)
- Aide à la décision avec un tableur
- Liens entre feuilles de calcul
- Gestion des données avec un tableur
- Création de graphiques

Evaluation :

L'évaluation se fera par des cas à rendre d'une séance sur l'autre et un quiz final sur ordinateur.

La présence en cours est obligatoire et comptabilisée.

IDS131089**Refresher Course Computing Skills**

Refresher Course reserved for the AST students. Contact hours: 12.50

This five-week course provides an introduction to the spreadsheet package

Microsoft Excel. This course is intended for AST students with less experience of computing. 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 and some advanced features of Excel as illustrated in the course material for their own spreadsheet applications. This course will be delivered primarily through an online self-learning platform. Students will be given access to the platform and are required to go through the self-learning modules in the five-week period. Students can freely choose to work at their own place or at school. Lab sessions are scheduled so students can work in the lab or/and seek guidance from the professor.

Overview of Course Content:

- Introduction to Excel
- Working with Formulas and Functions
- Enhancing Worksheet Appearance
- Expanding Uses of Workbook Data
- Auditing, Analyzing and Consolidating Data
- Exploring Data and Table Features
- Exploring Macros

Grading pattern:

Assessment is based on an online assessment and a written final exam.

IDS131129**Database Management****Objectives:**

Databases are present in every information system (IS). Database Management Systems (DBMS) allow IS specialists to build secure and efficient databases. Managers have to be implied in these projects to answer key questions, such as: Who is allowed to access information systems? Who classifies information deriving access rights? Which business area

must this database cover? Does this database meet our 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. Three different softwares are used.

Grading pattern:

Assessment will be based on homework (40%), a midterm exam (30%) and a final exam (30%).

IDS131130

Bases de données

Objectifs :

Les bases de données sont incontournables dans toutes les fonctions de l'entreprise. Un «bagage» technique minimal est requis. Au-delà, 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).

Thèmes abordés :

Ce cours aborde de façon équilibrée les deux aspects suivants :

- participer à la conception d'une base de données,
- manipuler une base de données avec le langage SQL.

Pédagogie :

Chaque séance comprend une partie pratique. Trois logiciels sont étudiés.

Evaluation :

Cas à rendre (par deux) et deux quiz (individuels) sur ordinateur.

IDS131132

Excel avancé pour managers

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.

Contenu :

- Méthodologie et outils de conception de modèles Excel.
- Fonctions et fonctionnalités Excel avancées.
- Excel et la gestion des données.

Evaluation :

L'évaluation se fera sur le quiz final individuel (100%).

IDS131133

Advanced Excel for Managers

Goal:

Managers use Excel daily all over the world and spend countless hours doing so. This course aims at teaching the advanced techniques that will save you hours and make it possible to create insightful analyses with Excel very efficiently. A lot of time is spent during the class on practical work with many short exercises and realistic trainings.

Topics:

- Advanced information retrieval functions
- Data tables and pivot tables

- Database functions
- Logical functions
- Text functions
- Dynamic charts
- Conditional formatting...

Grading pattern:

Assessment will be based on 2 practical group cases (30%) and a final exam (70%).

IDS131134

Management de l'IT à l'ère numérique

Prérequis - cf. tableaux

Cours fondamental

Les systèmes d'information (SI) et technologies de l'information (TI) jouent un rôle stratégique dans les organisations. C'est particulièrement vrai aujourd'hui, à l'ère de la transformation numérique.

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 démystifiant 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 :

Ce cours fondamental aborde principalement les thèmes suivants : introduction au management des SI/TI ; SI/TI et stratégie; mise en place

des SI et gestion de projet ; sécurité des SI et protection de la vie privée ; externalisation des SI et cloud computing ; management et reconfiguration des processus métiers ; bases de données et management des connaissances ; progiciels de gestion intégrés (ERP) ; gestion de la chaîne logistique (SCM), identification par radio-fréquence (RFID), Internet des objets ; gestion de la relation client (CRM opérationnel et analytique) ; e-business ; business intelligence, entrepôts de données, et analyse des big data ; média sociaux.

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).

Evaluation :

Participation, cas, projet, quiz.

IDS131135

Managing IT in the Digital Age

Prerequisite(s) - cf. tables

Core course

Objectives:

A modern organization cannot function without information systems (IS), which are applications of information technology (IT) for organizations and individuals. People in organizations are not equipped to deal with situations that occur without knowing about what IS exist in organizations, how they affect organizations and their employees, how they are developed, and how they can be made more efficient and effective. The topic is therefore essential for any management student.

Through a brief presentation of various key issues, application areas, case studies and presentations of students' research and/or own experience, this course discusses a number of key issues concerned with IT and IS in organizations, choices about which together form part of an organization's IT and IS strategy. Learning outcomes include acquaintance with relevant IS strategies and models together with the links with the wider business and business strategy; an understanding about how a number of factors may contribute to the success or otherwise of IS implementation; and an appreciation of the main IS/IT issues in organisations as evidenced by case studies and other literature (including material on the Web).

Course content:

This core course covers the following topics: introduction to the management of Information Systems (IS) and Information Technology (IT); IS/IT strategy; implementation of IS; IS project management; IT security and protection of privacy; IS outsourcing and cloud computing; Business of process reengineering activities; Databases and Knowledge Management; Introduction to Enterprise Resource Planning (ERP), Supply Chain Management (SCM) and Customer Relationship (CRM) systems; Internet of Things; e-business specificities; Business Intelligence, Data Warehousing and Big Data analysis; and Social media.

Teaching & Learning methods:

Teaching methods include seminars, case studies, articles, videos and other material from the web, group and individual contributions. The course is participative. Many of you can provide real world context for what we will be discussed in the class.

Grading pattern:

Continuous assessment will include some of the following: tests, presentations,

reports, case studies and other group and individual contributions.

IDSI31224

Langage C

L'objectif de ce cours est d'apprendre la programmation et pratiquer un langage de référence : le 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, la participation en cours, en TD et en TP.

IDSI31235

e-Business in Asia

Given on the ESSEC Campus in Singapore

Introduction:

E-Business 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 E-Commerce for their continued growth and survival. Furthermore, e-Business 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. A special focus is given to the Asian markets.

Learning goals:

On completion, participants will :

- Understand the technological elements that drive successful electronic commerce initiatives in Asia;
- Be able to participate in the design, development, implementation and assessment of electronic business projects;
- Understand current trends and issues in the Asian electronic marketplace; and
- Be prepared for the operational, tactical and strategic management of electronic business projects.

Topics:

E-Business technology; B2C and B2B applications in Asia; models and economics; 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:

- An e-Business report and presentation
- Mini-cases and exercises
- Class participation.

IDS131338

Création de sites Web

Objectifs :

La place prépondérante occupée par Internet aujourd'hui fait de la création d'un site web une étape essentielle pour la réussite d'un projet ou d'une entreprise. Ce cours permet aux étudiants de connaître tous les points cruciaux composant la réalisation d'un site web dynamique moderne. La réalisation d'un projet de la conception, à

l'implémentation et au suivi assure une plus grande efficacité et plus de pragmatisme lors d'expériences futures en entreprise.

Thèmes abordés :

- Pilotage d'un projet web
- Création d'une identité web
- Création de page en HTML et CSS
- Ajout d'interactivité avec JavaScript
- Gestion d'information dans une base de données
- Utilisation de bibliothèques et de frameworks
- Optimisation du référencement
- Suivi d'indicateurs de performance
Intégration dans les plateformes sociales...

Evaluation :

L'évaluation se fera sur la réalisation d'apprentissages individuels (30%) et sur un projet de groupe (70%).

IDS131339

Website creation

Topics:

The first part of this course introduces a conceptual framework and process to design websites: strategic analysis, requirement and specification analysis, technical choices, iterative and incremental approach to building a website, and web project management. The second part presents the state of the art of webpage design. The students will apply all concepts for a personal project using software such as HTML editors, a web programming language, and a database. This course allows students to design and implement a web site and understand the technical issues.

Grading pattern:

The final grade will depend on a written report on requirements and specifications analysis (40%), the implementation of the project (20%), and active class participation (40%).

IDSI31341

e-Business Strategy & Operations

Course Content and Objectives:

(Note : This course was formerly entitled Developing e-Business)

The growth in the use of both the Web and mobile as a consumer information and shopping media has transformed many sectors. In many cases, the nature and power structure of the entire sector has changed practically overnight. Thus, having a customer focused transaction presence has become a necessity for practically every company, and many companies now exist solely in the online space as “pure-play” electronic businesses.

Adopting a managerial rather than a technical approach, this course provides participants with the knowledge needed to participate in and manage the development of e-Business. Its aim is not to teach coding or other technical skills, but to help participants understand the processes involved and give them the knowledge and competencies to be able to interact effectively with development professionals.

Learning goals:

The course aims to provide a managerial perspective on contemporary issues surrounding website and e-Business creation. Upon completion, participants should understand:

- The alternative revenue models that can be used to fund e-Business companies;
- The website development process;
- How to successfully drive customers to websites using electronic marketing techniques;
- The role of Social Media and Web 2.0 in customer interactions
- Current trends and issues in the electronic marketplace.

Teaching methods:

A combination of lecture, mini-cases and group discussion will be used to achieve the course objectives. Learning will be

reinforced through the use of a group project focused on developing and driving business to a specific website.

Grading pattern:

The module will be assessed using a combination of mini-cases and interactive exercises, prepared in groups both in class and between classes, a group electronic marketing assignment, class participation.

IDSI31343

Digital Transformation

Introduction:

The exponential rise of digital technologies over the past couple of years has deeply transformed the world we live in. Companies have had to undergo a radical transformation:

- They need to acquire new competencies; for this, they are ready to entrust “digital natives” with posts of responsibility. These young recruits have to demonstrate their ability to respond to the new business challenges that the company is faced with,
- They call upon specialized agencies that can provide them with solutions on a given domain of expertise, but without necessarily bringing them a global approach that responds to all the new challenges that they are confronted with.

Capgemini Consulting is specialized in accompanying companies in their digital strategy and providing them with a global approach to solving new challenges. We work in all domains of the company: Strategy, Marketing, Distribution, After sales service...

Key principles:

1. Inputs from specialists:
 - a. Consultants specialized in digital marketing, social media..., with cross-sectorial experience
 - b. Guest lecturers from companies that are pioneers in the digital domain (such as: Google, Voyages-sncf.com, BNP Paribas, pagesjaunes.com...)
2. Innovative course content:
 - a. Latest market trends

- b. An in-depth study of business challenges that companies face in the digital domain
- 3. Real life case studies:
 - a. Practical application through case studies based on real projects that Capgemini Consulting teams have worked on
- 4. Interactive format:
 - a. Lecture-based sessions to present the fundamentals
 - b. Workshops/case studies to ensure that students have appropriated the content

Learning goals:

- This course aims at establishing theoretical and practical foundations for the emergence and rationale of the digital transformation of companies. It will help students to confront real issues companies have when they need to adapt themselves to the new digital trends.
- This course will provide students with tactical frameworks and practical experiences for dealing with complex trends and competitive environments. It will explore a variety of available cases in order to illustrate and understand successful and failed cases.
- One objective will be to solve cases where companies had to implement digital transformations at different level of the firm. The students have to present their findings orally in front of a professional jury. The objective is that the student learns how to convince top managers that their solution is the right one.

Topics:

Introduction to Digital Transformation, Transformation of Business models, Customer Experience – Marketing Revolution & Predictive Analytics, Customer Experience – All channels paradigm, Branding & Advertising on Digital channels, Digital Operations, Digital HR / People 2.0, Digital IT, Digital: What's next?

Grading pattern:

3 team case studies, as homework (60%) (Each case represents 20% of the final grade).
Final team case study, to be presented during session 10 (40%).

IDS131377

Business Intelligence

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 decision making.

This course is about *Business Intelligence (BI)*, defined as *the technologies and processes for collecting, blending, modeling, analyzing and visualizing data in order to gain insights and make better decisions*.

BI plays a critical role in supporting the decision-making process, helping managers to make informed decisions. Moreover, in the age of big data, BI and analytics are key strategic differentiators between companies. The course presents *information systems and technologies pertaining to decision making* (including data warehousing, OLAP, dashboards and scorecards, big data analysis, and data mining), as well as *BI-specific modeling techniques* (including multidimensional modeling). The course stresses:

- *hands-on experience with tools and languages*. The tools and languages used in this course are a TransparentChoice (for multi-criterion decision analysis based on the Analytic Hierarchy Process), Tableau (for data discovery, visualization, and dashboarding), and the R language coupled with the Rattle graphical user interface (for data mining). With these tools and languages, and the underlying models and methods, the course covers the various types of analytics: diagnostic (a.k.a. inquisitive), predictive, and prescriptive analytics.

- *application to concrete decision examples* from various domains (marketing, finance, operations...).

The ultimate aim of the course is to arm students with the knowledge and skills pertaining to the use of IT for decision making.

Grading consists in cases and a project. The cases check that students master the models, methods, languages and tools presented in class. The project applies these models, methods, languages and tools to a concrete (real or fake) decision problem, and critically analyzes the support provided by IT to solve the problem.

IDSIS1400

Analyse Prédicative avec SAS

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent IDSIS140.

IDSIS1401

SAS Tools for Predictive Analytics

Introduction:

This course covers the skills required for analyzing data and assembling analysis flow diagrams using the tool set of SAS Enterprise Miner, for both: predictive modeling (decision tree, regression, and neural network models) and pattern discovery (segmentation, association, and sequence analyses).

A minimum level in statistics is necessary for that course, although the course will concentrate more on the tool and software "SAS Enterprise Miner" than the underlying statistical models, which will be introduced at the beginning of each session.

The course mixes management, statistics, operations research and computer science skills. It is a tool-oriented course based on a predictive modeling SAS software that will be used in computer rooms.

It is complementary to IDSS31201 Forecasting & Predictive Analytics, IDSS31165 Big Data Analytics and

IDSS31161 Introduction to Econometrics which are all quantitative methodological courses that present the statistical models.

The course is also a complement to IDSIS1377 Business Intelligence, which also deals with data mining, but the focus is here on predictive modeling, statistical and regression models.

The course is compulsory for the Chair Strategic Business Analytics and an elective of the track Business Analytics Methods.

Objectives:

Upon successful completion of the course, students should possess an operational knowledge of the SAS Enterprise Miner software in order to achieve the following:

- Build and understand predictive models such as decision trees, regression models, neural networks (and other algorithms like SVM, PLS Regression, Knn...)
- Compare and explain complex models
- Design scoring tools, generate and use score codes
- Define a SAS Enterprise Miner project and explore data graphically
- Modify data for better analysis results (transform variables, missing data...)
- Apply association and sequence discovery to transaction data (clustering techniques)
- Use other modeling tools such as rule induction, gradient boosting, and support vector machines

Grading pattern:

The assessment will be based on 3 elements:

- **4 Assignments** on SAS Visual Analytics and Visual Statistics (20%)
- A **Case Study**, to be done individual on SAS Enterprise Miner (60 %)
- A participation grade (20%)

NB: this course also prepares to the "SAS predictive modeling" certificate.

Two absences are playoffs.

IDS131406

Programmation VBA

Objectifs :

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.
- Eléments 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%).

IDS131407

VBA Programming

Goal:

Mastering the Visual Basic for Application (VBA) language is an advantage for students that want to work faster with Excel and a must in some professional sectors.

This course is for students willing to acquire an in-depth knowledge of the language used to add new functions, create automated procedures and develop applications in the Excel environment. A good command of Excel is required.

Topics:

- Basics of programming
- Logical flow control
- Loops
- Manipulation of the Excel object model
- Events
- User forms

Automated creation of charts and reports...

Grading pattern:

Assessment will be based on 3 group cases (60%) and a final exam (40%).

IDS131420

Séminaire de département IDS

Thème : Management de l'innovation digitale conception, développement et lancement d'un(e) site/application.

Objectifs :

Le digital a envahi le monde de l'entreprise. Dans les start-up ou les multinationales, CTO ou Directeurs des IT ont de plus en plus souvent le dernier mot. De la conception à la mise en ligne, ce cours a pour ambition de vous familiariser avec les notions et outils essentiels du lancement de projet digital pour pouvoir piloter vous-même le passage de l'idée au prototype.

Thèmes abordés :

Le cours présente les différentes étapes du management d'un projet web, de la conception fonctionnelle et graphique à son développement et son lancement. Il présentera également les outils de gestion de projet spécifique et immergera les étudiants dans la réalité d'un projet digital.

Pédagogie :

Le cours s'appuiera sur le témoignage de nombreux professionnels et aura pour fil directeur un projet de site ou d'application à concrétiser de manière aussi poussée que possible (zoning, wireframe, voire prototype).

Evaluation :

L'évaluation sera faite au moyen :
- de cas et exercices,
- d'un projet d'application ou de site à prototyper.

IDSI31421

Seminar in Information Systems

Topic: Apply Cybersecurity Strategy Manager

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.

IDSI31433

Chair Seminar Digital Disruption

Cf.: syllabus en ligne

IDSM31080

Mise à niveau Mathématiques

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants admis sur titre.

Total des heures : 12.50 + examen

Objectifs :

Ce cours donne une mise à niveau sur les fondamentaux mathématiques que sont les techniques de calcul et de dénombrement, les grandes familles de fonctions et leurs graphes, les limites de fonctions, le calcul de dérivées et les intégrales, ainsi qu'une introduction à l'optimisation. Comme Curwin & Slater l'écrivent, "*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*". Mesurer le changement et optimiser des décisions de production, d'allocation de ressources ou de tarification ont des applications naturelles dans divers domaines du management, notamment en économie, finance et en planification de gestion. Modéliser une fonction de demande est également utile en marketing. Des outils d'analyse quantitative sont alors nécessaires pour évaluer à quel rythme et avec quelle intensité l'environnement économique et managérial est en train d'évoluer, quel est l'impact d'une politique de gestion donnée,

ainsi que pour aider à prendre les meilleures décisions possibles.

Pédagogie :

Des exposés magistraux des concepts alterneront avec des études de cas et exercices en séance et des sessions de simulation sur ordinateur.

Evaluation :

- Examen final (80%)
- Participation & devoirs maisons (20%)

IDSM31081

Refresher Course Mathematics

Refresher Course, reserved for the AST students.

Contact hours: 12.50 + examen

Objectives:

This course gives a refresher of basic mathematics such as counting and sum calculus, graphs of functions, limits and differentiation, as well as an introduction to 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.

Teaching method:

Educational talks will alternate with case studies and computer-aided simulation sessions.

Grading pattern:

- A written final exam (80%)
- Participation and Homeworks (20%)

IDSM31183**Financial Mathematics: Probability in Finance****Objectives:**

The main objective is to lay the mathematical, mainly probabilistic, foundations for market finance (portfolio management, risk analysis, pricing options, etc.).

We will revisit and introduce probabilistic concepts, illustrating them with some models, from the binomial model to the Black-Scholes model considered as a first approximation to the real world of option pricing.

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:

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 strongly recommended to the students who are interested into market finance insurance, actuarial science. Mandatory course in the Actuarial Track ESSEC-ISUP.

Elective course in the "Financial Market Option" (Finance Track).

Grading pattern:

Two options:

1. Final (oral or written) exam (E) + continuous evaluation CC (participation, homework/cases (groups of at most 2 students) or small quiz during a session). Final grade: $(E+CC)/2$.
2. Final exam (E) + mid-term exam (ME) + CC (defined above). Final grade: $(E+ME+CC)/3$.

IDSS31080**Mise à niveau Statistiques**

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST.

Total des heures : 25.00 + examen

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. 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
- Les relations statistiques entre deux variables : tableaux de contingence, mixtes, corrélation
- Calcul des probabilités, lois usuelles (binomiale, Poisson, Normale)
- Inférence statistique : estimation d'une moyenne et d'une proportion
- 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%)
- D'un examen final (60%)

IDSS31081

Refresher Course Statistics

Refresher Course reserved for the AST students.

Contact hours: 25.00 + exam

Objectives:

Statistics mainly comprises three large domains. 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. 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:

Univariate Exploratory Analysis

Statistical relationships between two variables: contingency tables, mixed tables, correlation

Probability and most commonly used random variables: Binomial, Poisson and Normal

Statistical Inference: sampling distributions, estimation of a mean and a proportion

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%)
- A final exam (60%)

IDSS31161

Introduction to Econometrics

This course aims to introduce the basic concepts of econometrics and modeling approaches so that students are able to:

- Implement suitable statistical methods for the construction of econometric models
- Assess the validity of econometric models
- Use econometrics software.

The assimilation of the concepts of this course, learning tools and modeling approaches will be based on examples in the fields of finance, insurance, marketing...

Although many software packages exist: Econometric Views (E -Views), RATS, SAS, MATLAB, S -Plus...

we will use R in the class room but the students are free to use any software.

At the end of this course, students should be able to build econometric models and use software. They will also have to be able to assess the validity of econometric studies.

This course is strongly recommended for students who choose Finance Market Track of Finance Department. This course is also a prerequisite to access the actuarial ESSEC-ISUP Track for the Actuary degree. This course is essential for students who are orientated towards the M2 "Probability and Applications in Finance".

Topics:

Econometrics could be defined as the use of mathematical, statistical and probabilistic tools for the study of economic phenomena apprehended from data in the context of specific business/economics/finance models. Briefly, an economic model is a representation of a formal economic theory. From an economic model, econometrics aims to:

- (i) Specify the shape and relationship between the variables used in economic theory to develop an econometric model.
- (ii) Estimate the parameters of this specified econometric model.
- (iii) To test the assumptions of the economic model that is to say, confirm economic assumptions from observed data.
- (iv) Explore the logical consequences of the economic assumptions and the estimated specification (analysis of economic policy measures, conditional prediction, construction of scenarios...).

As mentioned above, the definition of a theoretical framework is a prerequisite for econometric modeling. This practice may, however, be challenged by saying that a priori theoretical models determine the model structure and outweigh the statistical analysis of data. In particular, it is not certain that the patterns of causality between selected variables are correct. Therefore, the current econometric approach starts by searching without a prior theoretical causal relationship between variables from purely statistical methods. This course will be illustrated using examples specifically oriented finance, economics or marketing following the profile of the students enrolled in this course.

Grading pattern:

Assessment will be based on a final exam (E) and three Homeworks (HW) in groups of 2 or less. The final score is calculated as follows: 0, 60 E + 0, 40 HW.

IDSS31165

Big Data Analytics

Objectives:

This course deals with statistical methods for the analysis of the so-called Big Data. It aims at developing analytical problem-solving skills while presenting quantitative methods apt to support decision-making processes in the face of uncertainty. Participants shall learn how to manage complex data sets with an information retrieval approach. They will use a specialized technology and will work on a statistical project in teams so as to be trained on integrating the thinking of others in the interpretation and reporting of result. More specifically, this course provides the students with the methodological principles of the multidimensional data analysis 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 and how to present the results to decision takers.

Data analysis consists of a set of techniques and methods apt to analyze complex systems characterized by numerous quantitative and/or categorical variables. This course 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 Big 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 data analysis method in accordance with the nature of the variables in the dataset at hand and the objectives of the research itself and to properly interpret the results.

Topics:

- Data preparation: merging, sampling and variable transformation techniques;
- Variables selection and discovery in data: Principal Component Analysis, Hierarchical Cluster Analysis among others;
- Classification and Prediction: Regression, Decision Trees, Ensemble Methods, among others;
- Unstructured data, pattern recognition and text mining;
- Data Visualization: plotting and representing the results of the analysis.

Teaching methods:

The course will be articulated between four types of activities:

- Lectures: presenting the statistical methods and approaches
- Cases studies in classes: delivered by the lecturers or guest speakers
- Practical applications (Computer sessions): in class or take-home
- Presentations of the results (delivery & feedback): the students will have to present their results in a real-life situation

One of the course's objectives is the practical application of statistical tools used for analyzing data. The software used in this course is R and the students are encouraged to develop their R skills outside class.

Grading pattern:

A statistical analysis of real-life type of data and a case study will be completed by the end of the course. First, the statistical analysis shall be prepared by the students in teams (a written report has to be handed in to the teacher); second, recommendations will be delivered as it would be in a company.

There will also be an individual test in class, and students will be graded for participations, discussions and presentations.

IDSS31201

Forecasting & Predictive Analytics

Introduction:

Forecasting is the main aim of Business Analytics. It is probably one of the most open questions since its very object is to anticipate the future. The advent of Big Data seems to have rendered it possible at last. The aim of the course – which is revamped in 2016-2017 – is for students to understand the **methods of forecasting and predictive analytics which are used in Business and Economics**.

The emphasis is put on the **methodological aspects with multiple examples taken from marketing, economics, finance**, with a specific interest in Big Data and internet firms. The students must understand the conceptual difficulties associated with forecast production in order to develop an

appreciation of the various techniques and examples studied in the lecture. The aim of the course is to develop students' judgment and critical sense in order to be able to **produce and evaluate operational forecasts**.

To achieve this, they need to understand how forecasting is possible, and how it can go awfully wrong. The recent economic and financial crisis provides a welcome reminder of the latter aspect.

Objectives:

Upon successful completion of the course, students should **possess valuable practical analytical** skills that will equip them with a competitive edge in almost any contemporary workplace. In particular, the knowledge acquired in this course will benefit those who plan careers in analytics, marketing, strategic consulting, financial services, and more.

More formally, the course will provide participants with the following skills and knowledge:

- Understand the importance of forecasting for planning and decision making
- Be familiar with the difference between descriptive and forecasting goals, and understand the notion of predictability
- Understand how different models and methods can be used for forecasting time series and be familiar with popular methods, including automated forecasting techniques
- Know how to evaluate the performance of a forecasting method, and to compare and combine methods

The course is complementary to IDSI31401 "SAS Tools with Predictive Analytics" but different in the sense that

the focus in the Forecasting & Predictive Analytics course is on understanding the methodology, techniques and limits to forecasting through statistical and econometric analyses. IDSS31201 is more a course on how to use the software SAS for forecasting and prediction.

Topics:

Sessions are as follows, practical examples and business cases from online and offline marketing (sales & demand, innovation diffusions, internet strategies), supply chain and operations (planning...), economics (e.g. business cycles) and finance (asset returns), social networks (online behaviours) are presented in lectures. A forecasting competition takes place throughout the course.

- Forecasting Principles: Characterizing Time Series and the Forecasting Goal;
- Causality
- Assessing Predictions and forecasts
- Monitoring and combining Forecasts
- Data Mining and Robust Forecasts

Grading pattern:

- 1/3 – Continuous assessment
- 1/3 – Quiz:
- 1/3 – Project

IDSS31263**Méthodes statistiques en finance et actuariat**

La statistique est découpée, classiquement, en trois domaines :

- La production des données
- L'analyse exploratoire
- La modélisation probabiliste

La production des données consiste généralement à collecter des données en utilisant des techniques de sondages aléatoires et non-aléatoires, des plans d'expériences ou des techniques de constitution de panels. Ces données peuvent aussi provenir d'organismes de diffusion de données économiques (par exemple l'Insee, l'OCDE...). Le but de l'analyse exploratoire des données, appelée aussi statistique exploratoire est de synthétiser, structurer l'information contenue dans les données. Son rôle consiste à mettre en évidence des propriétés de l'échantillon dont les données sont issues et de suggérer des hypothèses sur la population d'où provient l'échantillon. Un cours sur les «Big Data» propose une extension de cette analyse exploratoire. Dans cette étape, il n'est pas fait référence à

un modèle probabiliste. Ce cours porte sur le troisième domaine : la modélisation probabiliste utilisant l'axiomatique de Kolmogorov. Les méthodes utilisées dans ce cadre, constituent la statistique mathématique ou statistique inférentielle. Les données liées aux observations y sont décrites dans un cadre de modèles aléatoires appelés modèles statistiques.

La statistique mathématique a donc pour but de confronter les modèles à la réalité. Elle procède donc par cohérence externe. Cette démarche s'applique dans les domaines aussi variés que la biostatistique qui requiert des compétences statistiques pour la génétique, l'épidémiologie, la biologie, la physique, les études sociologiques et dans les domaines de la gestion comme l'économie, la finance, le marketing, la gestion des risques pour des banques, des compagnies d'assurance ou des entreprises technologiques...

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 de marché (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 «Probabilités & Applications à la Finance» (Université Paris VI-Pierre et Marie Curie). Ce cours est obligatoire pour les étudiants qui souhaitent s'orienter vers la filière Actuariat (Convention ESSEC-ISUP, diplôme Actuaire). C'est aussi un cours électif de l'option «Finance de Marché» au sein de la filière Finance.

Evaluation :

L'évaluation de ce cours est faite à partir de «devoirs maison» utilisant un logiciel de statistiques (R, XLStat...) et d'un examen (40% et 60% respectivement).

IDSS31267

Financial Econometrics

Prerequisite(s) – cf tables

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 and operations management.

Objectives:

This course allows students to understand and use the econometric models developed over the last two decades (in particular by the 2003, 2010 and 2013 Nobel Prize recipients in Economics) to analyze dynamic phenomena. Case studies on asset price forecasting, interest rates, exchange rate determination, portfolio allocation (CAPM), 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, Matlab).

This course enables students to directly develop an operational modeling ability in market finance, macroeconomics, insurance and actuarial science.

Topics:

- Dynamic linear models: ARMA, VAR and cointegration (Equilibrium Correction Models),
- Conditional volatility models: ARCH, GARCH, EGARCH... and stochastic volatility,
- Risk measurement (Value-at-Risk and extensions),
- Forecasting,
- Ongoing developments in long memory, fractional integration, market microstructure...

Compulsory course:

- For students who aim for the Actuarial studies / Insurance track and the diploma from the "Institut des Actuaire" (IA, as part of the ESSEC-ISUP agreement).

Accepted course for the:

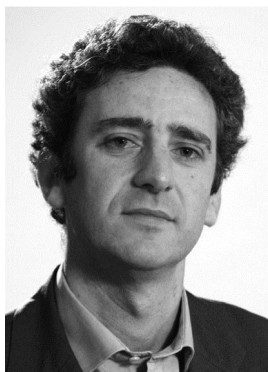
- Market Finance track, Applied Economics track, Business Analytics Methods Track

Grading pattern:

Course evaluation consists in:

- A continuous assessment: theoretical and computer-based cases to hand in on a regular basis. This is the key element of the course where students are asked to think beyond the course; question the models and assumptions and put their knowledge down to practical implementation. These cases require a significant amount of work and may give the opportunity to a classroom presentation (70 %).
- A final quiz: the aim is to check that students have understood the main concepts of the course (30 %).

Les professeurs du département / Faculty Department Members



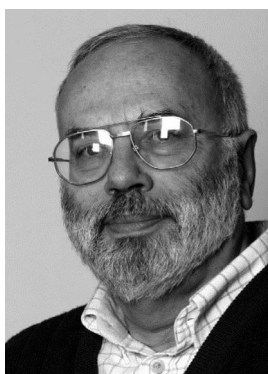
Laurent ALFANDARI, professeur

Responsable de la filière Business Analytics Methods
Doctorat en Informatique, (Recherche Opérationnelle), Université
Paris IX-Dauphine – D.E.A. Méthodes scientifiques de gestion, Université
Paris IX-Dauphine – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2000



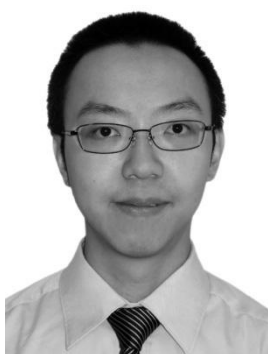
David AVISON, professeur éminent

Habilitation à diriger des recherches, Université de Nantes –
PhD «A Contingency Framework for Information Systems Development»,
Aston University – MSc in Applications in computing (CNA), Polytechnic
of North London – B.A. in Economics, University of Leicester
A l'ESSEC depuis 2000



Dominique BRIOLAT, professeur honoraire

PhD en Systèmes d'Information, Université Laval, Québec – D.E.S.S.
Systèmes d'Information, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne –
Diplôme Ecole Supérieure de Commerce de Reims – Diplôme Institut
d'Études Politiques de Paris – Licence en Sciences Economiques,
Université Paris I-Panthéon-Sorbonne – Certificate in Management
Education, Northwestern University
A l'ESSEC depuis 1972



Frank K.Y. CHAN, professeur assistant

PhD in Information Systems, Hong Kong University of Science and
Technology – BBA. in Information Systems and Finance, Hong Kong
University of Science and Technology
A l'ESSEC depuis 2013



Guillaume CHEVILLON, professeur
Directeur du MSc in Data Sciences & Business Analytics
M.Phil & D.Phil in Economics, University of Oxford –
Ingénieur des Mines de Paris
A l'ESSEC depuis 2006



Isabelle COMYN-WATTIAU, professeur
Responsable pédagogique du Mastère Spécialisé Management
des Systèmes d'Information en Réseaux
Professeur au CNAM
Doctorat d'Université en Systèmes Informatiques, Université Paris VI
Diplôme d'Ingénieur de l'Institut d'Informatique d'Entreprise,
(IIE-CNAM) – Habilitation à diriger des recherches, Université
de Versailles
A l'ESSEC depuis 1988



Anne-Marie DUSSAIX, professeur honoraire
Docteur de 3^{ème} cycle en Statistique Mathématique, Université Paris VI-
Pierre et Marie Curie – D.E.A. Econométrie – Licence en Mathématiques
Pures et Appliquées – Licence en Sciences Economiques
A l'ESSEC depuis 1971



Vincenzo ESPOSITO VINZI, professeur
Doyen des professeurs
Responsable de la spécialisation "Operations Management and Decision
Sciences" du programme PhD
Post-Doctoral Fellowship, University Federico II at Napoli, Italy
PhD in Computational Statistics, University Federico II at Napoli, Italy
Master's degree in Business and Economics, University Federico II
at Napoli, Italy
A l'ESSEC depuis 2007



Jean-Pierre INDJEHAGOPIAN, professeur éminent
Responsable scientifique des conventions double diplôme avec Centrale
Paris et l'ENSAE
Doctorat en Statistiques, Université Paris VI-Pierre et Marie Curie
D.E.A. de Probabilités, Université Paris VI-Pierre et Marie Curie
A l'ESSEC depuis 1970



Marie KRATZ, professeur
Responsable de la filière Actuariat ESSEC-ISUP
Directrice de CREAR – Centre de Recherche Econo-financière
et Actuarielle sur le Risque
HDR – Doctorat en Mathématiques Appliquées-UPMC Paris VI & Center
for Stoch. Processes, UNC Chapel Hill, USA
A l'ESSEC depuis 2006



Thomas KUDE, professeur assistant
University of Mannheim, Germany, Business School, Area
Information Systems, Doctoral Student
University of Mannheim, Germany
MSc in Management Information Systems, Grade: 1.6
A l'ESSEC depuis 2016



Yan LI, professeur associé
Campus de Singapour
Vice-Doyenne des Professeurs de l'ESSEC Asie-Pacifique
PhD in Information Systems, National University of Singapore –
MSc in Information Systems, National University of Singapore –
B.A. in Information Sciences, Nanjing University
A l'ESSEC depuis 2007



Ivana LJUBIC, professeur associé

Venia docendi for Operations Research, University of Vienna – Doctoral Studies of Computer Sciences, Faculty of Computer Science, Vienna Institute of Technology

A l'ESSEC depuis 2015



Julien MALAURENT, professeur assistant

PhD in Business Administration, ESSEC – Doctorat en Sciences de Gestion, ESSEC-Université Cergy-Pontoise, Master in research-Information Systems, ESSEC-University de la Sorbonne-CNAM Paris –

Master in International Management, IAE Nantes

A l'ESSEC depuis 2013



Peter O'CONNOR, professeur

Responsable du département Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques

IMHI Academic Director

Titulaire de la Chaire Digital Disruption

PhD, Queen Margaret University College, Edinburgh, Scotland – Master of Science (Management Information Systems), School of Business Studies, University of Dublin, Trinity College, Ireland –

Higher Diploma in Hotel & Catering Management, Dublin Institute of Technology, Ireland

Bachelor in Management Science, University of Dublin, Trinity College, Ireland

A l'ESSEC depuis 1996



Jan ONDRUS, professeur assistant

Campus de Singapour

Co-Directeur de la recherche de la chaire Média & Entertainment

PhD in Business Information Systems, HEC Lausanne, University of Lausanne, Switzerland –

MSc in Information Systems, HEC Lausanne, University of Lausanne, Switzerland

A l'ESSEC depuis 2007

Nicolas PRAT, professeur associé



Habilitation à diriger des recherches en Informatique – Université Paris-Dauphine (PSL Research University) – Doctorat en Systèmes d’Information, Université Paris IX-Dauphine – D.E.A. Informatique, Université Paris IX-Dauphine – Mastère Spécialisé en Conception et Gestion des Systèmes d’Information et de Décision, Groupe ESSEC – Diplôme ESSEC
A l’ESSEC depuis 1999



Jeroen V.K. ROMBOUTS, professeur
PhD in Econometrics, CORE, Université Catholique de Louvain (UCL), Belgium – Master in Statistics, UCL, Belgium – Master in Econometrics, UCL, Belgium – Master in Economics, Katholieke Universiteit Leuven
A l’ESSEC depuis 2013

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Delphine ATTONATY – Raymond BALDY – Philippe BASTIEN – Florian BRUN – Nicolas CHAINE – Pierre-Yves CHAMPION – Franck COMBE – Grégoire DE LASSENCE – Delphine DUBART – Dominique FAURE – Olivier GASSNER – Nhat GILLAIN – Pierre GIRARD – Tristan GUILLAUME – Christophe HARRER – Véronique HEIWIY – Hervé MORAT – Ricardo PEREZ NUCKEL – Danièle PERRET GENTIL – Eric PLANTIER – Jean-Loup RICHEL – Geneviève ROLLET – Jean-Louis ROQUE – Nicolas SILBERMAN – Sonia SIREYJOL – Samira SI-SAÏD CHERFI – Trong-Tuong TRUONG.

Management / Management



Professeur responsable de département / *Department Head*: Ashok SOM
Assistantes / *Assistants* : Nathalie DELFORGE, Christiane DESHAIS, Alexandra STENEK-FELDER

Le Management a pour objectif de développer une vision globale de l'entreprise. C'est pourquoi les enseignements du département couvrent les domaines de la Stratégie, de l'Entrepreneuriat, du Comportement Organisationnel, des Ressources Humaines, ainsi que l'imbrication du Management et de l'Entreprise dans son environnement social et politique. Les managers ont un rôle essentiel : ils font la synthèse, ils donnent l'exemple, et ils définissent les priorités. C'est pourquoi les cours et les séminaires préparent à la prise de responsabilités dans l'entreprise en permettant de cerner les questions stratégiques et organisationnelles, et en sensibilisant à la dynamique des relations sociales et interpersonnelles dans l'entreprise, notamment par le développement des capacités de réflexion par des cours d'éthique, de psychologie et philosophie. Les questions concernant la stratégie, la structure, les comportements, les ressources humaines et l'initiative entrepreneuriale doivent être mises en cohérence dans la pratique du management. Le pôle Entrepreneuriat ESSEC Ventures développe en particulier la problématique de la création et du management entrepreneurial.

Les enseignements du département comprennent :

Deux cours fondamentaux, requis pour le Master :

- MGTP31100 Individus et Organisations
- MGTS31102 Stratégie et management

Des cours d'approfondissement avec six orientations majeures :

- Entrepreneuriat
- Management des Ressources Humaines
- Management et processus organisationnels
- Psychologie et développement personnel
- Stratégie des services et de l'innovation
- Stratégie

Management endeavors to develop a comprehensive perspective on the firm and its actors. The departmental offer therefore covers the domains of Strategy, Entrepreneurship, Organizational Behaviour, Human Resources, and the social and political embeddedness of Management and the Firm. Managers play an essential role: they provide a synthesis, they set an example, and they define priorities. The courses and seminars offered by the department prepare students for such responsibilities in the world of business by developing an understanding of the firms' strategic and organizational issues, and by creating the awareness of the individual and collective dynamics inside the organization, in particular through the development of individual reflexive skills by courses in ethics, psychology and philosophy. Issues regarding strategy, structure, organizational behaviour, human resources, and entrepreneurship must find mutual coherence in practice. In addition, the ESSEC Ventures Entrepreneurship program particularly develops the specific perspectives of starting and managing a new venture.

Teachings of the department include:

Two core courses, required for the Master program:

- *MGTP31101 People and Organizations*
- *MGTS31103 Strategy and Management*

Specialization courses with six major orientations:

- *Entrepreneurship*
- *Human Resource Management*
- *Management and Organizational Processes*
- *Psychology and Personal Development*
- *Services and Innovation Strategy*
- *Strategy*

Cours fondamentaux / Core courses

MGTS31102/31103
Stratégie et management
Strategy and management

MGTP31100/31101
Individus et organisations
People and Organizations

Strategy

MGTS31261
Int'l Strategy & Management
MGTS31263
Competitive Strategy
MGTS31265
Corporate Strategy
MGTS31266/31267
Stratégie industrielle
Industry & Strategy Practice
MGTS31268
Les fondements de la stratégie
MGTS31271
Managing Intl Business in Asia
MGTS31404
Pratique conseil en stratégie

Entreprise & Innovation

MGTE31281
Internet-based Investing
MGTE31282
Créer, manager & céder une PME
MGTM31356/31357
Management d'innovation
Innovation Management
MGTE31360/31361
Entrepreneuriat
Entrepreneurship
MGTE31362/31363
Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise
New venture design & planning
MGTE31364/31365
Capital investissement
Introduction to Private Equity

People & Organizations

MGTM31226/31227
Management des organisations
Management of Organizations
MGTM31212/31213
Gestion ressources humaines
Human Resource Management
MGTM31233
Managing Workforce Diversity
MGTM31302
Mobilité intle et expatriation
MGTP31200/31201
Théorie de la personnalité
Personality Theory
MGTM31407
Lead. & Diversity Chair Sem
MGTM31420/31421
Séminaire de recherche MGT
Research Seminar in MGT

Personal Development

MGTP31203
Intercultural Management
MGTP31206/31207
Profils personnels et carrière
Personality Style and Careers
MGTM31237
Adv. Qualit. Research Methods

MGTP31208
Travail, individu et société
MGTP31210/31211
Mise en scène du comportement
Behaving in Public: a Training
MGTM31241
Mging.Social Rel° & Networks
MGTP31481
Team Building Seminar

Specializations

Culture

MGTM31234
Management culturel
MGTM31235
Creative Industries Management

Luxury

MGTS31275
Global Strategy & Luxury Bus.

Agro-alimentaire

MGTS31401
Agri-food Sustainable Dvt
MGTS31403
New Bus. Devpt-Agri-food Sect.

Technology

MGTE31369
Cleantech Entrepreneurship
MGTS31408
Stratégie pr l'électromobilité

People & Humanities (Business & Society)

MGTM31214/31215
Philosophie et commerce
Philosophy and Trade
MGTP31204/31205
Ethique et décision
Business Ethics
MGTM31307
Capitalism, Crisis and Governance
MGTP31324
Transhumanisme : enjeux économiques, sociétaux et philosophiques

MANAGEMENT DES SERVICES / SERVICES MANAGEMENT		Responsable(s) du cours Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) Equivalent(s)
MANAGEMENT DU SECTEUR DE LA CULTURE / MANAGEMENT OF THE CULTURAL SECTOR				
MGTM31234	Management culturel	L. Bibard		
MGTM31235	<i>Creative Industries Management</i>	S. Sgourev		
MANAGEMENT DU SECTEUR AGRO-ALIMENTAIRE / MANAGEMENT OF THE AGRI-FOOD SECTOR				
MGTS31401	<i>Agri-food Sustainable Dvt</i>	O. Fourcadet		
MGTS31403	<i>New Bus. Dvpt-Agri-food Sect.</i>	O. Fourcadet		
ENTREPRENEURIAT / ENTREPRENEURSHIP				
MGTE31281	<i>Internet-based Investing</i>	H. Bouchikhi		
MGTE31282	Créer, manager & céder une PME	H. Bouchikhi		
MGTE31360	Entrepreneuriat	H. Bouchikhi		MGTE31361
MGTE31361	<i>Entrepreneurship</i>	F. Cavarretta		MGTE31360
MGTE31362	Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise	H. Bouchikhi	(recommended: MGTE31360 or MGTE31361)	MGTE31363
MGTE31363	<i>New venture design & planning</i>	H. Bouchikhi	(recommended: MGTE31360 or MGTE31361)	MGTE31362
MGTE31364	Capital investissement	H. Bouchikhi		MGTE31365
MGTE31365	<i>Introduction to Private Equity</i>	H. Bouchikhi		MGTE31364
MGTE31369	<i>Cleantech Entrepreneurship</i>	J. Lepoutre		

In italic, courses taught in English.

MANAGEMENT & PROCESSUS ORGANISATIONNELS / MANAGEMENT & ORGANIZATIONAL PROCESSES		Responsable(s) du cours <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
MGTM31226	Management des organisations	G. van Wijk		<i>MGTM31227</i>
<i>MGTM31227</i>	<i>Management of Organizations</i>	G. van Wijk		MGTM31226
<i>MGTM31237</i>	<i>Adv. Qualit. Research Methods</i>	A. Metiu		
<i>MGTM31241</i>	<i>Mging.Social Rel° & Networks</i>	V. Yakubovich		
<i>MGTM31356</i>	<i>Management d'innovation</i>	V. Yakubovich, X. Pavie, K. Yong		MGTA31140, MGTA31141
<i>MGTM31357</i>	<i>Innovation Management</i>	V. Yakubovich, X. Pavie, K. Yong		MGTA31140, MGTA31141
MGTM31420	Séminaire de recherche MGT	L. Bibard		<i>MGTM31421</i>
<i>MGTM31421</i>	<i>Research Seminar in MGT</i>	L. Bibard		MGTM31420

SEMINAIRE DE CHAIRE / CHAIR SEMINAR

<i>MGTM31407</i>	<i>Lead. & Diversity Chair Sem</i>	S. Gröschl, J. Takagi		
------------------	--	-----------------------	--	--

MANAGEMENT & HUMANITÉS / MANAGEMENT & HUMANITIES

MGTM31214	Philosophie et commerce	L. Bibard		<i>MGTM31215</i>
<i>MGTM31215</i>	<i>Philosophy and Trade</i>	L. Bibard		MGTM31214
<i>MGTM31307</i>	<i>Capitalism, crisis and governance</i>			
MGTP31204	Ethique et décision	L. Bibard		<i>MGTP31205</i>
<i>MGTP31205</i>	<i>Business Ethics</i>	L. Bibard		MGTP31204

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

PSYCHOLOGIE ET DÉVELOPPEMENT PERSONNEL <i>PSYCHOLOGY AND PERSONAL DEVELOPMENT</i>		Responsable(s) du cours <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
Cours fondamental / Core course				
MGTP31100	Individus et Organisations	J. Takagi		<i>MGTP31101</i>
<i>MGTP31101</i>	<i>People and Organizations</i>	J. Takagi		MGTP31100
Cours de gestion / Management courses				
MGTP31200	Théorie de la personnalité	J. Takagi		<i>MGTP31201</i>
<i>MGTP31201</i>	<i>Personality Theory</i>	J. Takagi		MGTP31200
<i>MGTP31203</i>	<i>Intercultural Management</i>	J. Takagi		
MGTP31206	Profils personnels et carrière	A. Bernard, M. Thévenet		<i>MGTP31207</i>
<i>MGTP31207</i>	<i>Personality Styles and Careers</i>	A. Bernard		MGTP31206
MGTP31208	Travail, individu et société	J. Takagi, A. Ancelin-Bourguignon		
MGTP31210	Mise en scène du comportement	L. Bibard		<i>MGTP31211</i>
<i>MGTP31211</i>	<i>Behaving in Public: a Training</i>	L. Bibard		MGTP31210
MGTP31324	<i>Transhumanisme: les enjeux économiques, sociétaux et philosophiques</i>	L. Bibard, X. Pavie		CPR031450
<i>MGTP31481</i>	<i>Team Building Seminar</i>	J. Takagi		

RESSOURCES HUMAINES / HUMAN RESOURCES				
MGTM31212	Gestion ressources humaines	J-M. Peretti, J-L. Cerdin		<i>MGTM31213</i>
<i>MGTM31213</i>	<i>Human Resource Management</i>	J-M. Peretti, J-L. Cerdin		MGTM31212
<i>MGTM31233</i>	<i>Managing Workforce Diversity</i>	S. Gröschl		
MGTM31302	Mobilité intle et expatriation	J-L. Cerdin		

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

STRATEGIE / STRATEGY		Responsable(s) du cours Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) Mandatory prerequisite(s)	Equivalent(s) Equivalent(s)
Cours fondamental / Core course				
MGTS31102	Stratégie et management	H. Hoang		<i>MGTS31103</i>
<i>MGTS31103</i>	<i>Strategy and Management</i>	H. Hoang		MGTS31102
Cours de gestion / Management courses				
<i>MGTS31261</i>	<i>Int'l Strategy & Management</i>	A. Som		MGTS31260
<i>MGTS31263</i>	<i>Competitive Strategy</i>	O. Fourcadet	MGTS31102 or <i>MGTS31103</i>	
<i>MGTS31265</i>	<i>Corporate Strategy</i>	H. Hoang	MGTS31102 or <i>MGTS31103</i>	
MGTS31266	Stratégie industrielle	C. Donada		<i>MGTS31267</i>
<i>MGTS31267</i>	<i>Industry & Strategy Practice</i>	A. Som		MGTS31266
MGTS31268	Les fondements de la stratégie	O. Fourcadet		
<i>MGTS31271</i>	<i>Managing Intl Business in Asia</i>	A. Chatterjee		
<i>MGTS31275</i>	<i>Global Strategy & Luxury Bus.</i>	A. Som		
MGTS31404	Pratique conseil en stratégie	J. Barthélémy	MGTS31102 or <i>MGTS31103</i>	
CHAIRE ARMAND PEUGEOT / ARMAND PEUGEOT CHAIR				
MGTS31408	Stratégie pr l'électromobilité	C. Donada		

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

MGTE31281

Internet-based (entrepreneurial) Investing

This course is part of the Entrepreneurship program, see chapter "Specialized Tracks".

Topics:

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).

Objectives:

The subject aims at preparing students to compete in a global investment environment, both as individuals and as entrepreneurs.

Grading pattern:

Evaluation is based on class participation, the quality of the opportunities identified (investment fact sheets), and the effectiveness of the decisions made in the Investment Laboratory.

MGTE31282

Créer, manager et céder une PME

Ce cours est proposé dans le cadre de la filière Entrepreneuriat, cf. chapitre «Filières».

Objectifs :

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.

Evaluation :

Moyenne pondérée de :

- Présence et participation au cours (exposés, revue de presse)
- Un devoir portant sur quelques questions de cours
- Une étude de cas.

MGTE31360

Entrepreneuriat

Ce cours est proposé dans le cadre de la filière Entrepreneuriat, cf. chapitre «Filières».

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 ;
- Elaboration des plans de développement ;
- Montage financier, fiscal et juridique ;

- Gestion de la trésorerie et des recouvrements ;
- Organisation des processus majeurs.

Evaluation :

Examen final.

MGTE31361

Entrepreneurship

This course is part of the Entrepreneurship program, see chapter "Specialized Tracks".

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 MSc, including strategy, Organizational Behaviour, accounting and corporate finance.

Topics:

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 (entrepreneurship).

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.

Grading pattern:

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.

This course outline applies to sections taught by professor Cavarretta: MGTE31361 in English and MGTE31360 in French.

MGTE31362

Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise

Prérequis - cf. tableaux

Ce cours est proposé dans le cadre de la filière Entrepreneuriat, cf. chapitre «Filières».

Objectif :

Ce cours vise à aider les étudiants à mettre en pratique les connaissances et compétences acquises dans les disciplines de gestion pour concevoir valider et planifier un projet de création d'entreprise. Les étudiants ayant un projet de création d'entreprise trouveront dans le cours un contexte favorable au test et à la maturation du projet.

Les étudiants qui n'ont pas un projet de création d'entreprise dans l'immédiat pourront y affiner leur esprit entrepreneurial et acquérir des outils recherchés et appréciés dans les grandes entreprises.

Résultat :

Des projets menés par des équipes de 3-4 étudiants. Acquisition d'une méthodologie de conception de validation de projets de création d'entreprises ou de nouvelles activités dans les entreprises établies. Meilleure intégration des connaissances acquises dans les cours spécialisés.

Population :

Les étudiants travaillant sur un projet de création d'entreprise ou intéressés par la pratique de l'entrepreneuriat.

Evaluation :

- Note du projet présenté à la fin du trimestre (50%)
- Participation et présence au cours (30%)
- Contribution aux travaux d'équipes (20%)

MGTE31363**New venture design and planning**

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

The purpose of this course is to enable students to use academic and professional knowledge and skills to turn a venture idea into a business. In the process, the benefits and advantages of a Business Plan are explored.

Students with an interest in launching a new business will be able to get an experience in a hands-on way, and get methodical coaching and guidance in the process.

Students who do not intend to launch a business in the short run will acquire skills in uncertainty management, entrepreneurial marketing, business planning and team-work.

Outcomes:

Real world testing of a business idea, document in a business plans produced by teams of 3-4 students, practical venture design, and hands on integration of the knowledge acquired in specialized courses.

Population:

Students planning to start a company or wanting to hone their entrepreneurship skills in a hands-on way.

Grading pattern:

- Jury awarded team score (40%)
- Weekly progress reports score (30%)
- Professor awarded individual score (30%)

MGTE31364**Capital investissement**

Ce cours est proposé dans le cadre de la filière Entrepreneuriat, cf. chapitre «Filières».

Thèmes abordés :

- 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.

Evaluation :

- Note collective : question / réponse au cas (20%)
- Note individuelle au quiz final (20%)
- Note individuelle au projet de recherche individuel (40%)
- Participation (20%)

MGTE31365**Introduction to Private Equity**

This course is part of the Entrepreneurship program, see chapter "Specialized Tracks".

Topics:

- 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).

Grading pattern:

- Case studies and final presentation (40%)
- Participation, readings, mini-essays (60%)

MGTE31369

Cleantech Entrepreneurship

Course Overview and Objectives:

Cleantech has become a booming and exciting area of entrepreneurial effort, attracting scientists, policy makers and entrepreneurs around the notion that environmental problems can be solved through technological advancement and growing a sustainable business at the same time. In this course we will introduce the specific challenges of launching new ventures (whether emerging from a small or a large organization) in the cleantech space, and explore how different companies are able to cope with these challenges.

This course has three objectives:

- 1) To help students understand theoretical explanations for the origins of environmental problems, grounded in environmental economics and organizational sociology.
- 2) To introduce a number of subdomains in the cleantech space (wind, solar, monitoring and smart-grids) and their respective problems, and
- 3) To have insights on the current state of the art in addressing the challenges in environmental problems within the cleantech industry.

Topics:

Environmental economics, market failures, social movements, business models, environmental consumer behaviour, project finance, venture capital, risk, systemic change.

Teaching methods:

This course will use a combination of lectures, case discussions, practical exercises and guest speakers. While the lectures have as their objective to help students to have a solid theoretical understanding of the origins of environmental problems and how entrepreneurs can engage with those, both case examples, as well as guest speaker interventions will make these theoretical objectives as concrete as possible. Each session should help the student to get a better understanding of why some entrepreneurial companies can deal with the challenges of environmental problems in a better way than others.

Grading pattern:

- Team project (60%)
- Individual Participation (10%)
- Group Participation (10%)
- Individual Assignment (20%)

MGMT31212

Gestion des ressources humaines

Thèmes abordés :

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. 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.

MGT31213

Human Resource Management

Objectives

The people make the place! Future managers - how will you select the right people, and motivate and develop them? This course on human resource management (HRM) is designed for anyone who will be managing people in organizations. Knowing how to select, motivate, develop, and reward talent is going to be critical for anyone from future managers rising through the ranks of multinational corporations to entrepreneurs starting their own business. This course is not only for those specifically interested in the HR function but aims to develop future potential managers keenly aware of the crucial importance of human resource policies for

individual and organizational performance.

Topics:

- Aligning HRM and organizational strategy
- Designing motivating jobs
- Selecting the right candidate for a job
- Managing performance
- Developing leaders
- Managing talent in a global context

Teaching methods:

Key aspects of the course will be the critical evaluation of evidence, translating theory into practice, and developing practical skills in relation to managing people. The course will involve case studies, video materials, group work, and experiential exercises.

MGT31214

Philosophie et commerce

Objectifs :

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^{ème} 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.

MGT31215**Philosophy and Trade****Objectives:**

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.

Methodology:

The course is at once theoretical and practical. It deals with various theoretical notions through the analysis of literature and current cultural and social issues.

Grading pattern:

Students' participation and commitment are determinant for the course process.

Assignments will be as follows:

- Individual participation and commitment (20%),
- 1 case or theoretical study in team, written and presented in class (30%),
- 1 final thesis in team, written and presented in class (50%).

MGT31226**Management des organisations****Thèmes abordés:**

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. 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.

MGT31227**Management of Organizations****Objectives:**

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.

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.

MGT31233**Managing Workforce Diversity****Objectives:**

Workforce Diversity: Managing Oneself and Leading Others

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 provide opportunities for skilled workers to work outside their home countries. Many countries face aging populations, migration movements, and the challenge to successfully integrate historically disadvantaged groups. Responding to these demographic changes, challenges, and complexities meaningfully requires a sustainable, lasting and consistent leadership approach which goes beyond the traditional 'doing business as usual' mindset of managers.

This course will be helping you to

- identify contextual and environmental changes and developments leading to increasingly diverse workforces.
- develop skills enhancing self-awareness and self-assessment.

- develop interpersonal skills that improve the work-related abilities of members of a diverse workforce
- Identify organizational cultural characteristics and understand their impact on organizational and individual behaviors
- understand concepts, approaches, and practices related to the management of workforce diversity (hard and soft affirmative action, positive action, quotas, targets, equal opportunity, diversity management, etc....)
- identify current initiatives and best practices, performance related aspects and future trends and challenges in the area of workforce diversity management.

Course activities:

Course activities include student participation (individually and in groups) through presentations and class discussions, (short) video clips, illustrative of the topics under discussion, case studies, simulations, and experimental exercises and tests.

Grading pattern:

Course marks are based on individual student participation and group presentations. The latter includes the study of a real life organization and its approach toward managing one or several forms of its workforce diversity.

MGT31234

Management culturel

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.

Evaluation :

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.

MGT31235

Creative Industries Management

Objectives:

The objective of the course is to develop students' understanding of the creative industries and their principles of operation, recognizing what differentiates them from more traditional economic sectors.

Topics:

The format is interdisciplinary, drawing on sociology, economics, organizational behavior and strategy. The seminar is organized around several themes – opera, theatre, museums, film, festivals and the art market. The discussions of practices of cultural management will be informed by business cases and documentaries from a number of countries. The topics of interest are both at the micro level (evaluating and rewarding quality, innovation and risk-taking cultural production, practices of fund-raising) and the macro level (industrial structure and competition, cost advantage, differentiation, allocation of resources, internationalization strategies).

To make better use of the course material, it is advised that students already have grounding in Strategy or Organizational Behavior.

Methodology:

The teaching method is highly interactive. Discussion of the assigned readings will occupy the first part of each session, while the second part will be exclusively dedicated to the discussion of a business case.

Grading pattern:

Class participation and assignments (50%), final exam (50%).

MGT31237

Advanced Qualitative Research Methods for High-Quality Field Consulting Projects

Objectives:

The objective of the course is to provide practical experience in researching organizational settings with the goal of diagnosing organizational (social, technological, communication, performance, etc.) problems as related by organizational members. Emphasis will be placed on conducting ethnographic research, writing, and presenting. You will be part of a team project analyzing organizational processes and technology-in-use at a local business, non-profit organization or service. At the end of this class you should be able to design a study that allows you to take a research question and answer it using appropriate data collection and analysis techniques.

Topics:

Concretely, students will develop the following skills:

- Designing an empirical study. While you might have learned some of this in other courses, this practicum will help you engage that material in the empirical world. What question are you trying to answer? How should you go about

attempting to answer these questions? What other factors do you need to consider when engaging in empirical research?

- Gathering data about people's social and cultural environments. Techniques will include observing social dynamics, interviewing people, and analyzing organizational processes.
- Analyzing the data that you collect. Analysis is the process of taking the data that you gather and turning into a systematic set of findings that let you make claims. For example, analysis lets you say how and why an organizational process is effective or ineffective for the users.

Writing professional reports and presenting according to the highest professional standards. To be persuasive, a consulting report requires a particular structure and style. This course will sharpen your writing skills, and will teach you to think strategically about communication challenges.

Teaching methods:

The course is basically a practicum. However, it will also rely on lectures, on group work, on class discussions, and on exercises.

Grading pattern:

Class participation and attendance (15%)
Group project (45%)
Various assignments (40%)

MGT31241

Managing Through Social Relations and Networks

Objectives:

From single organizations to industries to national economies we find complex networks of relations among individuals, teams, and organizations. The depth and breadth of these networks have always been critical to business success. New media, such as Facebook and LinkedIn,

make them more visible, scalable, and manageable, while at the same time require new knowledge and skills to navigate them. The course lays the foundation for the effective management of business relations and networks by equipping you with a deep understanding of the origins, evolution, and outcomes of networks, and by developing your social and emotional intelligence.

Methodology:

To convey the theory of social networks and impart the skills of network management, the course will engage a variety of learning tools: readings from recent studies, case discussions, videos and simulations, analysis of your own social relations and networks, and skill-building exercises.

Grading pattern:

Class participation (20%)

Individual Network Analysis (40%)

Field-Based Group Project (40%)

MGTM31302

Mobilité internationale et expatriation

Objectifs :

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.

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%).
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

MGTM31307

Capitalism, Crisis and Governance

Ce cours ne sera pas proposé en 2016-2017

Objectives:

This course has the following objectives:

1. Understand the nature of contemporary capitalism. We look at the key institutions of contemporary capitalism – the large corporation, the market and the financial

system – and explore their specific features in the context of globalization.

2. Reflect on some of the major crises that our contemporary economies and societies are faced with – resource scarcities, climate, migrations, inequalities, financial instabilities...
3. Explore the governance challenges those various crises/risks imply and understand what are the contemporary governance answers and challenges proposed. The idea is to assess what is being done against what should be done.

Session Heading/Themes:

This course calls for the capacity to bring together and combine the knowledge you have acquired in many different courses – our objective is to create the conditions for a synthetic reflection on contemporary capitalism, the crises it may be facing and the governance solutions that exist/should exist. We will cover the following themes – nature of contemporary capitalism, the corporation, marketization, financialization, the notion of crisis, climate change, resource scarcities, migrations, inequalities, financial instability, transnational governance, corporate social responsibility, sustainability... amongst others.

Teaching methods:

The course is based on a mix of case discussions, active lecture, group exercise and debates.

Grading pattern:

1. Introduction and launch of the discussion in one session (from session 2 to session 9): group work (20%)
2. Written 2-page reactions on the case/readings for a second section and regular participation in discussions and exercises: individual work (30%)
3. Report on one dimension of globalization, crises, or governance challenges. The theme chosen can be connected to the various issues

identified above but it can also be different as long as it remains within the broad umbrella of the course – capitalism, crises, governance.

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%).

MGTM31357

Innovation Management

(Given on the ESSEC Campus in Singapore and Cergy)

This course is designed to serve as an introduction to the area of innovation management. Through a combination of readings, lectures, case discussions, and assignments, the course will cover a set of tools and concepts to explain different approaches to innovation. The course explores a variety of issues of innovation, globalization, digital technologies, and the Asian context.

Objectives :

The goal is to develop your thinking on innovation, with some focus on the Asian context. At the end of the course, you should:

- i. Acquire an understanding of different approaches to innovation.
- ii. Develop skills to analyze and manage firm innovation issues.
- iii. Be able to formulate an innovation strategy and the challenge of implementation.

Topics:

1. Innovation Strategy
2. From Imitation to Innovation
3. Recombination as an innovation strategy
4. Global network as a source of innovation
5. Digital Open Innovation
6. Business Model Innovation

- 7+8. Design Thinking
- 9. Service Innovation
- 10. Disruptive Innovation

Grading pattern:

Class attendance and participation 20%

Analytical papers 40%

Project and final paper 40%

MGTM31407

Leadership and Diversity Chair Seminar

Overview:

T2 & T3. The goal of this seminar is to help students participating in the Diversity and Leadership 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 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 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 pattern:

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. 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. 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 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 en management

Objectifs :

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. 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. 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 (cf. : 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 Management

Objectives:

Various topics are covered during this seminar, depending on the professor. The seminar corresponds to a course in terms of length and grants credit. It is oriented towards research objectives.

Pedagogy:

Students are responsible, jointly with the instructor, for the shaping and development of the seminar outline. Students are provided with training in basic research. The theme can change from one term to the next and appears in each term schedule. In general, students already have a good foundation in the social sciences and other management disciplines. Students approaching the end of their curriculum will thus be preferred.

Once a year the department offers a seminar on gender relations from essential modern viewpoints: political, scientific, religious and others.

Grading pattern:

The seminar requires systematic participation in class work and discussion of the topics presented. Enrollment is limited to 20 students.

MGTP31100

Individus et Organisations

Cours fondamentale

Objectifs :

La compréhension et l'apprentissage du comportement organisationnel peut vous apporter une meilleure compréhension de vous-même, 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 personnes 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,
- des analyses de cas en groupe (souvent un film ou un documentaire), en relation avec les théories mobilisées à chaque séance,
- de la participation en cours.

MGTP31101

People and Organizations

Core course

Objectives:

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.

The course will enable you to better decode human behaviour 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:

The course is structured around three main areas:

- The behaviour of individuals (personality, attitudes, individual differences and motivation);
- The operation of groups and teams (functioning, dynamics and performance; communication, cooperation and conflict; power and leadership);
- Organizational processes (corporate culture; change; ethics and corporate social responsibility).

The course draws on several disciplines: psychology, sociology, social psychology, anthropology, to name a few.

Grading pattern:

The evaluation of the course includes:

- Individual work in the form of case analyses or reflection paper based on the student's experiences during his or her intern-ship(s), or as part of community life;
- Group work in the form of presentations, analysis of articles or several cases (managerial situations), in conjunction with theories covered in the course;
- In-class participation.

MGTP31200

Théorie de la personnalité

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 ;
- Des questionnements tels que nature / culture, déterminisme / libre-arbitre, individu / société, normal / pathologique, passé / présent / avenir ;
- Quelques thématiques spécifiques énoncées ci-dessous.

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, cycle de vie
 - Psychosociologie
 - Anthropologie.
- Les thématiques suivantes seront abordées :
 - L'inconscient, les mécanismes de défense ;
 - L'identité, personnalité, narcissisme ;
 - Les émotions (joie, violence, peur, jalousie...) ;
 - L'interaction entre les personnes (le pouvoir, l'influence, l'autorité et le leadership, la confiance) ;
 - Le changement et rites de passage ;
 - Les pathologies : dépression, névroses, psychoses, perversion, border line, psychopathie ;
 - 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 divers travaux de groupe et un dossier final individuel (50 %) : «Histoire de vie» ou analyse thématique d'un film (50%).

MGTP31201

Personality Theory

Objectives:

A solid understanding of factors which influence personality is imperative in organizational contexts where individuals must work towards effective integration and goal attainment. Organizations can be considered as collectivities of different personalities whose interactions have wider-spread repercussions. Organizations also systematically try to influence individual behaviour through such means as formalized rules and organizational culture. This course provides an overview of key concepts related to personality in the psychological and social psychological literature with the goal of increasing your ability to understand individual behaviour, to analyze interpersonal situations, and to generate potential action plans according to different perspectives.

- To develop the following:
 - Fundamental knowledge of the main psychological theories of personality and individual behaviour.
 - Understanding of their application to management practice.
 - Comprehension of psychological development and change.

Topics:

- Personality theories:
 - Major issues in personality development.
 - Main schools of thought in personality analysis (psycho analysis, behaviourism, cognitive psychology...).

- Methods of research into personality and behaviour.

In the first half of the course, we will systematically cover the main approaches to personality in the literature, and apply concepts to case studies. In the second half, we will apply the approaches to organizational themes such as mental health, leadership and work identity.

Teaching methods:

The sessions will include lectures on theoretical approaches, discussion on the concepts presented, in-class discussion of the assigned cases, and from time to time films, role plays, and experiments.

MGTP31203

Intercultural Management

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" and "global leadership". 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. Simultaneously, there is a perceived need for managers to develop more global leadership skills in order to deal with such complications. 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. This course provides a comprehensive approach to understanding intercultural interactions and global leadership issues at both macro- and micro-levels of analysis.

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.
- Provide the conceptual tools necessary to carry out a culture audit of intercultural management situations
- Identify cultural intelligence as a skill-set that can be developed in order to enhance managerial performance in intercultural situations and global leadership

Topics:

In this course, we examine complementary approaches to thinking about culture and management and global leadership, and discuss the effect of their theoretical and methodological traditions on how culture can be understood.

MGTP31204**Ethique et décision**

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.

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 les étudiants au 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****Objectives:**

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.

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 whistle blowing, 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

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 ;
- Etude de cas.

Ce cours est donné selon deux formules : cours hebdomadaire et cours bloqué sur une semaine.

Evaluation :

MGTP31207

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.

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

Grading pattern:

Final self-report accuracy and breadth of analysis.

MGTP31208

Travail, individu et société

Objectifs :

Ce cours permet aux étudiants de mieux comprendre les enjeux du travail et les éléments qui donnent du sens au travail et au monde professionnel, en relation avec l'évolution des modes de gestion des entreprises et au-delà, les mutations de la société. Il donne des clés pour analyser les comportements et attitudes au travail (les siens et ceux des autres).

Ces compétences sont importantes pour toute personne au travail ; elles sont indispensables pour tout manager d'équipe ; elles sont essentielles pour les étudiants qui souhaitent orienter leur carrière vers la GRH.

Le cours permet également de travailler en profondeur son projet professionnel et personnel.

Il permet de valider l'apprentissage – au même titre que le cours Profils personnels et carrière (MGTP31206/207).

Thèmes abordés :

- Le travail dans la société aujourd'hui ;
- Les représentations et la place du travail ;
- Le sens du travail et le sens au travail ;
- La personnalité et ses conséquences pour les relations de travail et la carrière;
- Les éléments et la dynamique de l'identité ;
- Les identités professionnelles et les dynamiques identitaires ;
- Les héritages social, culturel, économique et affectif et leur impact sur les représentations et les choix de travail ;
- Les trajectoires familiale, sociale et professionnelle ;
- Les tensions et conflits entre les divers éléments de l'identité et les divers rôles sociaux, familiaux, professionnels ;
- La responsabilité au travail ;
- L'activité de travail, ses dimensions collective et individuelle ;
- La créativité dans l'activité de travail ;
- La complexité des situations de travail.
- la question du genre au travail

Pédagogie :

La pédagogie repose sur la réflexivité. Elle prend appui sur l'expérience et la subjectivité personnelle des étudiants, ainsi que sur celles d'autres personnes via des films, des interviews, etc. En séance, elle est constituée d'un va-et-vient entre des ateliers de réflexion, des apports d'expérience et des exposés conceptuels. Entre les séances, le travail prend la forme de lectures et/ou de réflexions individuelles ou écrites.

Evaluation :

L'évaluation se fait sur la base de l'implication (travaux hebdomadaires hebdomadaires avec pénalités en cas d'absences, 60%) et la réalisation d'un travail final (40%, réflexion personnelle remise rapidement après la fin du cours).

MGTP31210**Mise en scène du comportement****Objectifs :**

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 effective et dynamique 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'interactions interpersonnelles au sein des organisations : 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'exercices 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

Objectives:

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 to others, a whole variety of elements are called into question: the knowledge of the subject matter, skills and competences, etc. In communicating, people listening ability and relationship to the audience are in question. What looks simple and easy in a daily life can suddenly become problematic, and a source of pressure in specific managerial situations. What words to choose? How to tell them? What to do with my body? With my hands? Where to look at? How can I feel myself as a source of meaning which is always at first, on a silent way and sometimes apparently senseless?

A pianist cannot succeed without practising his scales; a dancer cannot dance without stretching at the bar: a public speaker needs to prepare her/his speech as well, performing on stage, in front of an audience.

Teaching methods and 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.

Grading pattern:

- Class participation (40%)
- Group presentation: various works in progress (20%)
- 1 individual research assignment: end term (40%)

MGTP31324

Transhumanisme : enjeux économiques, sociétaux et philosophiques

Professeurs référents :

Laurent Bibard et Xavier Pavie

Objectifs :

Qu'impliquent comme enjeux les considérables avancées techniques, technologiques, scientifiques ainsi que les idéologies qui, ensemble, nous promettent de transcender l'humain ?

De le faire vivre jusqu'à près de 1000 ans ?

1. Comprendre sur le plan théorique, et s'appropriier personnellement sur la base d'exemples concrets, les notions et les enjeux historiques, économiques et philosophiques du transhumanisme
2. Comprendre et s'appropriier également les termes de progrès / innovation / développement en contrepoint d'une compréhension approfondie des sciences et des techniques
3. Prendre conscience du rôle en pratique et de la responsabilité éthique de chacun dans ce contexte inédit de l'évolution de l'espèce humaine
4. Savoir s'orienter dans un contexte de frontières – de plus en plus ? – poreuses entre développement humain individuel et croissance collective des organisations
5. Etre capable de se poser les questions pertinentes et de contribuer pour soi-même et pour son environnement à un questionnement spécifique de notre temps sur la base d'un débat ouvert, «sans tabou», clair et approfondi, pour et contre le «transhumanisme» afin de dépasser, à l'issue, l'opposition pour savoir à titre personnel comme eu égard à la vie sociale, comment se comporter par rapport à ces questions
6. Acquérir les outils pour gérer au mieux et concrètement, selon son propre point de vue, avec pertinence le rapport entre

contrôle et non contrôle ou écoute de la réalité et de l'expérience.

7. Comprendre le transhumanisme pour les organisations, à la fois comme opportunité (nouveaux business model, produits, services) et comme menace (quid du salarié de demain ?)

Les modalités pédagogiques :

Les modalités sont celles expérimentées par le programme BYOC à travers 10 séances. A cela s'ajoutent lectures, travail de cas : Du pacemaker à carmat, le cas du cœur artificiel (réparation des corps), l'exosquelette (amélioration des corps, la PMA et tous thèmes liés à la reproduction des humains – dont l'utérus artificiel etc., le sens des mouvements écologistes, l'altermondialisme, l'évolution de l'agro-industrie.

Intervention de spécialistes du thème

Evaluation :

Toutes les 3 séances un quiz de validation des acquis est proposé (l'ensemble des quiz représentent 60% de la note (3 x 20%). L'évaluation finale (40%) consiste en la rédaction un cas «transhumaniste» actuel qui doit mettre en perspective les enjeux économiques, sociétaux et philosophiques.

MGTP31481

Team Building Seminar

Objectives:

This is a seminar course open to ESSEC students at the end of their curriculum. 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 and build upon individual leadership skills.

Teaching methods:

It involves participation in a one-day training session in June with the coordinator 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 over 200 in-coming MSc students. During the two days of group facilitation, you will each be in charge of animating a group of 15-20 students through a variety of team-building exercises.

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

Cours fondamentale

Objectifs :

L'objectif de ce cours est double. D'une part, tous les sujets à maîtriser seront traités dont notamment la notion de management stratégique, l'analyse de l'industrie et de la concurrence, la domination par les coûts, les stratégies de différenciation, les avantages compétitifs dérivés des ressources, des capacités, les alliances et la diversification. D'autre part, nous utiliserons des études de cas pour lier les différents thèmes au problème de mise en œuvre. Les cas reflètent les circonstances de la vie de l'entreprise, et l'étudiant doit faire face à un problème stratégique et y apporter une réponse compétente. Les participants au cours apprendront à utiliser les techniques d'analyse stratégique et à évaluer l'étendue et les limites de leur pertinence. On n'apprend pas quelle est la meilleure stratégie, mais à déterminer une démarche stratégique.

Thèmes abordés :

- Qu'est-ce que la stratégie et la formulation stratégique ?

- Stratégie d'entreprise : analyse de l'environnement externe
- Les trois stratégies génériques : domination par les coûts, différenciation, focalisation
- Stratégies fondées sur les ressources et les compétences
- Stratégies d'alliance
- Stratégie de groupe : domaine & diversification
- Stratégie d'internationalisation

Evaluation :

Participation aux discussions, études de cas en groupe et/ou travail individuel

MGTS31103

Strategy and Management

Core course

Objectives:

The objective of this course is twofold. First, we will cover all the need-to-know topics, including: definition of the nature of strategic management, industry and competition analysis; cost and differentiation advantages, competitive advantage based on resources and capabilities, alliances and diversification strategies.

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: Analysis of the external environment

- Three generic business strategies: Cost leadership, Differentiation, Focus
- Strategies based on resources and capabilities
- Business strategy based on alliances
- Corporate strategy: scope of the firm & diversification
- Corporate strategy: Going international

Grading pattern:

Class participation, group case analysis and/or individual assignment.

MGTS31261

International Strategy and Management

Objectives:

Global Strategy is about formulating a link between the vision-mission-goal-action and implementing the action to gain competitive advantage over the competitors. When this is done between HQ and subsidiaries for global companies it becomes a complex exercise for corporates. For this the corporation needs to assess the global and the local environments in which it is operating, take into consideration the industry dynamics, find its resources and develop its competencies. Some of these competencies can then be converted to winning capabilities that will not only focus on the customer needs, but also evaluate competition and make choices. A choice involves risk especially in ever-changing national and international environments. With the global environment changing at a fast pace corporations are being transformed. New business models, new markets, convergence of products, consolidation through mergers and acquisitions, strategic alliances, outsourcing and network effects are changing the way corporations did business, be it the airlines, beverages, cement, telecom or the luxury industry. With each change in

the context, the risk becomes higher. To mitigate this risk of doing global business, the discussion of global strategy 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, the macro and micro economies of the firm and the exogenous and endogenous variable that are the drivers for the strategy making process. In that sense the course is both interdisciplinary and integrative.

Topics:

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).

Teaching methods:

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 (35%)
- Individual Case Assignment (40%)

MGTS31263

Competitive Strategy

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

This course focuses on the business level strategy, examining issues central to its long and short-term competitive position.

Topics:

The initial focus is on:

1. Industry analysis,
2. Value creation and appropriation,
3. Strategic games and tactics.

This course analyses competitive interactions between industry players (competitors, suppliers, distributors, complementors, etc.). It emphasizes a vision of strategy made from a blend of indirect strategies (maneuvers) and direct strategies. This course provides managers with a strong 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) including games and short exercises,
2. Case discussions. 6 cases.

The learning process can be summarized as: "participants 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 then evaluated.

A special focus is set on:

- New forms of business model such as the collaborative business model.
- Critical point analysis, i.e. boundary conditions of strategic decisions.

Grading pattern:

The final grade is made from:

- Class participation (+),
- Two group works - one presentation + one challenge (+),
- 3 one-page in depth critical point analysis (+++),
- one short self-evaluation (e).

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives and topics:

Many companies operate in multiple horizontal (product) and vertical (upstream-downstream) markets. The study of corporate strategy seeks to understand how such expansion can be beneficial for the firm and how top executives add value when they operate across different domains. This course thus focuses on the role of corporate headquarters which must identify new business opportunities, design the business model, and leverage the requisite resources and capabilities. To support these objectives, top executives must routinely evaluate whether internal development, alliances or acquisition are the appropriate vehicle of expansion, and when divestiture of a business is necessary. Because execution is vital to the ultimate success of these strategies, we also explore key elements of strategic execution.

The course includes the following topics:

1. Corporate models and the relationship between headquarters and business unit.
2. Vertical integration.
3. Strategic alliances and partnership management.
4. Acquisitions and integration.

Evaluation:

The course builds on cases, in-class exercises, lectures, and readings. 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.

Objectifs :

Par stratégie industrielle, on entend l'ensemble des activités et moyens déployés par l'entreprise pour concevoir puis produire les biens ou services qu'elle commercialise. La stratégie vise en particulier à réaliser les meilleurs choix technologiques : technologie de produits mais également de processus, dimensionnement des sites industriels, choix des partenaires...

Les principales stratégies industrielles mises en œuvre au cours du XX^{ème} siècle seront couvertes, en insistant plus particulièrement sur les stratégies les plus récentes. Ainsi, la stratégie historique de la Ford Motor Company autour d'un produit unique en processus rigide et intégré et organisation taylorienne associée diffèrent totalement des stratégies actuelles de prolifération de produits à faible durée de vie.

Flexibilité et réactivité représentent au même titre que qualité et productivité, les principaux attributs des systèmes industriels modernes. Les technologies flexibles, les politiques de qualité totale, le juste à temps comme les nouvelles organisations contribuent à réconcilier des objectifs longtemps contradictoires, d'efficience, 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 principaux 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.

Les thèmes traités dans ce cours permettront également de couvrir les principaux objectifs d'apprentissage du programme : management des processus, capacité à résoudre des problèmes complexes et appréhender des situations «Business» hétérogènes.

Pédagogie :

La pédagogie s'appuiera sur une grande interaction avec les participants et sur les expériences variées des consultants auprès de directions générales de grands groupes industriels. Animé par des professionnels, experts de stratégie industrielle, ce cours s'appuie sur des cas réels contemporains. Une attention particulière sera apportée au partage d'expérience, sur des secteurs divers (Grande Consommation, Industrie de Process, Automobile, Télécoms, Chimie, Pharma...) et aux diagnostics rapides en classe. Les étudiants participent activement et travaillent en groupe. Nous réaliserons également des «jeux» d'entreprise qui permettront de comprendre les principales contraintes et enjeux industriels. Une visite de site industrielle est envisagée.

Evaluation :

L'évaluation s'appuie essentiellement sur l'étude de cas finale. Les étudiants présentent par groupes de 4 ou 5. Ils réalisent l'analyse détaillée de la stratégie industrielle sur un cas récent et établissent une recommandation de type «conseil». La clarté des recommandations, le fond et le forme, la pertinence des analyses, la qualité

de la communication orale seront particulièrement appréciés. La participation individuelle aux échanges durant les différentes sessions est également évaluée et prise en compte dans la note finale.

MGTS31267

Industry and Strategy Practice

“The art of management is to make good decisions in complex environments and with incomplete or inaccurate pieces of information”.

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 the results from large management practices tools have used to evaluate thousands of organizations in manufacturing, retail, services and other industries across Latin America, Europe, Asia and Australasia. These data provide a global insight into the basic management practices around monitoring, targets and talent management that firms adopt around the world. The course will examine link between management and performance and the reasons for differences in management across firms, industries within countries. 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:

The approach taken during this course is a series of case studies on different industries taking examples of companies

that are leaders in those specific industries.

Teaching Methods:

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 (25%)
Group Work (35%)
Final-Term Assignment (40%)

MGTS31268

Les fondements de la stratégie

Objectifs :

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. La capacité à emprunter des expériences issues d'un autre domaine sera le mode opératoire utile pour le futur manager.

Thèmes abordés :

Le cours offre également un éclairage sur les problématiques auxquelles les dirigeants d'entreprise sont confrontés, qu'elles soient stratégiques ou managériales, telles que la conduite des hommes. Quelles sont les caractéristiques d'une vraie stratégie ? Quels types de références peut avoir la stratégie militaire ? Exposé d'une méthode de

conception de la stratégie. Importance du facteur humain dans la mise en œuvre de la stratégie.

Pédagogie :

La pédagogie se développe autour d'un exposé thématique et illustré qui permet aux participants de comprendre des enjeux, des principes, des méthodes (et l'esprit de la méthode) en vue d'en tirer bénéfice en la transposant à d'autres domaines. Art de la mobilisation des choses apprises. Exposer les règles; tester leur robustesse et déterminer leur champ d'application (leurs limites).

Evaluation :

Devoir en séance dont les modalités et le contenu seront précisés. Il s'agit d'une transposition intelligente (réfléchie et motivée) aux domaines de l'entreprise de principes identifiés pendant les cours.

MGTS31271

Managing International Business in Asia

(Given on the ESSEC Campus in Singapore)

Course overview and Objectives:

Asia is the largest and most populous continent on earth comprising 30% of its land area, 60% of its population, and 48 countries. These countries are often categorized into large blocks such as Middle East, Central Asia, South Asia, South-East Asia, and the Far East. Although the countries within these blocks have cultural commonalities, the realities of managing "business" in each country can be very different. We will discuss some concepts and business models that are likely to be applicable in Asia. We will also discuss case studies set in India, China, Japan, and South-East Asia.

The objective of the course is to make you familiar with the larger issues that managers need to think about while doing business in these countries. As you ponder over the core issues in the case studies

and understand the content of the assigned readings, you should be able to

- 1) Extract meaning from the day-to-day news that you see on television and read in newspapers and magazines,
- 2) Choose and apply concepts and frameworks to analyze an organization's current situation and future prospects,
- 3) Think critically about a business problem by analyzing relevant information, synthesizing different perspectives, and evaluating possible options to achieve a sound, ethical, and practical solution.

Topics:

A historical perspective of international trade in Asia; Institutional voids; Managing differences and distances; Getting familiar with business models; Contemporary issues in Asian countries.

Teaching methods:

The course relies on the case method. Conceptual clarity is arrived at from contextual familiarity. Students are expected to prepare and participate in the classroom and add to everyone's learning. Students will be repeatedly asked "what would you do?" in a given situation. Decisions must be backed up with credible reasons based on available evidence. Applicable concepts taught in the classroom will be followed up with in-class exercises. Case discussions will be supplemented with country reports and a short project that will identify a business opportunity in Asia.

Grading pattern:

In class exercises and one page write-ups on the case questions: Team (10%)
 Class Participation and Attendance: Individual (30%)
 Class Presentation: Team (20%)
 Project Reports: Team (40%)

MGTS31275

Global Strategy and the Luxury Business

This course is an elective course and as the name suggests focuses only on the Luxury Industry.

Objectives:

The world of the luxury business is being transformed. The luxury industry primarily originates from France and Italy but as the world is becoming "borderless", luxury houses are being corporatized. The local luxury houses are being transformed to global corporations as they start competing across the world and not only in their home markets, consolidation through mergers and acquisitions, distribution through global retail networks are the only way to build multi-brand conglomerates to reach size, scale and efficiency and reach wealthy consumers across the globe.

As the luxury houses become global firms (to begin with we define them as MNCs), they like any other firms 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 focused on the business of luxury. Hence it is both interdisciplinary and integrative.

Topics:

The course will deal with the following issues:

- Introducing strategy tools and concepts.
- Introducing the key players in the Luxury industry and their globalization strategies. Did role of the state play a part in the evolution of the luxury industry?
- Organization of structures in the evolution of the luxury business.
- The role of culture in the creation and of the luxury business and its transformation during the democratization of the luxury.

- As luxury companies move from family businesses to global corporations how do they “manage change” in this process?
- How does one manage talent in the Luxury industry?
- Is the lure of emerging markets in the Luxury industry is here to stay?
- Asia’s involvement in the growth of the luxury business.
- Sustainable Luxury and CSR strategy.

Teaching methods:

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. 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 & Attendance (25%)
- Regular Group Work (35%)
- Individual Research Report (40%)

MGTS31401

Agri-food Sustainable Development

See Chapter “Specialized Tracks”- Agri-food Track

The world is changing! New issues are emerging. How can agri-food companies build a leadership position in a changing world around the concept of sustainable development?

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 around sustainable development.

Topics:

The course focuses on human development issues, on one side, such as health (e.g., obesity epidemics) or reducing inequalities and sustainability issues, on the other side, such as biodiversity, packaging reduction, organic food production, etc. While most of the course concentrates on building successful sustainable development initiatives, participants will be guided into the critical discovery of key factor of success of such initiative.

Teaching methods:

The course provides concepts illustrated with practical applications, simulations and cases studies. A group project on a special topic. In the spring 2014 the topic was: using games to change teenager and young adults eating behaviour. In 2015 the most likely topic is biodiversity.

Grading pattern:

The final grade is made from: a) a group term paper; b) several short individual papers; c) class participation.

MGTS31403

New Business Development in the Agri-food Sector

See Chapter “Specialized Tracks” - Agri-food Track

Objectives:

After years of relative stability, the agri-food sector has recently been affected by unprecedented challenges. For example, the interdependency between players has increased and many risks are becoming systemic. Many specialists believe that new business paradigms will soon emerge. Many food executives have come to a similar conclusion and some have even pressed the RESET button. This course main objective is to help future leaders to

identify these challenges and the business development opportunities they offer.

Topics:

- The concept of development strategy
- Prospective on consumption: Identifying future consumption trends and assessing their value (Going beyond the “market study”)
- Prospective on technology: Identifying future technologies and assessing their value for business development.
- Integrating consumption with technology perspectives into a new product development project.

Teaching methods:

Cases and group projects. In fall 2013, the topics were: a) What can the digital technologies bring to the restaurants (with McDonald and Compass group) and b) What can the digital technologies bring to the kitchen (With group Seb). In fall 2012, the two topics were: revitalizing the rural areas and feeding the metropolitans.

Grading pattern:

Class participation and group project.

MGTS31404

Pratique du management stratégique

Prérequis - cf. tableaux

Ce cours est basé sur un travail d'équipe. Il 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, il s'adresse surtout aux étudiants de troisième année souhaitant s'orienter vers le conseil à l'issue de leur scolarité.

Objectifs :

Ce cours répond à trois principaux objectifs d'apprentissage : la capacité d'appréhension de situations complexes, la capacité d'exprimer son leadership dans une équipe et vis-à-vis de partenaires externes et la capacité à gérer un process sur la durée. L'atteinte de ces objectifs est rendue possible par la reproduction

d'une ou plusieurs missions de conseil en direction générale.

Thèmes abordés :

Ce cours forme les étudiants aux techniques des analyses stratégiques mises en œuvre par les consultants.

Les différents thèmes permettront aux étudiants de :

- 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,
- Evaluer 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. Cette année, sept cabinets ont prévu d'intervenir : AT Kearney, Bain, BGC, Advancy, Oliver Wyman, Roland Berger et Mc Kinsey.

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. Les notes sont attribuées de manière collective et non individuelle. La variation individuelle est uniquement liée à la qualité de la participation et la présence de l'étudiant en séance.

Objectifs :

Ce cours est à destination des étudiants des deux écoles partenaires de la chaire Armand Peugeot. Ouvert à tous les étudiants, il a pour objet de présenter les défis auxquels sont confrontés l'industrie automobile et tous les secteurs complémentaires (énergie, urbanisme, etc.) pour faire face aux demandes de mobilité du futur. Un accent particulier sera mis sur les stratégies pour les véhicules électriques, hybrides et hybrides rechargeables qui seront au cœur du futur paradigme industriel et socio-économique de l'électromobilité.

Thèmes abordés :

L'automobile au cœur :

- Des stratégies industrielles et des problématiques socio-économiques et sociétales.
- Des technologies hybrides et de l'électromobilité.
- Des innovations de rupture.
- Des problématiques du développement durable.
- Des problématiques de recharge et de connexion au réseau électrique.

Pédagogie :

La connaissance générale du sujet et la compréhension des concepts fondamentaux seront données par les professeurs de l'ESSEC et de Centrale-Supélec, tous responsables du cours. Chaque journée sera structurée autour d'exposés didactiques, d'illustrations et de mises en application par l'intermédiaire d'études de cas, de simulation et de témoignages.

Les témoignages seront donnés par des professionnels et des experts. Ainsi, l'entreprise PSA, membre fondateur de la chaire Armand Peugeot sur les véhicules hybrides et l'économie de l'électromobilité sera activement

présente pendant le cours. Les directeurs en charge de la R&D avancée, des programmes de véhicules électriques, des études prospectives sur les nouvelles formes de mobilité viendront expliquer les stratégies possibles aux étudiants. Des experts issus de think tank, de structures institutionnelles ou des chercheurs spécialisés sur les thèmes du cours dévoileront l'état des questionnements.

Sachant que les stratégies de l'électromobilité sont en émergence, plusieurs solutions d'un même problème peuvent être également valables et les problèmes posés sont encore trop complexes pour qu'on puisse leur appliquer des recettes toutes faites. C'est pourquoi, au cours des discussions, les étudiants seront amenés à faire valoir leurs propositions et analyses critiques. Individuellement ou en groupe, les étudiants devront préparer avec attention des analyses sur la base des données présentées dans des lectures et des cas.

Evaluation :

Compte tenu de la spécificité du format pédagogique, l'évaluation des connaissances est fondée sur la base de la présence active en cours et d'un travail final de rédaction d'une note de synthèse sur un des sujets discutés pendant les séances (le professeur décidera de sa réalisation individuelle ou collective selon la qualité du groupe). Les contributions individuelles pendant le cours sont appréciées par leur volume et leur qualité.

Les professeurs du département / Faculty Department Members



Jérôme BARTHELEMY, professeur

Responsable de la filière Conseil en Stratégie
Doctorat en Sciences de Gestion, HEC – D.E.A. Stratégie
et Management, Université de Paris X-Nanterre-HEC-ESSEC
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 2002



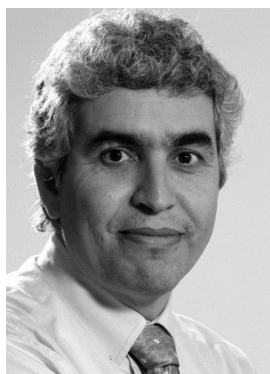
Alain BERNARD, professeur honoraire

Master of Philosophy, Yale University – Diplômes de Psychologie
Sociale et Psychologie Industrielle, Institut de Psychologie de Paris
– Diplôme ESSEC – Licence en Psychologie, Université Paris IV-
Sorbonne
A l'ESSEC depuis 1972



Laurent BIBARD, professeur

Titulaire de la chaire Edgar Morin de la Complexité
HDR en gestion – HDR en philosophie – Doctorat en Socio-Economie
du Changement Technique, ENSMP-EHESS – Doctorat en
Philosophie, Université Paris I-Sorbonne – Maîtrise et D.E.A. en
Philosophie, Paris IV-Sorbonne – D.E.A. Analyse des Organisations,
Institut d'Etudes Politiques de Paris – IAE-Aix-en-Provence –
Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1991



Hamid BOUCHIKHI, professeur

Directeur Académique de l'Institut ESSEC Ventures
Responsable pédagogique de la filière Entrepreneuriat
Doctorat en Méthodes Scientifiques de Gestion, Université Paris IX-
Dauphine – Diplôme de l'Institut Supérieur de Commerce et
d'Administration des Entreprises, Casablanca – D.E.S.S.
Informatique de Gestion et Banques de Données, Université
Paris IX-Dauphine
A l'ESSEC depuis 1990



Laurent BOURGEON, professeur enseignant associé
Doctorat en Sciences de Gestion, IAE Aix-Marseille III-ESSEC
D.E.A. Sciences de Gestion, Université Paris X-Nanterre-HEC-ESSEC
Maîtrise en Econométrie, Université Paris X-Nanterre – Maîtrise
en Administration des Entreprises, Université Paris X-Nanterre
A l'ESSEC depuis 1998



Fabrice CAVARRETTA, professeur associé
PhD in Management, INSEAD – Doctorat de Gestion, Université Paris
IX-Dauphine – MBA, Harvard Business School – Diplôme d'Ingénieur,
ENSTA/Stanford University – Diplôme d'Ingénieur, Ecole
Polytechnique de Paris
A l'ESSEC depuis 2008



Jean-Luc CERDIN, professeur
Directeur pédagogique de l'apprentissage
Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Toulouse –
Habilitation à diriger des recherches, Université de Toulouse –
D.E.A. Sciences de Gestion, Université de Toulouse – MSc in
Industrial Relations and Personnel Management, London School
of Economics – Mastère Spécialisé en Echanges Est-Ouest - ESSCA –
Maîtrise en Sciences Economiques, Université de Grenoble et Sussex
University – Graduate IPM & MCIPD, CIPD, London
A l'ESSEC depuis 1998



Sen CHAI, professeur assistant
DBA in Technology and Operations Management, Harvard Business
School – MSc in Management Science and Engineering, Stanford
University
A l'ESSEC depuis 2015



Arijit CHATTERJEE, professeur associé

Campus de Singapour

PhD in Business Administration, The Pennsylvania State University, USA – Post Graduate Diploma in Management, Indian Institute of Management, Ahmedabad, India – Bachelor of Engineering, Marine Engineering and Research Institute, Calcutta, India

A l'ESSEC depuis 2009



Carole DONADA, professeur

Titulaire de la chaire Armand Peugeot

Habilitation à diriger les recherches, Université Paris IX-Dauphine

Doctorat en Gestion, HEC – D.E.A. Théories Economiques Comparées,

Université Paris X-Nanterre – D.E.A. Stratégie et Marketing,

Université Paris IX-Dauphine – Maîtrise en Sciences Economiques,

Université Paris X-Nanterre

A l'ESSEC depuis 2000



Maryse DUBOULOY, professeur honoraire

Doctorat en Gestion, Psychologie des organisations, Paris IX-

Dauphine – D.E.S.S. Psychopathologie clinique, Paris VII-Diderot-

Doctorat en Marketing, HEC - D.E.A. Psychologie des organisations

Diplôme Ecole Supérieure de Commerce de Reims

A l'ESSEC depuis 1985



Olivier FOURCADET, professeur enseignant associé

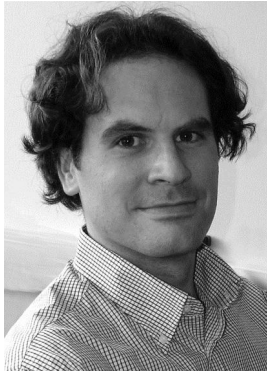
PhD in Applied and Agricultural Economics, University of Wisconsin-

Madison – Doctorat d'Etat en Médecine Vétérinaire, Ecole Nationale

Vétérinaire d'Alfort – Mastère Spécialisé en Management

des Entreprises Agro-Alimentaires, Groupe ESSEC

A l'ESSEC depuis 1996



Stefan GRÖSCHL, professeur
Doctor of Philosophy, Oxford Brookes University – MSc in
International Hotel and Tourism Management, Oxford Brookes
University
A l'ESSEC depuis 2005



Ha HOANG, professeur
PhD in Organizational Behaviour and Industrial Relations, Walter A.
Haas School of Business, University of California, Berkeley, USA
B.A. Psychology, University of Chicago
A l'ESSEC depuis 2009



Srividya JANDHYALA, professeur assistant
Campus de Singapour
PhD in Management, The Wharton School, University of
Pennsylvania, USA – MSc in Management, London School
of Economics and Political Science
A l'ESSEC depuis 2013



Alan JENKINS, professeur
PhD, University of Liverpool – B.A. (Honours), University
of Liverpool
A l'ESSEC depuis 1990



Christian KOENIG, professeur associé (en détachement)
Directeur des Partenariats Stratégiques et des Relations Internationales
Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine –
M.A. Business Economics, Harvard University
A l'ESSEC depuis 1984



Jan LEPOUTRE, professeur associé
PhD in Applied Economics, Ghent University, Belgium –
Postgraduate in Applied Economics, Ghent University, Belgium –
MSc in Bioscience Engineering, Katholieke Universiteit Leuven, Belgium
A l'ESSEC depuis 2012



Julija MELL, professeur assistant
PhD in Organizational Behavior, Rotterdam School of Management
– MSc & BSc in Psychology, Humboldt University Berlin, Germany
A l'ESSEC depuis 2015



Anca METIU, professeur
PhD in Management, Wharton School, University of Pennsylvania, USA –
MBA, University of Illinois at Urbana-Champaign, USA
A l'ESSEC depuis 2007



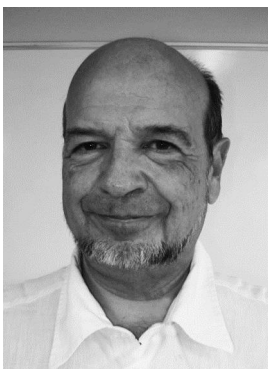
Anand NANDAKUMAR, professeur associé
Campus de Singapour
PhD in Public Policy and Management
Carnegie Mellon University, Pittsburgh, PA
A l'ESSEC depuis 2016



Cedomir NESTOROVIC, professeur enseignant
Campus de Singapour
Directeur Académique du Programme Executive MBA Asie-Pacifique
Doctorat en Géopolitique, Institut d'Etudes Politiques de Paris –
D.E.A. Etudes Soviétiques et Est-Européennes, Institut d'Etudes
Politiques de Paris – Maîtrise en Langues Etrangères Appliquées,
Université Paris IV-Sorbonne
A l'ESSEC depuis 1997



Elisa OPERTI, professeur associé
PhD in Management, Bocconi University, Milan – MSc in Industrial
Engineering and Management, Polytechnic of Turin, Turin – B.A. in
Industrial Engineering and Management, Polytechnic of Turin, Turin
A l'ESSEC depuis 2011



Jean-Marie PERETTI, professeur
Titulaire de la chaire du Changement
Professeur à l'Université de Corte
Doctorat en Sciences de Gestion, Aix-Marseille III – Habilitation à
diriger des recherches, Université de Toulouse – D.E.A. en Sciences
de Gestion, Aix-Marseille III – D.E.S. en Sciences Politiques, Alger –
Diplôme Institut d'Etudes Politiques de Paris – Diplôme ESSEC –
Maîtrise en Sciences Economiques
A l'ESSEC depuis 1990



Aarti RAMASWAMI, professeur associé

Campus de Singapour

Academic Director GMBA

PhD in Organizational Behaviour and Human Resources

Management, Kelley School of Business, Indiana University,

Bloomington – M.A. Industrial Psychology, University of Mumbai –

B.A. Psychology with Honors in Sociology, St. Xavier's College,

University of Mumbai, India

A l'ESSEC depuis 2009



Stoyan SGOUREV, professeur

PhD in Sociology, Stanford University – M.A. Sociology, Central

European University, Warsaw, Poland – M.A. Sociology, University of

Sofia, Bulgaria – B.A. Communications, University of Sofia, Bulgaria

A l'ESSEC depuis 2006



Ashok SOM, professeur

Responsable du département Management

PhD in Business Management, Indian Institute of Management,

Ahmedabad, India – MSc, Applied Geology, Indian Institute of

Technology, Kharagpur, India - BSc Geology (Major), Mathematics &

Chemistry (Minor), Presidency College, University of Calcutta,

Calcutta, India

A l'ESSEC depuis 2002



Karoline STRAUSS, professeur associé

PhD in Organizational Psychology, University of Sheffield –

MSc in Psychology, University of Vienna

A l'ESSEC depuis 2015



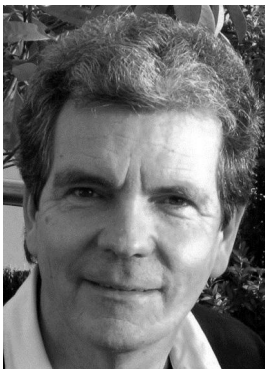
Junko TAKAGI, professeur enseignant
Titulaire de la chaire Leadership et Diversité
PhD Stanford University, California – M.A. Sociology, University of
British Columbia, Canada – A.M., Stanford University, California –
B.A. International Relations, Tokyo University of Foreign Studies
A l'ESSEC depuis 1997



Jean-Claude TARONDEAU, professeur honoraire
Docteur d'Etat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine
– PhD, University of Texas, Austin – Professeur agrégé des Facultés
en Sciences de Gestion – Ingénieur des Arts et Métiers
A l'ESSEC depuis 1973



Maurice THEVENET, professeur
Professeur au CNAM
Doctorat en Sciences de Gestion, Université d'Aix-Marseille III –
Habilitation à diriger des recherches, Université Toulouse I –
Professeur agrégé des Facultés en Sciences de Gestion – Diplôme
ESSEC – Licence en Droit
A l'ESSEC depuis 1984



Gilles van WIJK, professeur associé
PhD in Management des Organisations, Columbia University, New York
– Diplôme de physique, Ecole Polytechnique Fédérale de Zurich
A l'ESSEC depuis 1984



Maciej WORKIEWICZ, professeur assistant
PhD in Management, INSEAD France – MSc in Management, INSEAD
France – MBA, INSEAD France – M.A. International Economics and
Politics, Warsaw School of Economics, Poland
A l'ESSEC depuis 2016



Valery YAKUBOVICH, professeur associé
PhD in Sociology, Stanford University – M.A. in Sociology,
University of Warwick – M.S. in Mathematics, Moscow State
University
A l'ESSEC depuis 2011



Kevyn YONG, professeur associé
Campus de Singapour
Dean of ESSEC Asia Pacific
PhD in Management and Organizations, Cornell University
M.S. in Business and Public Administration, Cornell University
Ed.M. in Mind, Brain and Education, Harvard University
B.Soc.Sci in Psychology, National University of Singapore
B.A. in Psychology and Philosophy, National University of Singapore
A l'ESSEC depuis 2014

Hors département



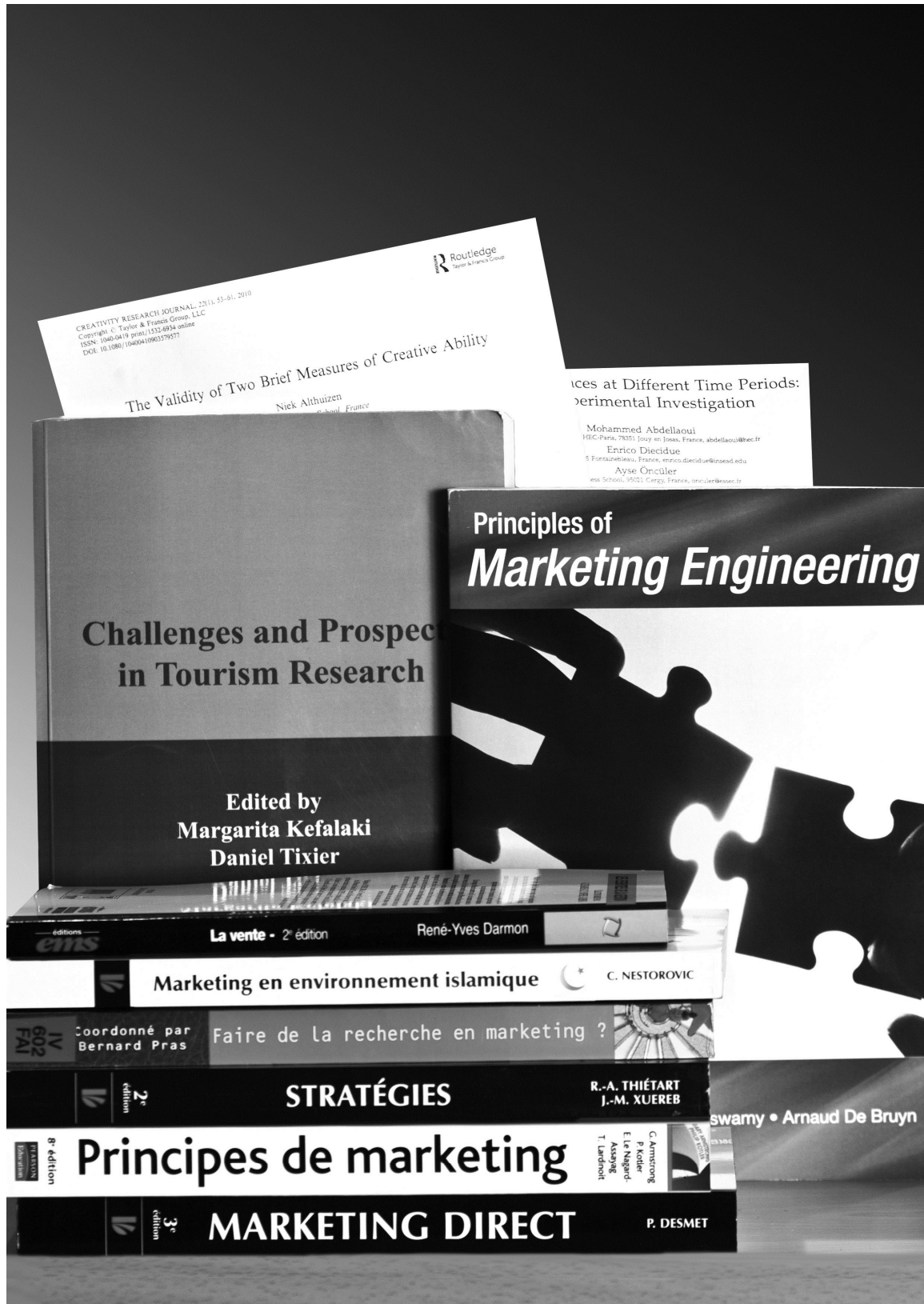
Annick ANCELIN-BOURGUIGNON, professeur
Habilitation à diriger les recherches, Université Paris IX-Dauphine –
D.E.A. et Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris I-
Panthéon-Sorbonne – Diplôme ESSEC – Coach certifiée (Réseau
Pluridis)
A l'ESSEC depuis 1992

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Jean-Philippe ALBAHARY – Nicolas AUBOUIN – Isabelle BONI – Emmanuel COBLENCÉ –
Cécile COTTÉ – Matthieu DAUM – Jean-François GALLOUIN – Silvia GOLLINI-DAUM –
Marc GRASSIN – Frédéric KLETZ – Gilles LECOINTRE – Marie LE PARGNEUX –
Morgane LOMBARD – Jean-Loup MOREAU – Philippe NATAF – Ywan PENVERN –
Martial POIRSON – Olivier PREVOTAT – Terry ROCVES – Olivier SALOMON – Grégory Sassier
– Serpentine TEYSSIER – Olivier TONNEAU.

Certains cours sont assurés par des cabinets de conseil, tels que McKinsey, AT Kearney, sous la responsabilité d'un professeur permanent.



Professeur responsable / *Département Head* : Jean-Marc XUEREB
Assistantes / *Assistants* : Christelle DUBAILLE, Nathalie SOURMAIL

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 cycle Bachelor*) ou MKGM31080/31081 (*pour les étudiants admis sur titre*).

En Master, 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 fondamentales 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 tableau ci-après suggère quelques cours possibles. Il est vivement conseillé aux étudiants de conclure leur scolarité par l'un des cours suivants : Politique de marketing (MKGM31350), Management des produits de grande consommation (MKGM31355), Marketing stratégique (MKGM31321).

The Marketing Department gives ESSEC students wishing to focus on this area a generalist's knowledge of marketing. Everyone is required to take one of two courses in order to acquire the basic concepts and logical framework of marketing: MKGM21020 (for the Bachelor's program) or MKGM31080/31081 (for AST students).

All Master candidates must take and pass Marketing Management (MKGM31128 or MKGM31129).

Students wishing to specialize in Marketing must have successfully completed the following courses: Comportement du consommateur (MKGC31125) or Consumer Behavior (MKGC31126), Chef de produit (MKGM31217) or Product Management (MKGM31218), and Etudes en marketing (MKGC31112) or Marketing Research (MKGC31113).

These courses lay the foundation for a fundamental knowledge of marketing. Once students have completed these prerequisites, they may fill out their program of study in marketing to suit their individual "profile" (operational or research) and career plans. The table below suggests some possible courses. Students are strongly advised to cap their studies with one of the following: Management des produits de grande consommation (MKGM31355), Marketing stratégique (MKGM31321).

MKGM31080 / 31081
Mise à niveau Marketing
Refresher course Marketing

MKGM21020
Marketing
(Pré-Master)

Prerequis / Prerequisite

COURS FONDAMENTAUX / CORE COURSES
MKGM31128 / 129
Marketing management
Marketing Management

**MANAGEMENT
EN MARKETING /
MARKETING MANAGEMENT**

MKGM31217/218
Chef de produit
Product Management
MKGM31353
Partenariat Carrefour-Danone
MKGM31350
Politique de marketing
MKGM31321
Marketing stratégique
MKGM31355
Management des produits
grande consommation
MKGM31322
Relation client et croissance
MKGM31412/413
Anthropologie des marques
de luxe
Anthropology of Luxury Brands

**CONNAISSANCE & ANALYSE
DES MARCHES / KNOWLEDGE
AND MARKET ANALYSIS**

MKGC31112/113
Etudes en marketing
Marketing Research
MKGC31125/126
Comportement
du consommateur
Consumer Behavior
MKGC31203
Advanced Marketing Research
MKGC31260
Adv. Methods of Product Policy
MKGC31430
Approche conso&Data Analytics
MKGC31442/443
Sémiotique et communication
Semiotics and Communication

**FONCTIONS DU MARKETING
/ MARKETING FUNCTIONS**

MKGF31208
Dvpt des marques de luxe
MKGF31211
Publicité
MKGF31213
Stratégie de commercialisation
MKGF31215
Gestion de la force de vente
MKGF31218
Marketing des distributeurs
MKGF31221
Marketing Analytics
MKGF31222
Marketing de l'innovation
MKGF31230
Création de produit innovant 1
MKGF31232
Création de produit innovant 2
MKGF31237
Key Account Management
MKGF31239
Social Media Marketing
MKGF31304
Design de produits et services
MKGF31411
Int'l Luxury Distribution

**MARKETING SECTORIEL
/ SECTORIAL MARKETING**

MKGS31124/125
Marketing BtoB
B2B Marketing
MKGS31203
Digital Marketing Strategy
MKGS31223
B2B Digital Marketing Managt
MKGS31228
B2B Agri-food Mkg Policy
MKGS31311/312/313
International Marketing
Marketing international
International Mkg in Asia
MKGS31469
Luxury Retail Management
MKGS31475
Product Management
in Fashion
MKGS31477
Lux. Retail Excel. & Merchand
MKGS31481
Sport Marketing: the Organizer's
point of view
MKGS31485
Eco. Gov & Org°of Intl Sport
MKGS31487
Mkg Through Sports:Analysis
of Company perspectiv

**SEMINAIRES DE CHAIRES /
CHAIR SEMINARS**

MKGS31200
Contemporary Issues Luxury MKG
MKGS31452/453
Séminaire de chaire
Grande Consommation (1) et (2)
MKGS31461/462
Séminaire chaire VSM
« Synthèse »
Séminaire de chaire VSM
« Vente »
MKGS31471
LVMH Chair Sem. « Funda Luxury »
MKGS31491
Case Studies in B-Analytics
MKGS31492
Séminaire Mgt des Savoir-Faire
d'Exception

**SEMINAIRES DE DEPARTEMENT /
DEPARTMENT SEMINARS**

MKGM31420/421
Séminaires de recherche MKG /
Research Seminar in Marketing

CONNAISSANCE & ANALYSE DES MARCHES / <i>KNOWLEDGE AND MARKET ANALYSIS (MKGC)</i>		Responsable(s) du cours/ <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Prérequis / <i>Prerequisite(s)</i> Recommandé(s) / <i>Recommended</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
MKGC31112	Etudes en marketing	F. Oble			<i>MKGC31113</i>
<i>MKGC31113</i>	<i>Marketing Research</i>	N. Althuizen			MKGC31112
MKGC31125	Comportem. du consommateur	R. Butori			<i>MKGC31126</i>
<i>MKGC31126</i>	<i>Consumer Behavior</i>	S. Prokopec			MKGC31125
MKGC31442	Sémiotique et communication	S. Nyeck			<i>MKGC31443</i>
MKGC31430	Approche conso&Data Analytics	R. Butori			
<i>MKGC31443</i>	<i>Semiotics and Communication</i>	S. Nyeck			MKGC31442
FONCTIONS DU MARKETING / <i>MARKETING FUNCTIONS (MKGF)</i>					
MKGF31208	Dvpt des marques de luxe	S. Nyeck		<i>MKGM31128 or MKGM31129</i>	<i>MKGF31209</i>
MKGF31211	Publicité	N. Althuizen			
MKGF31213	Stratégie de commercialisation	J.M. Xuereb			
MKGF31215	Gestion de la force de vente	J.M. Xuereb			
MKGF31218	Marketing des distributeurs	R. Gerin			
<i>MKGF31221</i>	<i>Marketing Analytics</i>	A. de Bruyn			
MKGF31222	Marketing de l'innovation	E. Le Nagard			<i>MKGF31228</i>
MKGF31228	New Product Development	E. Le Nagard			MKGF31222
MKGF31230	Création de produit innovant 1	E. Le Nagard			
MKGF31232	Création de produit innovant 2	E. Le Nagard			
<i>MKGF31237</i>	<i>Key Account Management</i>	H. Faucher		<i>MKGS31124 or MKGS31125 or MKGS31222 or MKGS31228</i>	
<i>MKGF31239</i>	<i>Social Media Marketing (T4 Singapore)</i>				
MKGF31304	Design de produits et services	E. Le Nagard			
<i>MKGF31411</i>	<i>Int'l Luxury Distribution</i>	S. Nyeck			

MANAGEMENT EN MARKETING / MARKETING MANAGEMENT (MKGM)		Responsable(s) du cours/Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) Mandatory prerequisite(s)	Prérequis / Prerequisite(s) Recommandé(s) / Recommended	Equivalent(s) Equivalent(s)
Cours pré-MSc / Pre-MSc course (<i>Réservé aux étudiants admis sur titre / Reserved for the AST students</i>)					
MKGM31080	Mise à niveau Marketing	E. Le Nagard			MKGM31081
MKGM31081	Refresher Course Marketing	E. Le Nagard			MKGM31080
Cours fondamental / Core course					
MKGM31128	Marketing management	A. de Bruyn	MKGM21020 or MKGM31080 or MKGM31081		MKGM31129
MKGM31129	Marketing Management	A. de Bruyn	MKGM21020 or MKGM31080 or MKGM31081		MKGM31128
Cours de gestion / Management courses					
MKGM31217	Chef de produit	F. Oble			MKGM31218
MKGM31218	Product Management	A. Bemmaor			MKGM31217
MKGM31321	Marketing stratégique	T. Lardinoit, B. Pras			
MKGM31322	Relation client et croissance	B. Pras			
MKGM31350	Politique de marketing	R. Gerin		MKGC31125 or MKGC31126 and MKGM31128 or MKGM31129	MKGM31351, MKGM31354
MKGM31353	Partenariat Carrefour-Danone	R. Gerin			
MKGM31355	Managt produits grande conso	R. Gerin			
MKGM31412	Anthropologie marques de luxe	S. Nyeck			MKGM31413
MKGM31413	Anthropology of Luxury Brands	S. Nyeck			MKGM31412
MKGM31420	Séminaire de recherche MKG	J.M. Xuereb			MKGM31421
MKGM31421	Research Seminar in Marketing	J.M. Xuereb			MKGM31420

MARKETING SECTORIEL / SECTORIAL MARKETING (MKGS)		Responsable(s) du cours / Course coordinator(s)	Prérequis obligatoire(s) Mandatory prerequisite(s)	Prérequis / Prerequisite(s) Recommandé(s) / Recommended	Equivalent(s) Equivalent(s)
MKGS31124	Stratégies Marketing BtoB	H. Faucher			MKGS31125
<i>MKGS31125</i>	<i>B2B Marketing Strategy</i>	H. Faucher			MKGS31124
<i>MKGS31203</i>	<i>Digital Marketing Strategy</i>	J.M. Xuereb			
<i>MKGS31223</i>	<i>B2B Digital Marketing Managt</i>	H. Faucher	MKGS31124, <i>MKGS31125</i> or MKGS31228		
<i>MKGS31228</i>	<i>B2B Agri-food Mkg Policy</i>	H. Faucher			MKGS31124, <i>MKGS31125</i>
<i>MKGS31311</i>	<i>International Marketing</i>	S. Prokopec			MKGS31312
MKGS31312	Marketing international	B. Pras			<i>MKGS31311</i>
<i>MKGS31313</i>	<i>International Mkg in Asia (Singapore)</i>	R. Gupta			
<i>MKGS31469</i>	<i>Luxury Retail Management</i>	D. Dion			<i>MKGF31219</i>
<i>MKGS31475</i>	<i>Product Management in Fashion</i>	S. Nyeck			
<i>MKGS31477</i>	<i>Lux. Retail Excel. & Merchand</i>	S. Nyeck			
<i>MKGS31485</i>	<i>Eco. Gov & Org °of Intl Sport</i>	T. Lardinoit			
SEMINAIRES DE CHAIRE / CHAIR SEMINARS					
<i>MKGS31200</i>	<i>Contemporary Issues Luxury MKG</i>	S. Prokopec			<i>MKGS33200</i>
MKGS31452	Sém. Chaire GC (1)	R. Gerin			
MKGS31453	Sém. Chaire GC (2)	R. Gerin			
MKGS31461	Sém. Chaire VSM «Synthèse»	J.M. Xuereb			
MKGS31462	Sém. Chaire VSM «Vente»	J.M. Xuereb			
<i>MKGS31471</i>	<i>LVMH Chair Sem. «Funda Luxury»</i>	S. Prokopec			
<i>MKGS31481</i>	<i>Sport Marketing: the Organizer's point of view</i>	T. Lardinoit			
<i>MKGS31487</i>	<i>Mkg through Sports: Analysis of Company perspective</i>	T. Lardinoit			
<i>MKGS31491</i>	<i>Case Studies in B-Analytics</i>	N. Glady			<i>MKGM31311</i>
<i>MKGS31492</i>	<i>Séminaire Mgt Savoir-Faire d'Exception</i>	S. Nyeck			

In italic, courses taught in English.

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

MKGC31112

Etudes en marketing

Objectifs :

Le cours Etudes en marketing s'adresse principalement aux étudiants qui devront proposer des décisions marketing sur la base de l'information recueillie dans les études marketing (BtoC ou BtoB). Dans le cadre de leur fonction marketing, ils auront à s'adresser à des instituts d'étude. L'objectif de ce module est donc de fournir aux étudiants les éléments méthodologiques principaux concernant les études en marketing utilisées par les entreprises du secteur de la grande consommation (FMCG) et de la vente en ligne : panel consommateurs, panel distributeurs, études innovation, études online, études shoppers, enquêtes consommateurs, et focus group.

A la fin de ce cours, les étudiants seront capables de :

- Comprendre les apports et les limites des études
- Savoir négocier/gérer un projet avec un institut d'étude
- Savoir analyser les données Panels (consommateurs / distributeurs) et établir des recommandations sur la base de ces données
- Savoir interpréter des résultats d'étude
- Pouvoir réaliser la démarche de recherche
- Passer d'une problématique managériale à une problématique de recherche
- Collecter et exploiter des données dites « secondaires »
- Construire une proposition de recherche/d'étude et rédiger un brief étude
- Conduire le processus d'étude jusqu'aux recommandations

Thèmes abordés :

- Panels consommateurs et panels distributeurs
- Design de recherche / Rédaction d'un brief étude

- Etudes dites « quantitatives » (par opposition aux études « qualitatives ») : enquêtes par sondages (échantillon, questionnaire), analyse des données d'enquêtes, analyse des données de panel, plans expérimentaux

- Etudes qualitatives : focus group, entretiens en profondeur

Les thèmes abordés peuvent varier selon l'intervenant.

Pédagogie :

Les principaux concepts seront expliqués en séance.

Etudes de cas avec intervention éventuelle de praticiens (instituts d'étude, entreprises).

Un manuel et des articles permettront à chacun d'approfondir ses connaissances du domaine

Evaluation :

- Travaux de groupe sur les différents cas : 80%

- Présentation et participation

individuelle : 20%

Cette évaluation peut être modulée selon l'intervenant.

MKCG31113

Marketing Research

Introduction:

This course concerns an introduction to marketing research. Marketing is the business function that aims to fulfill the needs and wants of the customer. Understanding the customer is essential for the success and survival of a company. Marketing research can help to better understand what customers need and want, what they know, think and feel about a brand and its competitors, and how they behave. Marketing practitioners need to be able to design and conduct marketing studies and/or commission and critically examine marketing research done by third parties, such as marketing research agencies. Students that aim to specialize in marketing should at least have basic knowledge of marketing research. Students that aim to create their

own business are also encouraged to take this course.

Objectives:

The course objectives are as follows:

- To introduce the basic concepts, methods, tools, and analyses used in marketing research that may help to enhance marketing decision-making;
- To provide hands-on experience concerning the identification and definition of the marketing research problem, the formulation of interesting research questions, conceptual frameworks and hypotheses, the selection of an appropriate research design and methodology, measurement instrument and data collection procedure, the analysis and interpretation of data and the reporting of the findings;
- To provide a forum for the presentation, discussion and critical examination of marketing studies.

Learning goals:

Upon the successful completion of this course, students should be able to:

- Write a clear and concise research proposal
- Independently design and execute a marketing study;
- Analyze the results using univariate, bivariate, and multivariate statistics,
- Interpret, report and present the results in a compelling manner;
- Assess the reliability and validity of marketing studies in general.

Teaching methods:

The course will involve lectures, videos, small group exercises, coaching, and possibly guest lectures. Student presentations are an important part of the course. Students are expected to attend all classes, participate and contribute to discussions.

Grading pattern:

The final grade for this course will be based on the quality of the group exercises, class attendance and

participation, and most importantly a research report that has to be presented in the last session of the course.

MKGC31125

Comportement du consommateur

Objectifs :

Ce cours poursuit trois objectifs :

- 1) Sensibiliser les étudiants aux variables et aux mécanismes qui influencent le comportement du consommateur, depuis la prise de décision jusqu'à la disposition du produit,
- 2) Faire le lien entre des savoirs théoriques sur le comportement du consommateur et leurs applications marketing pratiques,
- 3) Mieux appréhender les spécificités du consommateur contemporain.

Thèmes abordés :

- Le processus décisionnel : focus sur le marketing de la rareté et sur les heuristiques de décision.
- Les mécanismes de perception et leurs applications en marketing : perception du positionnement, perception des actions de communication, perception en magasin...
- Le phénomène d'apprentissage et le processus de mémorisation.
- Le processus de décision individuel.
- Le rôle des variables personnelles (personnalité, valeurs, styles de vie, etc.) et situationnelles (facteurs d'ambiance, temps, etc.) sur le comportement du consommateur.
- Les mécanismes de conformisme et d'influence.
- La dimension culturelle de la consommation.

Pédagogie :

- Cours illustré de cas
- Lecture, présentation et discussion d'articles
- Réalisation d'une étude terrain

Evaluation :

- Ateliers en séance : travail en groupe (10%) ;

- Dossier de décryptage d'une facette du «consommateur contemporain» présenté en séance 5 : travail individuel (40%) ;
- Projet final de communication sur un produit «bloquant» présenté en séance 10 : travail en groupe (50%).

MKGC31126

Consumer Behavior

Objectives and Topics:

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.

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.

Grading pattern:

- Class Attendance (10%)
- Group Presentation (30%)
- Communication project (30%)
- Individual Assignment (30%)

MKGC31430

Approche consommateur & Data Analytics

Ce cours, en partenariat avec L'Oréal, poursuit trois objectifs :

- Comprendre la place de l'approche consommateur dans le processus d'innovation, la définition de la stratégie marketing et sa mise en œuvre opérationnelle ;
- Manipuler des données de différentes natures (qualitative et quantitative) et de différentes sources (internes et externes) pour identifier des insights consommateurs ;
- Savoir comment traduire ces insights en actions concrètes dans le monde physique et le monde digital.

Il se situe donc à la croisée de trois domaines:

- Les études marketing et l'analyse de données (approche technique)
- Le comportement du consommateur (approche théorique)
- L'innovation et sa mise en œuvre (approche opérationnelle)

Thèmes abordés :

- Le métier de *Consumer and Marketing Insight* chez L'Oréal aujourd'hui
- Comprendre son marché, détecter des insights et diffuser la connaissance consommateur au sein de l'entreprise
- Identifier des opportunités à partir du *web listening*
- Transformer des opportunités en plateformes d'innovation

- Activation de marque et développement de produits et de services
- Innovation digitale

Pédagogie :

Chaque semaine, une équipe de professionnels de chez L'Oréal fera une présentation sur un thème ou une méthode de recherche ou d'analyse. Ensuite, les étudiants travailleront par groupe sur un cas construit avec L'Oréal sous la supervision d'un ou plusieurs professeurs de l'ESSEC. Les données occupant une place centrale dans le cours (les étudiants devront créer, analyser et interpréter des données), les cours se dérouleront dans le K-Lab, où les étudiants auront accès à tout le matériel et les logiciels disponibles.

Evaluation :

Les étudiants seront évalués sur la base de deux travaux différents :

- Un travail de groupe comptant pour 50% de la note, dont la problématique sera donnée par L'Oréal, et qui servira de cas fil rouge sur les 10 séances de cours. A titre d'exemple, en 2016, le cas portait sur la marque Baxter.
- Un examen individuel comptant pour 50% de la note. Cet examen portera sur l'intégralité du contenu du cours et sera effectué en séance 9. Les données étant centrales dans le cours, l'examen comprendra au moins une base de données à traiter.

MKGC31442

Sémiotique et communication

Objectifs :

L'objectif du séminaire est de présenter la sémiotique en tant que discipline utile pour toute personne souhaitant analyser et gérer les signes, les symboles ou encore le langage utilisés par une marque afin d'affirmer son identité ou son image. Plus spécifiquement, le séminaire est dédié à l'analyse de la communication, qu'elle soit écrite (slogans, storytelling, texte

publicitaire, etc.) ou visuelle (publicités, logos).

Thèmes abordés :

A l'issue du séminaire, les participants seront en mesure de :

- analyser un ensemble de travaux artistiques dédiés à la communication.
- Comprendre le sens caché véhiculé par une publicité/un spot commercial/un logo/un discours, afin d'appréhender la véritable nature de la marque s'exprimant.
- Déconstruire un visuel publicitaire (avec ou sans texte) afin de décrypter l'identité d'une marque.
- Mettre en œuvre un ensemble d'outils analytiques tels que le schéma narratif canonique ou le carré sémiotique.

Pédagogie :

Le séminaire prend la forme de 10 sessions regroupées sur une semaine. Chaque session comporte une partie théorique, présentant et expliquant les concepts clés de la sémiotique. Ces concepts sont immédiatement mis en application par les participants, via des exercices à faire en groupe. Un travail final de groupe permet de rassembler l'ensemble des outils et concepts appréhendés lors du cours et donne lieu à une analyse de type consulting. Les participants sont supposés travailler entre chaque jour du séminaire, via des lectures fournies par l'instructeur.

Evaluation :

Le travail de groupe final, présenté oralement lors de la session n°10, constitue la note d'évaluation, modulée par la participation orale durant le séminaire.

Objectives and Topics:

The aim of this course is to present semiotics as a helpful discipline for who has to analyze and manage signs and the language used by companies in asserting their identity or image. It focuses on the analysis of communication, be it written communication or visual one (slogans vs. advertisings or logos).

After studying this seminar students should be able to:

- Better analyze various artistic works.
- Understand the hidden message conveyed by advertisements; TV commercials; discourses; logos, which builds the true nature of a brand.
- Deconstruct a visual or a discourse to analyze the roots of a brand identity.
- Implement various tools such as the narrative scheme or the semiotic square.

Teaching method:

The seminar is taught via lectures, which discuss the key concepts in Semiotics.

These ideas will be put into practice in each session with exercises to be done by teams. The final group work will wrap everything up and enable students to conduct a consulting-type semiotics analysis. Students will be expected to prepare for lectures through identified readings, case studies, and exercises.

Each of the lecture topics are key foundation areas within semiotics. These are supported by selected readings provided with the lecture notes.

Grading pattern:

Oral group presentations, on the last session of the seminar.

Prérequis - cf. tableaux

Objectifs :

Ce cours, au travers de l'histoire des objets de luxe et des codes dont ils sont porteurs, permet de mieux appréhender le potentiel majeur que représente le secteur du luxe à l'international.

Les objectifs du cours pour les étudiants :

- Approfondissement de leur culture du luxe, en particulier les dimensions historiques et sociologiques ainsi que le contexte artistique qui inspire chaque créateur.
- Maîtrise les fondamentaux de la gestion d'une marque (identité, valeurs et territoire de marque, extension et alliances de marques) afin de se sentir prêts à mesurer le potentiel d'une maison de luxe.
- Intégration de la dimension marketing ainsi que les contraintes financières que revêtent la gestion ou l'extension d'une marque de luxe.

Thèmes abordés :

- Ages et codes du luxe.
- Approche culturelle du luxe à la française au travers des monographies de 6 grandes maisons françaises (Dom Perignon, Hermès, Cartier, Louis Vuitton Malletier, Dior, Yves Saint Laurent).
- Nouveaux contours du concept de luxe.
- Identité et spécificités d'une marque de luxe.
- Enjeux et limites de l'extension de marque.
- Conséquences en termes de distribution et de communication.
- Gestion financière d'une marque de luxe.

Pédagogie :

Cours magistral développé autour de nombreux exemples concrets (produits et documents).

Visites d'un atelier de joaillerie et d'un musée d'une grande maison de luxe.
Témoignages de deux professionnels

et échanges avec les participants. Cours dispensé en semaine bloquée.

Evaluation :

La note finale est constituée de la participation et de la présentation de l'analyse et de la proposition d'extension d'une marque de luxe en équipe.

MKGF31211

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, les 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, les métiers de la communication, organisation agence/conseil, simulations professionnelles.

Pédagogie :

Actualités publicitaires ; cas de groupe ; photocopié de synthèse.

Evaluation :

Recommandation agences/conseils (présentation séance 10)/Cas de groupe.

MKGF31213

Stratégie de commercialisation et politique des ventes

Objectifs :

Avec l'intensification de la concurrence, les entreprises commerciales sont confrontées à une complexification des enjeux de distribution. Globalisation, prééminence du multicanal, montée en puissance des réseaux sociaux et évolution des attentes et des comportements des clients rendent la question de l'accès au marché et de sa captation cruciale.

Ce cours vise à transmettre un cadre d'analyse théorique et à développer des réflexes pratiques d'analyse des enjeux de commercialisation en s'appuyant sur des études de cas et des exemples d'actualité. A l'issue de ce cours, vous serez en mesure de mieux appréhender l'univers de la distribution et ses logiques tant du point de vue d'un fournisseur que d'un distributeur.

Thèmes abordés :

- Comment définir une stratégie de commercialisation performante ? (chaîne de valeur distributeur, format de distribution, multicanal, etc.).
- Comment se doter d'un réseau performant ? (Business model distributeur, concept de distribution, Géomarketing, etc.).
- Comment gérer durablement la performance de son réseau ? (Merchandising et optimisation d'assortiment, processus point de vente, pilotage de performance distributeur, etc.).

Evaluation :

Participation orale, étude de cas individuelle et travaux en équipe (cf. : analyses ciblées, jeu d'entreprise, ou interviews) sont pris en compte pour la notation finale.

MKGF31215

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, l'évolution de la vente et le rôle du vendeur.

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.

MKGF31218

Marketing des distributeurs

Objectifs :

- Donner aux étudiants une «culture retail»
- Leur faire découvrir toutes les formes de commerce moderne : spécialistes, multi-spécialistes, on-line...
- Analyser les relations Industriel/Distributeur
- Apprendre à bâtir une relation d'affaire efficace avec un industriel
- Aborder le «category management».

Thèmes abordés :

Les thèmes suivants seront particulièrement développés :

- Les attentes du shopper aujourd'hui : comment gérer la multitude des offres et de réseaux/circuits ?
- Quelles sont les formes de commerce gagnantes ? multi/trans/cross/omni canal ?

- Comment un industriel construit son business plan enseigne par enseigne. Témoignage d'industriels présents mondialement.
- Quelles stratégies un distributeur peut-il adopter pour être réellement différenciant ? Témoignage d'un distributeur.
- Le «category management» est-il LA SOLUTION pour détendre les relations industriel/distributeur ?
- Un panorama (presque) mondial des formes et tendances du commerce.

MKGF31221

Marketing Analytics

Elective course mandatory for the Accenture Chair in Strategic Business Analytics

Objectives:

This course aims at exposing students to the application and presentation of analytical and statistical methods to solve marketing problems, especially as they relate to customer description, segmentation, targeting, lifetime value, customer relationship management, and optimization of marketing actions and tactics, such as direct marketing campaign targeting. Given the plethora of data in that domain, most examples and illustrations will use data from direct marketing, database marketing, and interactive marketing.

The course will be largely practical, with hands-on applications, exercises and assignments.

Note that this course will be involved and targeted at technically-oriented students, and will use tools such as MySQL databases and R scripts. Students will be strongly encouraged to bring their own laptops to most of the sessions.

All tools used in the course are open-source software, can be downloaded and used at no cost, and work equally well on PC, Mac and Unix systems.

Topics:

MySQL; R; marketing segmentation; targeting and scoring models; customer

acquisition, loyalty, and lifetime value; social network analysis; market basket analysis; product recommendations

Teaching methods:

Lectures, in-class exercises and project-based learning.

Grading pattern:

Three assignments; bonus (and malus) based on participation in class and peer evaluations.

MKGF31222

Marketing de l'innovation

(Non enseigné en 2016-2017)

Objectifs :

L'innovation de produits et de services 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 des produits et services nouveaux et une stratégie de lancement réussie.

Les objectifs du cours sont de permettre aux étudiants :

- D'analyser les facteurs-clés de succès d'une innovation, qui relèvent à la fois de la stratégie de l'entreprise, de ses compétences en termes de compréhension des clients, mais également de la mise en place opérationnelle du lancement.
- De comprendre les logiques et enjeux communs à l'innovation dans l'ensemble des secteurs (haute technologie, biens durables, grande consommation...)
- De définir les étapes-clés et les méthodes à mettre en place pour la conception et le lancement d'une offre innovante en entreprise, comme le recours aux lead-users ou à la co-innovation.
- De comprendre les mécanismes de l'adoption individuelle d'une innovation, et de diffusion, comme l'influence des leaders d'opinion.

Thèmes abordés :

- Les enjeux de l'innovation
- L'avantage du pionnier
- Les caractéristiques du processus de développement
- Les études amont
- Les différents tests de concept
- Le comportement d'adoption d'une innovation
- La diffusion des innovations
- La conception d'une offre de produits et services
- L'organisation de l'innovation
- La prévision des ventes des innovations
- 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 :

1. Une étude de cas sera à rendre par groupe de 5 étudiants maximum.
2. Les étudiants devront réaliser, par groupe, un dossier sur un cas d'innovation ou sur le lancement d'un nouveau produit. Ce dossier fera une vingtaine de pages environ.
3. Lors de la dernière séance, un quiz 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 (30%)

Examen individuel (30%)

MKGF31230

CPI - Création de produit innovant 1

Voir chapitre «Filières»

Objectifs :

Programme commun avec Centrale Paris et Strate Design (école de design industriel) et inspiré d'un cours de Stanford, CPI vise à promouvoir les valeurs et méthodologies liées au Design Thinking, à l'Open Innovation, et à l'Intrapreneurship, via la réalisation de projets d'innovation concrets (création de nouveaux produits ou services) destinés à être déployés, pour le compte d'entreprises partenaires. CPI répond ainsi au manque chronique de liens et d'intégration entre ingénierie, business et design au niveau des études qui engendre des incompréhensions et un manque d'efficacité important dans la vie professionnelle des futurs diplômés, et pénalise aussi le développement de l'innovation.

CPI est une opportunité unique pour les étudiants de travailler sur de véritables projets d'entreprise autour de problématiques d'innovation. Ils pourront ainsi développer leurs capacités entrepreneuriales, leur sens des réalités économiques, financières, marketing et humaines de la gestion de projet. MKGF31230 (T1) et MKGF31232 (T2) doivent être pris obligatoirement ensemble. Pour valider le programme, les étudiants doivent s'engager sur les 2 trimestres et s'inscrire au cours à chaque trimestre (T1 et T2). Il est recommandé de ne pas s'engager dans un cours le mardi matin.

Le suivi du programme sur les 2 trimestres est validé par 3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle.

Les séances auront lieu majoritairement, dans un lieu d'innovation, à Paris et les événements en alternance à l'ESSEC (Cergy ou La Défense), à l'Ecole Centrale et à Strate Design.

Candidature dès le mois de juin sur www.moncpi.com/candidature et

inscription sur myessec.com dès le 1^{er} tour des inscriptions.

Pour toute question : fayet@essec.edu

Objectifs du cours :

- Favoriser l'«open innovation»
- Développer l'esprit entrepreneurial
- Avoir un impact sociétal
- Diffuser l'approche Design Thinking

Thèmes abordés :

Les étudiants auront le choix de s'engager sur l'un ou l'autre des cursus : CPI Concept (conception d'un concept de produit ou service qui a vocation à être opérationnalisé) ou CPI Imagine (Prospective sur les orientations stratégiques des entreprises clientes).

Le CPI comprend deux parties formant la pierre angulaire du programme qui a lieu tous les mardis après-midi :

- Partie académique : l'ensemble des étudiants se retrouve pour des séances organisées autour de thématiques relatives à la gestion de projet (créativité, processus d'innovation, observation terrain, 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 la journée est consacrée 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

MKGF31232

CPI - Création de produit innovant 2

Voir descriptif MKGF31230 Création de produit innovant 1

MKGF31237

Key Account Management

Prerequisite(s) – cf. tables

“Specialized tracks” - B2B Relationship Management Track

Students willing to deepen their expertise in B2B Relationship Management are also invited to take “B2B Digital Marketing Management” (MKGS31223).

Objectives:

Key Account Management or Strategic Account Management is a recent discipline coming from the United States and now developing in Europe. As mergers and acquisitions continue to increase, competition intensifies on the international scene, with more and more global customers demanding unified treatment across the planet. In all sectors, suppliers need to organize themselves to address this pressure from customers and also harmonize and globalize their own development. Key Account Management gathers all disciplines aiming at managing and developing the business relationships (as opposed to transactions) between an organization and its “strategic” customers in the long run. Largely evolving from BtoB marketing and strategic selling backgrounds, but also from business strategy and management, it is a rising multi-faceted discipline, with a dedicated Non-Government Organization: SAMA (Strategic Account Management Association), based in Chicago, Illinois. The course will cover the three main issues of Key Account Management: 1) how to design a Key Account Program; 2) how to effectively plan the Key Account relationship across time for a given key customer, and 3) how to actually succeed in the execution of the planned Key Account Strategy? Students taking this course

should have a substantial experience or background in B2B Marketing.

Topics:

- The rationale for Key Account Management.
- Developing Long Term Business Partnerships.
- Key Account Management Experience Sharing (Guest Speaker).
- Key Account Planning – 1. Analyzing the Key Account Environment.
- Key Account Planning – 2. Formulating Key Account Strategy.
- Key Account Planning – 3. From Strategy to the Key Account Plan.
- Key Account Segmentation.
- Organizing the Firm for Key Account Management.
- Key Account Managers’ Profiles and Professional Perspectives.
- Research and Experience Sharing on Key Account Management.

Teaching methods:

Formal inputs drawn from literature and experience, numerous recent examples, a number of exercises and mini-cases submitted and solved during classes. More in-depth cases and exercises submitted for application, work between sessions.

Grading pattern:

Quality of in-class participation, combination of individual and team work, business case solving.

Note: The consumption of **food and drinks** (except water) and the use of **mobile phones** are strictly prohibited during lectures. **Computers** should be strictly used for course-related activities.

MKGF31239

Social Media Marketing

Objectives:

This course focuses on the following:

- How social media differ from traditional media such as TV and newspapers.
- How to craft and implement social media marketing strategies.
- Changes required in the corporate culture.

- Understanding tools – platforms and gamification.
- The dark side of social media marketing.
- How to (or try to) measure the effectiveness of social media strategies.

This course requires you to modify the current marketing strategies such as segmentation, targeting, and positioning. We will learn how the traditional business model of mass production of communication is meaningless and irrelevant in social networks.

Topics:

- Overview of marketing strategy and how marketing has changed in the internet era.
- Introduction to Social Media Marketing.
- How people communicate.
- The spread of social media.
- How business culture will change.
- Social media strategy.
- Understanding the tools (Corporate blogs, Twitter, Facebook, gamification).
- Grabbing attention in a crowded market place.
- Using photos, videos and podcasts.
- Social media metrics.

Grading pattern:

The following is the scheme for grading

- Group Project (55%)
 - Proposal Presentation (10%)*
 - Final Presentation (15%)*
 - Project Report (30%)*
- Individual Assignment (20%)
- Class Participation and Case Studies (25%)

MKGF31304

Introduction au design de produits et services

Objectifs :

Le design fait partie de la stratégie globale d'une entreprise. S'agissant d'une fonction plurielle, distincte des autres spécificités de l'entreprise, il a pour objet de régir en termes clairs, signifiants et objectifs, l'ensemble des constituants visuels de l'entreprise. Ainsi, l'objet et le service, s'ils ne sont pas pensés pour l'homme,

deviennent un obstacle aux actions et aux interactions humaines.

Entre la sensibilité des formes, la compréhension des techniques, la culture des usages, et une empathie socio-culturelle, le designer navigue aux frontières des possibles qui font la vie et fondent l'économie.

Le but de ces préliminaires au design est de :

- Faire découvrir le métier et en ébaucher les contours
- Apporter la compréhension de ce que l'on peut en attendre
- Préciser le champ d'expertise
- Énoncer les méthodes, le point de vue et l'approche du designer industriel dans le processus d'innovation
- Faire comprendre les besoins de la juxtaposition des particularités d'une sensibilité artistique et celles d'un univers économique et industriel

Thèmes abordés :

- Panorama des métiers du design
- Historique du Design industriel
- Les outils du designer (logiciel, maquettage etc.)
- Le produit vu par l'usage
- L'éco-conception
- Les scénarios d'usage et les scénarios d'expérience
- Le processus de création centré sur l'homme et les usages
- La mise en œuvre d'une stratégie Design en entreprise

Pédagogie :

Les méthodes pédagogiques utilisées sont variées : exposés des professeurs, intervenants professionnels, études de cas. Elles visent à donner aux étudiants à la fois une perspective théorique générale et une illustration par des cas très concrets.

Evaluation :

Études de cas en groupe.
Projet individuel.

MKGF31411

International Luxury Distribution

This course is mandatory for the LVMH Chair students. Open to other students depending of the number of seats available.

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. 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%).

Individual work will be requested on one individual case study (50%).

Preparation, individual participation (quantitative and qualitative) as well as punctuality and presence (10%).

MKGM31080

Mise à niveau Marketing

Cours de mise à niveau, réservé aux étudiants AST.

Objectifs :

L'objectif général de ce cours est de faire acquérir aux étudiants 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 lui montrer les fondements de la démarche marketing, depuis l'analyse du marché et du comportement du consommateur, jusqu'à la mise en place des actions marketing,
- De développer une vue de synthèse des différentes activités marketing en entreprise,

- De permettre à l'étudiant d'appliquer en situation réelle les concepts appris en cours, notamment de rédiger 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
Marketing opérationnel : décisions relatives au produit, à la marque, au cycle de vie du produit, au prix, aux politiques de communication et de distribution.

Pédagogie :

Exposé des concepts et méthodes, exercices et cas discutés en classe, cas de synthèse réalisé sur l'ensemble du trimestre en collaboration avec une entreprise.

Les étudiants seront amenés à faire des présentations orales en groupe.

Evaluation :

Travail de groupe sur cas de synthèse marketing (présentation orale et remise d'une synthèse écrite)
Examen final individuel, sans documents.

MKGM31081

Refresher course Marketing

Refresher course, reserved for the AST students.

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. It presents students the marketing process and its different steps.

Topics:

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 work;
Presentations on a case study, in partnership with a company.

Grading pattern:

Case study presentations (oral and written document) and individual final exam.

MKGM31128

Marketing management

Prérequis - cf. tableaux

Cours fondamentale

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 marketing moderne ressemble de plus en plus à de l'ingénierie. L'objectif de ce cours est de former une nouvelle génération de marketeurs – et de familiariser 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.

Le cours est organisé autour de la résolution analytique de problèmes managériaux et couvre l'ensemble des fonctions du marketing. Il est recommandé de prendre ce cours en milieu ou en fin de cursus, permettant ainsi aux étudiants ayant suivi plusieurs cours de marketing de revoir les fondamentaux sous un angle plus analytique ; et aux étudiants qui se seraient spécialisés dans d'autres fonctions, de gagner une vision d'ensemble des différents rôles du marketing dans une entreprise.

Thèmes abordés :

Marketing Management ; Préférences, choix et parts de marché ; Développement de nouveaux produits ; Segmentation, ciblage et positionnement ; Allocation optimale de budget ; Valeur client ; Prix.

Pédagogie :

Cours magistraux et mise en pratique autour d'études de cas et/ou de projets à réaliser et présenter en groupes.

Evaluation :

Exclusivement sur base d'études de cas et/ou de projets ; bonus (et malus) basés sur la participation en classe et les évaluations des autres étudiants aux travaux de groupe.

MKGM31129

Marketing Management

Prerequisite(s) - cf. tables

Core course

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, today's 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.

This course is organized around analytical resolution of managerial problems, and covers most of the aspects of the marketing function in a firm. It is recommended to take this course either in the middle or around the end of the academic cursus. In doing so, students with significant academic background in marketing will review fundamentals of marketing management through the lenses of marketing analytics; while students with no desire to specialize in marketing function will be introduced to all aspects of the marketing function.

Topics:

Marketing management; preferences, choices and market shares; new product development; market segmentation; targeting and positioning; marketing budget allocation; customer lifetime value; pricing.

Teaching methods:

Lectures, group-based case studies and/or projects.

Grading pattern:

Exclusively based on case studies and/or projects; bonus (and malus) based on participation in class and peer evaluations of group work.

MKGM31217

Chef de produit

Objectifs :

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...). Dans ce contexte, l'objectif de ce cours est de :

- 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, etc.).
- 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

Objectives:

The main objective of the course is to bring students to develop a comprehensive understanding of the key challenges for marketers. It relies on real-life case studies that will allow the students to improve their decision making capabilities. The course covers basic tools for analysis but at least equally important, it introduces skills in presenting data and writing a report. As its name says, Marketing is driven by action: implementation is what counts. Students will do marketing when presenting their cases and writing up their analysis. They will write their analysis and recommendations for action as if they were acting as consultants to a firm, with a special care for the reader/consumer in terms of clarity. The quality of their write-up, both in terms of style and combination of discourse with evidence, will count in their evaluation.

Topics:

The course will cover such topics as:

- Assessing brand loyalty
- Product positioning
- Market segmentation
- Pricing and promotion
- Advertising
- Channel coordination
- New-product launch decisions

Teaching methods:

The course is based on case analyses with in-class presentation of key concepts and their implementation in practise.

Grading pattern:

- Four case studies in groups with in-class presentations (100%)

- In addition, students may be offered optional case material to improve their grade.

MKGM31321

Marketing stratégique

Objectifs :

Outre l'apprentissage des notions classiques de marketing stratégique, ce cours, au T2, permettra aux étudiants de reproduire une mission de conseil réalisée par le Boston Consulting Group.

Pédagogie et thèmes abordés :

Ce cours permet l'apprentissage du marketing stratégique dans des conditions de conseil. En particulier au T2, en collaboration avec le BCG, les étudiants 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. Ce cours est donc recommandé aux étudiants en fin de cursus souhaitant s'orienter vers le conseil à l'issue de leur scolarité.

MKGM31322

Relation client et croissance

Objectifs et pédagogie :

L'axe de ce cours est la stratégie de croissance par le client et plus particulièrement le lien entre croissance et optimisation de la valeur-client. Il est cohérent avec les développements en stratégie marketing centrés sur la

valeur du client, avec : le client comme facteur de croissance, les façons de maximiser et optimiser la valeur du client, le pilotage de la performance dans ce contexte, les stratégies de mise en œuvre. Les stratégies marketing mettent fortement l'accent sur la co-crédation de valeur pour l'entreprise et le client. La stratégie de croissance par le client entre dans cette logique.

L'objectif explicite de ce cours est de familiariser les étudiants avec une démarche et avec la mise en œuvre de cette démarche permettant de répondre aux défis de croissance auxquels sont confrontées les entreprises.

La perspective de ce cours est aussi de s'inscrire dans des démarches stratégiques largement mises en œuvre et classiques dans certains cabinets de conseil en Marketing stratégique comme Bain & Co, qui assure ce cours.

Les objectifs pédagogiques du cours sont de :

- Resituer l'intérêt et la place de la croissance par l'optimisation de la valeur client parmi les concepts clés de la stratégie d'entreprise et de la stratégie marketing ;
- Familiariser et former les étudiants aux outils de pilotage de la performance ;
- Rendre les étudiants opérationnels en conseil en marketing stratégique, avec une mise en œuvre des méthodes et outils d'analyse étudiés ;
- Familiariser les étudiants avec le quotidien d'un consultant au travers d'exemples et d'études de cas ;
- Mettre en pratique les enseignements au travers d'une mission réelle.

Evaluation :

L'évaluation est à la fois orale et écrite, collective (oral et écrit) et individuelle (écrit).

Globalement, chaque étudiant est évalué avec trois notes sur 20, deux notes collectives et une note individuelle.

Les étudiants travaillent en équipe entre deux cours sur une étude de cas et sur le

dossier intégrateur. On attend de chacun d'eux une présence et une participation actives.

MKGM31350

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 :

A travers des cas pratiques réels présentés et animés par des managers seniors d'Unilever, les étudiants travailleront sur les principaux challenges qui se posent à l'industrie des PGC :

- développement catégoriel dans un contexte concurrentiel toujours plus intense,
- création de valeur dans un contexte de pression sur les prix toujours plus élevé,
- renforcement de la désirabilité de nos marques seule garante de la préférence consommateur à moyen terme
- et développement de marques citoyennes (brands with purpose).

Pédagogie et thèmes abordés :

Ce cours aborde le marketing Grande Consommation sous tous ses angles, développement, positionnement de marques, développement de communication & développement d'innovations, activation BTL & plans media, category management, droit des marques et inclusion de stratégie durable au cœur de nos 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 note de présence. La note globale correspondra à l'obtention d'une UV.

MKGM31353

Mise en œuvre de la relation industrie-commerce : Partenariat Carrefour-Danone

Introduction :

Ce cours d'entreprise a été lancé à l'ESSEC avec succès en 2007 dans le cadre de la chaire Grande Consommation. Le plateau est exceptionnel et les thèmes traités sont d'une incroyable actualité.

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 viennent ensemble échanger sur leurs enjeux, individuels et communs. Chaque séance est consacrée à un des chapitres clef de la collaboration entre un industriel et une enseigne - par exemple, enjeux et stratégie d'alignement, la définition de l'assortiment, la gestion de l'innovation, l'excellence opérationnelle et la motivation des équipes, le co-marketing, le CRM et le digital, la supply chain, la négociation et les accords internationaux...

Ce cours est riche et assez exceptionnel dans sa formule et son contenu. C'est un complément de formation de haut niveau stratégique et opérationnel ainsi qu'une occasion de beaucoup de contacts. Ce cours se termine chaque année par une séance autour des deux dirigeants, Georges Plassat et Franck Riboud, séance

pendant laquelle les meilleurs étudiants présentent la synthèse de leurs cas, puis l'ensemble des étudiants dialoguent avec les deux Présidents sous forme de Q&A.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base de 2 travaux à rendre. La note globale correspondra à l'obtention d'une UV.

MKGM31355

Management des produits de grande consommation

Objectif et pédagogie :

Ce cours animé par la chaire Grande Consommation et faisant systématiquement intervenir des professionnels poursuit un triple objectif ;

- Connaitre et comprendre, à travers des cas et exemples très concrets, les enjeux et défis que rencontrent actuellement les industriels du secteur de la Grande Consommation
- Percevoir les interactions entre les principaux métiers du secteur
- Approfondir la connaissance des étudiants sur les entreprises industrielles des PGC, bien cerner les valeurs et moteurs qui les animent afin de pouvoir orienter sa carrière dans une entreprise inspirante pour l'étudiant.

Une entreprise différente intervient à chacune des séances sur une problématique dans laquelle elle excelle. Sont intervenues en 2016 : L'Oréal, P&G, Mondelez, Pernod Ricard, Coca-Cola Entreprise, PepsiCo, Michel&Augustin, SCA , groupe SEB...

Thèmes abordés :

Un thème différent par séance. Par exemple en 2016 : Innovation et R&D, Production & Supply, stratégie financière, marketing disruptif, global customer, négociation commerciale, affaires publiques, RSE, ressources humaines, reprise d'une marque.

Evaluation :

La notation sera effectuée sur la base d'un mémoire de recherche, effectué seul ou en binôme. L'objet de ce mémoire varie chaque année et pousse l'étudiant à réfléchir autour de ce que devrait être, idéalement, une entreprise de grande consommation aujourd'hui

La note globale correspondra à l'obtention d'1 UV.

MKGM31412

Anthropologie des marques de luxe

*Voir descriptif du cours MKGM31413
Anthropology of Luxury Brands*

MKGM31413

Anthropology of Luxury Brands

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 Responsibility 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 between corporate social responsibility and internal branding.

Topics:

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 (50%)
- Individual case (40%)
- Class participation (10%)

MKGM31420

Séminaire de recherche en marketing

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

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.

MKGS31124

Stratégies Marketing Business to Business

Introduction et objectifs :

Sous la pression de la publicité grand public, la perception du marketing est encore aujourd'hui largement limitée à ses applications en grande consommation. Pourtant, la majorité des échanges économiques concernent des entreprises ou (plus largement) des organisations entretenant entre elles des relations «Clients - Fournisseurs» qui nécessitent des compétences en marketing bien spécifiques et conduisent à des métiers passionnants car centrés sur le développement de relations

interpersonnelles durables. Parmi les innombrables domaines d'application, citons les biens d'équipements, l'emballage (équipement et consommables), les composants industriels (automobile, électronique, machine-outil, etc.) ou bien encore tous les services requis par les entreprises (banque, finance, consulting, distribution, logistique), sans oublier les activités «BtoB» d'entreprises connues du grand public comme les sociétés pétrolières ou agro-alimentaires (détergents pour les entreprises industrielles, boissons pour la restauration par exemple). Ce cours porte sur les spécificités du marketing en environnement «business to business». L'objectif est de permettre aux étudiants d'élargir leurs connaissances à ces domaines et de leur fournir les concepts et méthodes qui leur permettront de porter un diagnostic, d'analyser et de décider efficacement dans des situations souvent complexes. Avec «B2B Agri-Food Marketing Policy» (MKGS31228), ce cours est un des pré-requis possibles ouvrant accès au cours «B2B Digital Marketing Management» (MGKS31203).

Thèmes abordés :

- Valeur pour les organisations clientes.
- Caractéristiques de la demande et de l'offre en contexte BtoB.
- Comportement d'achat organisationnel.
- Méthodes de segmentation et positionnement.
- Différenciation et proposition de valeur.
- Management des réseaux commerciaux.
- 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, lecture d'articles «fondateurs», études de cas, exemples de différentes industries. Discussions et partages d'expériences.

Evaluation :

Qualité de la participation aux cours, combinaison de travaux individuels et de travaux de groupes, résolution de mini-cas et de cas d'entreprises.
Note : l'utilisation des **téléphones portables** et des **micro-ordinateurs** (sauf recommandation expresse sur application) et les **consommations alimentaires** ou de **boissons** (sauf eau) sont strictement interdites dans le cadre de ce cours.

MKGS31125

Business to Business Marketing Strategy

See Chapter «Specialized tracks» - B2B Relationship Management Track

Objectives:

Due to the pressure from retail advertisement, the perception of marketing today has still been largely limited to its applications on consumer markets. Yet, the majority of economic exchanges concern companies or (more generally) organizations developing "Customer-Supplier" relationships which call for very specific marketing competencies, leading to exciting professions, because they focus on developing durable interpersonal relationships. The countless application domains include heavy or light equipments (public works, building, machinery, transportation), packaging (consumables and equipments), industrial assemblies (automobile, electronics, machine-tools, etc.), all services required by companies or organizations (banking, finance, consulting, distribution, logistics) and all activities of well-known companies such as oil or agri-food companies addressing other companies' needs (detergents for industrial premises or drinks for restaurants, for example). This course, offered in English during the Spring quarter (MKGS31125) and in French during the Fall and Winter quarters (see MKGS31124), deals with the specificity of marketing in these "B2B"

environments. Its objective is to allow the students to extend their knowledge towards these domains, and to provide them with the concepts and methods leading to pertinent diagnosis, analysis and efficient decision making in the complex context of industrial and, more generally, B2B markets. With "B2B Agri-Food Marketing Policy" (MKGS31228), this course is one of the possible pre-requisite courses opening access to the more advanced course on B2B Relationship Management: "B2B Digital Marketing Management" (MGKS31223).

Topics:

- Value for customer organizations.
- Characterizing demand and supply in the B2B context.
- Organizational purchasing behavior.
- Segmentation and positioning methods.
- Differentiation and value proposition.
- Commercial network management.
- Balancing the marketing mix.
- New product and activity management in the industrial (more generally B2B) context.

Teaching methods:

Formal concepts, numerous examples, learning mode based on foundational article reading, business case solving, discussion and experience sharing.

Grading pattern:

Quality of in-class participation, combination of individual and team work, business case solving.

Note: The consumption of **food and drinks** (except water) and the use of **mobile phones** are strictly prohibited during lectures. **Computers** should be strictly used for course-related activities.

MKGS31200

«Contemporary Issues Luxury Marketing» LVMH Chair Seminar

The seminar is reserved to students admitted to the LVMH Chair.

Content:

The seminar includes field projects given by several houses of the LVMH group.

Students work in teams on a current issue facing one of the LVMH houses today. It also allows the LVMH Chair students to learn how to apply their knowledge to real-life problems within the luxury industry.

MKGS31203

Digital Marketing Strategy

Objectives:

As digital is becoming the 1st advertising media globally, this class is the first at ESSEC to give both a deep perspective into digital marketing, channel by channel, as well as the integration of digital within a marketing plan. The course content is highly complementary with the e-Business Strategy & Operations course taught by Peter O'Connor, the e-Business entrepreneurship course taught by Jan Ondrus / Nathan Furr and the Digital Transformation course offered in cooperation with Cap Gemini Consulting.

Topics:

The module will contribute to two of ESSEC's global learning goals:

1. **Managing Process:** Students will be required to master functional area concepts and theories from marketing, sales and information systems and integrate these theories with practical knowledge gained through the module project.
2. **Facing Complexity:** The digital marketplace is very complex and rapidly evolving. Students will therefore have to apply strong analytical skills to understand current practices, develop innovative solutions to address the issues in the main case study project and in-class exercises.

The course aims to provide students with the knowledge, tools and reflexes to build a marketing plan focused on digital, with cost efficiency constraints, based on a real startup case.

More precisely, students will learn:

- How to build a Search Engine Marketing campaign, a Display advertising campaign, an online video campaign, build a social media mix, build a digital influencer strategy, build a mobile strategy
- How to concretely use Google AdWords and Facebook Advertising tools.
- How brands can be efficiently built or reinforced online
- About the history of the Internet as a media, its advertising ecosystem and its key stakeholders.

Each class will follow a similar pedagogical pattern, focusing on a different digital channel each time:

1. Impart knowledge of the history of the digital channel (e.g. mobile, e.g. social media); animate the class through sharing of existing knowledge from the students.
2. Explain the key specificities, issues, trends & possible strategies for each digital channel, through examples; animate the class through finding the pros & cons for each strategy.
3. Presentation of a case study; animate the class through debates on a strategy to apply, and its step-by-step implementation.
4. (When applicable) teach concrete use of digital marketing tools (e.g. Google AdWords, Facebook Ads); animate the class by having them play around with the tools on their computers and do some exercises.

Grading pattern:

Students are graded as follows:

1. Active, in-class participation, also based on readings (25%).
2. Case study work group (groups of 7 on average), consisting in building the digital marketing plan of a given startup with precise budget and objectives (75%). Real startup identified in advance by the teacher.

Assessment based on:

- Slide presentation during last class (15min + 5min question)
- Detailed plan;
- Peer grading within group.

MKGS31223

B2B Digital Marketing Management

See Chapter «Specialized tracks» - B2B Relationship Management Track

Prerequisite(s) - cf. tables

Objectives:

The word “digital” is now on everybody’s lips. Internet has revolutionized our behaviors, and the “internet natives” are now leading the way. As witnessed by today’s greatest brands of the consumer service industries (Amazon, Facebook, Google, etc.), the digital revolution has mostly ignited the BtoC layer of our economy. This course will take a hands-on approach with several sessions devoted to workshops facilitated by digital B2B experts. The first two sessions will be devoted to the introduction of concepts (Session 1) and the introduction of three contrasted company cases (Session 2). Teams of students formed during Session 2 will deal with these cases all along the course, following the three steps of customer base development: The Reach phase (Sessions 3 and 4), the Lead Management phase (Sessions 5 and 6), and the Customer Advocacy phase (Sessions 7 and 8). The last two sessions will be devoted to final case presentations.

Topics:

- BtoB Digital Marketing: Introduction and concept
- Introduction to contrasted business cases
- The Reach phase: getting audiences
- The Lead Management phase: towards new customers
- The Customer Advocacy phase: Retaining and developing customers
- Case presentations and discussions

Teaching Methods:

The course will mostly be based on the application of concepts, tools and

methods to three business cases introduced in Session 2. The student will work in teams of 5 to 6 and will be coached in-session by two BtoB experts.

Grading Pattern:

Student evaluation will be based on the **quality of in-class participation** and on **team work**. The chart below indicates the components of this evaluation (which may be adapted to sessions and trainers).

Note: The consumption of **food and drinks** (except water) and the use of **mobile phones** are strictly prohibited during lectures. **Computers** should be strictly used for course-related activities.

Type	Grade %
In-class Participation (individual)	30%
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presence, timeliness, attitude ▪ In-class research ▪ In-class presentations ▪ Involvement in case discussions and pertinence of contributions. 	
Intermediate Presentations (teams)	30%
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Support documents ▪ Presentations 	
Final Presentations (teams)	40%
Final presentation document	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Team presentation in front of the class during the last two sessions. 	

MKGS31228

Business to Business Agri-food Marketing Policy

See Chapter «Specialized tracks» - Agri-food Track.

See Chapter «Specialized tracks» - B2B Relationship Management Track With “B2B Marketing” (MKGS31125) and its French equivalent “Stratégies Marketing BtoB” (MKGS31124), this course is one of the possible pre-requisite courses opening access to the more advanced course on B2B Relationship Management: “B2B Digital Marketing Management” (MGKS31223).

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 Value Proposition, to complete the link between theory and practice.

Topics:

- Differences between B2C and B2B marketing, and sector-related implications.
- Business purchasing behavior in the agri-food sector.
- B2B market segmentation and positioning.
- Complex B2B negotiation and Key Account Management.

- Bringing and retaining value in the agri-food chains.
- Business channel management in the farm input industry.
- Competitive position analysis and marketing implications.
- Experience sharing from the field.

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 experienced (B2B negotiation) and 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:

- Quality of in-class participation and combination of individual and team work.
- Article reading notes (individual).
- Case preparation (by teams).

Note: The consumption of **food and drinks** (except water) and the use of **mobile phones** are strictly prohibited during lectures. **Computers** should be strictly used for course-related activities.

MKGS31311**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.

Topics:

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

Objectifs :

Ce cours a pour objet d'aborder les principaux problèmes qui se posent sur un plan décisionnel et organisationnel aux entreprises concernées par un développement de leurs activités commerciales à l'étranger, qu'il s'agisse d'exportation, d'implantation de filiales ou de partenariat.

Elle vise en particulier à sensibiliser les étudiants aux concepts, méthodes et formes d'organisation spécifiques à la mise en œuvre d'une stratégie marketing orientée vers la conquête des marchés étrangers.

Thèmes abordés :

Quatre thèmes essentiels seront abordés : Les enjeux culturels du marketing international ; L'analyse et l'approche des marchés étrangers ; Les choix stratégiques et opérationnels du marketing mix international ; Les différentes modalités d'accès aux marchés étrangers.

On traitera des problèmes de culture, de segmentation internationale, de positionnement à l'international et de pays d'origine, de communication internationale et de marque, de modes de distribution.

Méthodes pédagogiques :

Le travail se fera par une approche basée sur la mise en œuvre de concepts et méthodes en marketing international, avec le traitement de cas divers en BtoB et en BtoC, dans des situations variées. Le cours sera largement basé sur des cas et des mini-cas ; et un dossier à traiter. L'objectif est de faire en sorte que les étudiants aient des bons raisonnements analytiques, et une bonne maîtrise de concepts utiles, dans une perspective

de prise de décisions stratégiques et opérationnelles.

Evaluation :

Travaux de groupe et individuels.

MKGS31313

International Marketing in Asia

Given on the ESSEC Campus in Singapore

Objectives and Topics:

This course is designed to provide you with an up-to-date overview of the field of marketing in the international arena (*the focus will be on 1) emerging Asian markets and 2) bottom-of-the-pyramid markets*).

It explores the functional marketing operations of organizations and examines the key elements of a marketing manager's decision-making process. While exploring the core marketing concepts, we will keep in mind the environment faced by organizations and that the effectiveness of organizations depends on their willingness to adapt to the changing cultures and environments. Therefore, we must understand how the concepts and principles work under conditions of increasing globalization.

Teaching methods:

To further apply marketing concepts and enhance problem-solving and team-building skills you are to select a team of 5 class members. The objective of the group project is to develop a marketing plan for a new product or service in an emerging market/BOP market.

In phase 1, you will work on a new product development exercise for the market. Your group can pick any brand (brands will be assigned on a first-come first-served basis if there are any duplicates). You will conduct a SWOT analysis for the assigned brand, and then come up with a new product/service idea to extend the brand. The product/service idea needs to contain *new* product features as compared to any existing product on the market tailored to cater to the new market segment. You will present the specific product concept and positioning

strategy in class, and receive feedback on your ideas.

In phase 2, you will develop and refine the marketing mix with an emphasis on the product and marketing communication. Your plan must include the use of traditional and non-traditional media to market the product. You will need to demonstrate that your recommendation fits within the overall IMC plan and the strategic positioning of this new product. Think out-of-the box. Creativity will be rewarded.

Grading pattern:

There will be ONE final exam at the end of the semester. This exam will cover all material that had been discussed and assigned since the beginning of the course. Specifically, the materials will be drawn from the lectures, assigned articles etc. See course schedule for exam date.

- Group Marketing plan projects (40%)
- Group class exercises (10%)
- Class participation (10%)
- Final exam (40%)

MKGS31452

Séminaire de la Chaire Grande Consommation (1)

Ce séminaire est réservé aux membres de la chaire Grande Consommation et s'articule chaque année autour d'un thème central lié à la Consommation & à la RSE. Il se veut un lieu d'échange et de réflexion sur la responsabilité de l'industrie et du commerce de grande consommation à l'égard du monde, parce que ce secteur nourrit et fournit au quotidien des dizaines de millions de foyers, impacte massivement les ressources, l'environnement, l'écosystème et la bio-diversité et emploie directement et indirectement plus d'un million d'hommes et de femmes en France. Les étudiants ont un projet de recherche à effectuer en binôme autour d'un thème. Par exemple en 2016, les étudiants ont travaillé autour du livre « La voie » d'Edgar Morin et publié un manifeste aux présidentiables pour améliorer la

consommation sur les sujets alimentation, agriculture, commerce, et écosystème. Un intervenant, différent sur chaque séance et issu des ONG, du monde politique, des associations de consommateurs, ou des instituts d'étude, vient partager son point de vue sur la question selon un format qui se veut interactif.

MKGS31453

Séminaire de la Chaire Grande Consommation (2)

Ce séminaire, réservé aux membres de la chaire est dispensé en semaine bloquée au T2 ou T3 sous la responsabilité du Directeur Exécutif. Cette semaine nous permet généralement de visiter plusieurs sites (usines notamment), de mieux découvrir certaines entreprises de l'intérieur, et d'aller découvrir le retail dans un pays étranger (Chine en 2016, Suède en 2015, NL en 2014, Russie en 2013).

MKGS31461

Séminaire de Chaire Vente et Stratégie Marketing «Synthèse»

Ce séminaire (au T3) est réservé aux membres des chaires VSM et CSM, et dispensé par les entreprises partenaires des chaires sous la responsabilité de son titulaire.

Objectifs :

Les objectifs du cours sont les suivants :

- Comprendre le lien entre la stratégie marketing de l'entreprise et sa stratégie de distribution (choix des canaux, sélection des distributeurs, organisation de la force de vente, stratégie promotionnelle...).
- Identifier les évolutions à l'œuvre dans les stratégies de distribution (émergence des nouvelles technologies, sophistication des offres, internationalisation...).

La diversité et la complémentarité des entreprises partenaires qui interviennent dans le cours permettront aux étudiants

d'acquérir une capacité de synthèse de la fonction vente et stratégies commerciales à travers divers secteurs et différentes problématiques.

Pédagogie :

Chaque séance est basée sur une présentation de la stratégie de distribution ou de consommation d'une entreprise partenaire des chaires.

Les étudiants devront également prendre en charge la réalisation d'une mission de conseil dont le sujet est proposé en janvier par chacune des entreprises des chaires. Ils devront redéfinir la problématique confiée, rédiger une proposition d'intervention, réaliser une collecte de données et rédiger une synthèse et des recommandations.

Evaluation :

Les étudiants devront réaliser une mission de conseil, par petits groupes, pour l'une des entreprises partenaires des chaires. Ce travail fera l'objet de la remise d'un rapport écrit et d'une soutenance orale et représente 80 % de la note de ce cours. L'évaluation est également basée sur la participation orale active aux discussions lors de chacun des séminaires.

MKGS31462

Séminaire de Chaire Vente et Stratégie Marketing «Vente et communication»

Ce séminaire (au T2), est réservé aux étudiants de la chaire.

Objectifs :

Ce séminaire vise à donner aux étudiants une vue de synthèse très actuelle des stratégies de relation-client dans les entreprises et des problèmes. En outre, les étudiants bénéficient d'une formation à l'expression orale ainsi qu'aux différents aspects de la négociation en entreprise.

Thèmes abordés :

L'orientation client
Les enjeux de la relation-client
Les spécificités de la relation-client en BtoB et en BtoC

Les spécificités de la relation à l'international

Le rôle du gestionnaire de comptes-clés

Pédagogie :

- Des exposés théoriques couvriront un éventail d'approches de la prise de décision.
- Des intervenants issus de différentes entreprises viendront présenter des problématiques actuelles des entreprises.

Evaluation :

- Des travaux de groupe seront réalisés en vue de l'application des notions apprises par les étudiants. Ils donneront lieu à des exposés oraux.

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

This course, reserved to LVMH Chair students, is also opened to ESSEC students as well as exchange students depending on the available seats.

Objectives:

In many sectors such as apparel, accessories, watches & jewelry, food, wines & spirits, even sometimes beauty, 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 that will enable them to differentiate from their competitors, 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 by integrating retail margins in-house and capitalizing on sophisticated inventory and supply chain procedures.

For many companies operating in the luxury sector, this strategic opportunity often turns

into a challenge as the level of investments required to develop a retail strategy is extremely high and the risks of making the wrong decisions or investments are more and more important. But in addition, we can observe in many luxury brands or groups, a real deficit of skills, corporate retail culture and qualified staff at all levels of the chain from store back office to regional retail organizations.

In this context the main objective of this course is to provide participants with in-depth understanding of luxury retail. This course aims at training participants on the complexity and growing importance of managing luxury retail stores, at the level of store manager, area retail manager or retail director. Specifically, this course will give participants all the business and managerial tools required to properly manage a luxury retail organization. It will deliver technical and conceptual tools and also it will share with participants some of the best practices but also highlight the pitfalls of luxury retail management.

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.

Topics:

The course will cover the following topics:

- **Customer experience:** what are the characteristics of the customer experience in luxury, how to craft and manage the customer experience, what specific services are essential in a luxury retail environment, how the "attention to details" translates at the level of the store manager and his staff;
- **Retail operations:** understanding retail margins dynamics and control points in the modern luxury retail environments;
- **Digital transformation:** how to digitalize the customer experience

on-line and in store, how to develop a cross-channel strategy that combines on-line and off-line.

Teaching methods:

The class will be organized through a mix of field study, reading of the latest research articles in luxury retailing, discussion of real case studies and conferences by retailing managers. This methodology will attempt to maximize participant's learning experience. In-class discussions and exchanges will be a critical part of the course.

The class is organized around 5 elements:

- **Class discussion:** based on reading of academic research articles on luxury retailing, students will discover the latest concepts in luxury retailing and consumer experience. Discussions will enable students to get a deeper understanding of luxury and of "the magic" of the luxury experience.
- **Business Project:** in partnership with a company, the students will have to work on a business project related to luxury retailing;
- **Guest speakers:** in the class, we will welcome several managers working in luxury retailing. They will share their experience with us and provide us operational tools on operation management (both retail and wholesale).
- **Connected store projects:** students will work on luxury store digital transformation. They will have to propose an innovative project of a connected store.
- **Retail Safari:** students will have to visit luxury stores. Based on an observation guide, they will observe and analyze the "magic" of the luxury experience at work.

Grading pattern:

- Retail safari (individual work): 50 % of the final grade.
- Project (group work): 40% of the final grade.
- Connected store project (group work): 10% of the final grade.

MKGS31471

LVMH Chair Seminar “Fundamentals of Luxury”

The seminar is reserved to students admitted to the LVMH Chair.

Introduction:

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. These are privileged opportunities for the students to interact with professionals who are eager to share their passion, experience and know-how.

Topics:

- Creation and design
- Product development (marketing).
- Operational marketing (customer relationship management, merchandising)
- Marketing communications (media relations, events management, public relations)
- Distribution and retail (e-commerce, exclusive distribution)
- Intellectual property and legal issues

MKGS31475

Product Management in Fashion

This course is mandatory for the LVMH students Chair. Open to other students depending of the number of seats available.

Abstract:

Each season, fashion collections relentlessly emerge between fascinating creative impulses and challenging strategic, rational and organizational rules which question one another. Thus, in many prospects, every completed collection is a wonder. And this course is a «How to» guide to effective product development and management in Textile & Fashion.

It is most useful for students without any prior experience in Product Development and who want to understand how collections go live.

Objectives:

After this course, you will gain a practical understanding of what it takes to

effectively develop and manage Products in Textile & Fashion, i.e.:

- Understand the Fashion environment and know key designers and trends,
- Understand Value Chain, business models and key processes (creative process, forecasting, development planning, collection assessment, line promotion, etc.).
- Experience the setting up of a new product range.

Teaching methods:

The course will be conducted on a lecture and class discussion basis, and will be extensively based on experience sharing. Practical appraisal skill of major fabrics structure will be given during fabric swatches observation sessions, held during every class starting from session #2. The final group project will allow you to apply the key learnings in a creative and operational way:

- The group will have to set up a mini collection of loungewear range for an existing mainstream designer brand.
- Delivery must include:
 - New range Value Proposition.
 - Positioning illustrative of brand DNA + detailed brand platform.
 - Target client profiles.
 - Full merchandising and collection plans.
 - Pricing strategy backed by storechecks.
 - 1 full technical file...
- A dedicated project toolkit will be available on the course website, for your reference.

A Fashion Management glossary has been specifically developed for that course. Students are required to know every definition of that glossary and will have to complete a glossary-related quiz during the term.

Grading pattern:

Evaluation is based on a mix of quiz, class participation and group project. For the final project, the groups are required to define and develop a full concept and associated Business Plan.

A peer assessment evaluation individual contribution to group effort is required and will impact the final grade.

Grading is weighted as follow:

- Group project (40%)
- Designer Monography (15%)
- Fashion Glossary Quiz (15%)
- Textile Quiz (15%)
- Class participation (15%)

MKGS31477

Luxury Retail Excellence and Merchandising

Abstracts:

Every merchant Brand aiming at sustainable growth is compelled to understand how to design robust Value Propositions and to secure the most efficient accesses to its markets.

As a matter of fact, no brand can become successful and remain profitable in the long run without developing expert skills in designing great offerings, and without securing Retail Excellence.

Being a luxury brand adds an extra challenge as its main asset -its brand DNA- must fully translate into its Value Proposition while meeting some clients and shareholders expectations with every of its new offering launch.

To prepare future managers to effectively tackle those challenges, this course develops a comprehensive theoretical and practical understanding of related stakes in terms of Value Proposition Design, Go-to-Market Strategy, Retail Concept Design, and Retail Management.

Students enrolling in this course will thus be asked to develop a full project showcasing a unique Business Concept for a luxury brand, with the associated Go-to-Market schemes and related Business Plan.

Objectives:

The objectives of this course are to give you the frameworks and tools to understand what it takes to effectively

gain access to consumers in the luxury industries, i.e.:

- What are the typical requirements of Business Model building?
- How to design a great Value Proposition?
- What it takes to set up a consistent Retail Strategy?
- How to design a Retail Concept?
- How to effectively merchandise a product range?
- How to secure products availability while managing scarcity?
- How to decipher a point of sale, what makes it efficient, how to manage it?
- How to handle consumers in the point sale (from selling and servicing perspectives)?

After taking this course, you will be able to design great Value Propositions and set up associated Business Plan, fit for a luxury context.

Teaching methods:

The course will combine a theoretical approach, focused case studies, intensive experience share and class discussions. Depending on weekly specific agenda, every class will bring together:

- A presentation of main analytical frameworks and toolkits (theoretical approach).
- Individual case studies (11 submitted during the term). Every student must complete 1 individual case; every case is discussed in class.
- Field analysis aiming at finding out examples associated to the fields covered in class.

The final group project will allow you to apply the key learnings in a creative way:

- Your group will have to propose an idea you think is suitable to make up the basis for a new Business Creation in a luxury environment.
- You will then need to translate that idea into a consistent Business Model and you will have to document every bricks of that model and develop the associated

business plan (including basic financials and break even analysis).

- A dedicated project toolkit will be available on the course website, for your reference.

A Retail glossary (*of > 300 Retail terms*) has been specifically developed for that course. Students are required to know every definition of that glossary and will have to complete a glossary-related quiz during the term.

Grading pattern:

Evaluation is based on a mix of individual case, quiz, class participation and group project.

For the final project, the groups are required to define and develop a full concept and associated Business Plan.

Grading is weighted as follow:

- Group project (40%)
- Individual case (30%)
- Retail Glossary Quiz (15%)
- Class participation (15%)

MKGS31481

Sports Marketing: the Organizer's Point of View

Objectives and Topics:

This seminar aims at grasping the methods of operation, decision and action of sports institutions, mainly in strategic and business perspectives. For the last 5 years, this seminar is held in London and is highly interactive as guest speakers from the sports business are invited annually to tackle major topics of the field.

Grading pattern:

The seminar is evaluated taking into account results obtained from field studies (see paragraph below) with the Chair's partners, case studies and mini-cases conducted during the different sessions.

MKGS31485

Economy, Governance and Organization of International Sport

Objectives and Topics:

This course is conducted in the form of small conferences and offers students the opportunity to acquire fundamental knowledge of International Sports Governance of Institutions such as the IOC and UEFA. It highlights the impacts and consequences of the organisation of big events such as The Champions' League, for example.

Grading pattern:

Presence and participation in the different conferences held will be taken into account in addition to student performance in analysing case studies conducted during the relevant sessions.

MKGS31487

Marketing Through Sports: Analysis of Company Perspective

Objectives and Topics:

Since 2008, this seminar takes place at the Headquarters of the UEFA in Nyon and the IOC in Lausanne in Switzerland. It has for objective to treat strategic and tactical issues of the use of Sports by companies. These issues go way beyond the field of communication. This seminar is the occasion for the student to compare the theoretical principles of sports marketing, presented in earlier classes and exchanges, to the realities and demands of companies within the field.

Recognised and prominent professionals from the highest realms of the Sports Marketing sector, share regularly with our students their expertise in order to improve the students' knowledge in Sports Marketing and Management.

The seminar allows students to develop their understanding of the different aspects, functions and marketing practices and know-how of the different companies involved in the Sports industry.

Grading pattern:

Grades will be based on case studies (see paragraph below) done in collaboration with professional partners and mini-cases conducted during the different sessions.

MKGS31491**Case Studies in Business Analytics****Objectives:**

This course aims at familiarising the students with Business Analytics projects and initiatives by presenting several cases from the industry. The cases will be presented by senior practitioners from Accenture with different backgrounds in term of industry, function, and country.

Topics:

Each session is dedicated to a specific sector or industry. Students will discuss with the different lecturers the case presented in class.

Teaching methods:

Students are expected to have a good grasp of Data Analytics techniques and tools for this course. The students need to have completed the course Big Data Analytics (or being in the process of completing it) or a similar training.

Grading pattern:

Students will work in groups on a specific case study they will select in agreement with the course facilitator. A special attention will be paid to the «value case» of the raised issue and the performed analysis.

MKGS31492**Séminaire chaire Management des Savoir-Faire d'Exception**

Ce séminaire est réservé aux étudiants admis à la chaire et doit être obligatoirement suivi au T2 et T3 (2UV).

Objectifs :

La chaire Management des Savoir-Faire d'Exception a pour mission d'aider à la formation de futurs managers ayant une compréhension et une vision globales des savoir-faire d'exception.

Plus spécifiquement, elle a pour objectifs de :

- a) Fournir aux étudiants les clés de compréhension nécessaires pour maîtriser les enjeux que représentent le processus de création, l'innovation et les savoir-faire dans l'industrie du luxe. En analysant les savoir-faire exceptionnels, les étudiants seront exposés aux problématiques managériales et enjeux opérationnels liés à l'organisation de ces métiers en entreprise ;
- b) Sensibiliser les étudiants aux défis liés à la valorisation de cet atout unique, et discuter des leviers de développement de ces savoir-faire d'exception.

Pédagogie :Enseignement :

- Introduction : Définition du périmètre, importance culturelle et économique, réalité des savoir-faire,
- Chaîne de valeur et enjeux : écosystèmes, sous-traitants, entrepreneurship, artisans,
- Recrutement, développement,
- Points de tension,

Visites & rencontres :

- Visites Ateliers & rencontres chez les entreprises partenaires et artisans.
- Process de création et Opérations : développement produit, de création, Logistique, SAV, process de production,
- Projet Final en équipe : Workshop en trio (1 étudiant ESSEC, 1 étudiant ingénieur, 1 artisan) avec design/prototype/ business plan...

Evaluation :

Les activités de la chaire s'étalent sur 2 trimestres (T2) et travail sur le projet au T3, projet pouvant continuer jusque fin juin. Un stage de 6 mois (juillet à décembre) sera à réaliser chez l'un des partenaires de la chaire.

Les professeurs du département / *Faculty Department Members*



Niek ALTHUIZEN, professeur assistant
PhD in Marketing Management, Rotterdam School of Management,
Netherlands – MSc in Agricultural Economics, Wageningen University,
Netherlands
A l'ESSEC depuis 2006



Albert C. BEMMAOR, professeur
PhD in Management, Purdue University – D.E.A. Sciences de Gestion,
Université Grenoble II – MBA, Columbia University, New York –
Diplôme Ecole Supérieure de Commerce, Marseille
A l'ESSEC depuis 1980



Martine BRONNER, professeur enseignant (en détachement)
Chargée de mission Marketing Stratégique
Diplôme ESSEC – Maîtrise en Sciences Economiques, Université Paris X-
Nanterre
A l'ESSEC depuis 1992



Raphaëlle BUTORI, professeur assistant
Doctorat en Management, Université Paris IX-Dauphine – Master
Recherche Marketing et Management, Université Paris IX-Dauphine –
Diplôme, Majeure CEMS, HEC – MSc in International Management,
Bocconi University, Milan
A l'ESSEC depuis 2010



René Y. DARMON, professeur honoraire
PhD, Wharton School, University of Pennsylvania – MBA, Columbia
University, New York – Diplôme ESSEC
A l'ESSEC depuis 1990



Arnaud DE BRUYN, professeur
PhD in Business Administration, Pennsylvania State University
B.A. in Economics, Université de Liège
A l'ESSEC depuis 2004



Pierre DESMET, professeur
Professeur agrégé à l'Université de Paris IX-Dauphine
Professeur agrégé des Facultés en Sciences de Gestion – PhD ESSEC
Doctorat d'Etat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine
Doctorat de 3^{ème} cycle en Sciences de Gestion, Université Lille I
Diplôme IESEG
A l'ESSEC depuis 1986



Delphine DION, professeur associé
PhD in Management Sciences, University of Rennes, School
of Management - Master in Marketing, University of Rennes, School
of Management
A l'ESSEC depuis 2015



Hubert FAUCHER, professeur enseignant

Responsable de la filière B2B Relationship Management

PhD in Agricultural Economics, Cornell University – Mastère en Economie et Gestion Agro-Alimentaire, IGIA – Diplôme d'Ingénieur en Agriculture, ESAP

A l'ESSEC depuis 1996



Nicolas GLADY, professeur associé

Titulaire de la chaire Accenture Strategic Business Analytics

Directeur du K-Center

PhD in Economics, K.U. Leuven, Belgium – Chartered Financial Analyst level I, CRA Institute – Postgraduate in Management, Solvay Business School, ULB Brussels – Master of Civil Engineering, Polytechnique, ULB Brussels

A l'ESSEC depuis 2009



Reetika GUPTA, professeur associé

Campus de Singapour

Associate academic Director Global BBA

PhD in Marketing, Baruch College/CUNY, New York, USA – Post Graduate Diploma Program in Communication (PGDPC), Mudra Institute of Communications, Ahmedabad, India

A l'ESSEC depuis 2013



Thierry LARDINOIT, professeur enseignant

Doctorat, Université Catholique de Louvain – Diplôme de 2^{ème} cycle en Administration et Gestion des Entreprises, Université Catholique de Louvain – Maîtrise et Agrégation en Education Physique

A l'ESSEC depuis 1996



Emmanuelle LE NAGARD-ASSAYAG, professeur
Vice-Doyenne en charge de la pédagogie
Responsable pédagogique du programme CPI
Responsable de la filière Business Design & Innovation
Doctorat en Marketing, HEC – Habilitation à diriger les recherches,
Université Paris IX-Dauphine – D.E.A. Economie Appliquée, Diplôme
Institut d'Etudes Politiques de Paris – Diplôme Ecole Supérieure de
Commerce de Paris – Maîtrise en Lettres Modernes, Paris IV-Sorbonne
A l'ESSEC depuis 1997



Richard Mc FARLAND, professeur
PhD in Marketing, Georgia Institute of Technology –
MBA, University of Arizona
A l'ESSEC depuis 2015



Simon NYECK, professeur enseignant
Directeur académique du Pôle Luxe
Responsable de la chaire Management des Savoir-Faire d'Exception
Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine –
PhD ESSEC – D.E.A. Sciences de Gestion Paris X-ESSEC-HEC – Professeur
agrégé de l'Université Laval, Québec
A l'ESSEC depuis 2000



Frédéric OBLE, professeur enseignant associé
Responsable pédagogique du Mastère Spécialisé Management International
Agro-Alimentaire
Doctorat 3^{ème} cycle en Génie des Systèmes Industriels, Institut National
Polytechnique de Lorraine, Nancy – Diplôme d'Ingénieur Agronome, Ecole
Nationale Supérieure d'Agronomie et des Industries Alimentaires, Nancy –
Diplôme d'Ingénieur en Génie des Systèmes Industriels, Institut National
Polytechnique de Lorraine, Nancy
A l'ESSEC depuis 1996



Ayşe ÖNÇÜLER, professeur

Directeur académique du Programme Executive MBA

PhD in Decision Sciences, Wharton School, University of Pennsylvania –

M.A. in Managerial Science and Applied Economics, Wharton School,

University of Pennsylvania – B.A. in Economics, Bogazici University,

Istanbul – Certificate in Econometrics, London School of Economics

A l'ESSEC depuis 2008



Bernard PRAS, professeur

Professeur agrégé à l'Université Paris IX-Dauphine

PhD in Business Administration, Indiana University – Doctorat d'Etat en

Sciences Economiques, Université Paris IX-Dauphine – Professeur agrégé

des Facultés en Sciences de Gestion – Diplôme ESSEC

A l'ESSEC depuis 1973



Sonja PROKOPEC, professeur assistant

Campus de Singapour

Titulaire de la chaire LVMH

PhD in Marketing, University of Houston – MBA, University of Central

Florida, B.S. in Business Administration, Marketing, Summa Cum Laude,

University of Central Florida

A l'ESSEC depuis 2007



Jean-Marc XUEREB, professeur

Responsable du département Marketing

Titulaire de la chaire Vente et Stratégie Marketing

Titulaire de la chaire Communication et Stratégies de Marque

Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine –

D.E.A. Stratégie et Management, Université Paris X-Nanterre

A l'ESSEC depuis 1992

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Jean-Pascal ALBERTINI – Jean-Jacques ANDRE – Françoise BATHIE – Philippe BOURRAT – Philippe COHEN – Alexis DE LA TOUR DU PIN – Bernard DOULLE – Véronique DRECQ – Rémy GERIN – Chantal LAI – Charles LEPEU – Arnaud LEROI – Patrick LUCIANO – Anne-Flore MAMAN-LARRAUFIE – Anne MAREUIL – Céline MAS – Denis MORISSET – Frédéric PERODEAU – Anne PLACET – Cécile PREAUBERT – Nathalie RAMANANTSOA – Laurence VERDICKT – Maïlys VICAIRE-TOULEMONDE – Stéphanie VILLOT – Cécile VINIANE – Valérie WASSON – L'OREAL – PROCTER & GAMBLE – STRATE ECOLE DE DESIGN – UNILEVER

Transportation Research Part D
Contents lists available at ScienceDirect
journal homepage: www.elsevier.com/locate/trd

Expert Systems with Applications
Contents lists available at ScienceDirect
journal homepage: www.elsevier.com/locate/eswa

OPERATIONS RESEARCH
Vol. 58, No. 3, March–April 2010, pp. 274–288
ISSN 0360-5917 (print) / ISSN 1526-5527 (online)

Journal of the Operational Research Society
Vol. 61, No. 1, January 2010, pp. 1–14

Dynamic pricing policies for interdependent perishable products or services using reinforcement learning
Rupal Rana^a, Fernando S. Oliveira^{b,c,*}

Capacity Rationing in Stochastic Rental Systems with Advance Demand Information
Felix Papp, Ulrich W. Thonemann

Production capacity buildup and double marginalization mitigation in a dynamic supply chain
David El Ouadi^a and Gary Erickson^b

Global Supply Chains
EVALUATING REGIONS ON AN EPIC FRAMEWORK
ECONOMY, POLITICS, INFRASTRUCTURE, AND COMPETENCE
Mandyam M. Srinivasan | Theodore P. Stack | Philippe-Florent Dorzic | Kenneth J. Paterson

LE DESIGN THINKING AU SERVICE DE L'INNOVATION RESPONSABLE
MAXIMA

Network Diagram:
A network diagram with nodes and connecting lines, including names like XAVIER PAVIE, DAPHNE CARTH, CORINNE JOUANY, and FRANÇOIS VERR.

Distribution, production, approvisionnement, service, mais aussi soutien après-vente, reverse logistique ou encore innovation... : ce sont les faits concrets de l'activité de nombreuses entreprises dans le domaine industriel, de la distribution ou des services. 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 avec 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... Le management des opérations contribue à la production de services (disponibilité, délai, fiabilité) ainsi qu'à l'optimisation de la performance de l'entreprise en matière de coût et de création de valeur. La production correspond à un volet essentiel du management des opérations. 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, souvent identifiée aux problèmes opérationnels de transport et de stockage, constitue un autre volet du management des opérations.

Distribution, production, supply, service, but also product support, and reverse logistics and innovation are concrete aspects of business in many companies in the manufacturing, distribution, or service sectors. With the globalization of trade and production, shorter product life cycles, the race to innovation, and more generally, the complexification of the economy, operations management has become an essential business concern. Operations management provides strategic and operational direction for all or part of many activities, including product or process design, production, product availability and quality, purchasing and supplies, product support, and recycling. Operations Management contributes to service production (availability, lead time, and reliability) and helps to optimize a company's value creation and cost performance. Production is an essential facet of operations management. In a highly competitive environment, companies look to develop more efficient production systems in order to build competitive advantage. Possible approaches include delayed differentiation, mass production, and customized production. Market segmentation and product portfolio definition are a necessary part of operations management system design, which must also be based on an efficient purchasing structure and supply network.

Logistics, which is often identified with the operational problems of transportation and storage, is another facet of management operations. Logistics is the process of designing and organizing the networks through which products and information flow within the company and includes their day-to-day management. Generally speaking, it also includes resolving customer service problems at minimum cost to the company. An extension of logistics, supply chain

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.

En 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 de flux. 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 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-clé 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. Les étudiants intéressés peuvent, le cas échéant, choisir de suivre un des trois cours fondamental et d'approfondir leur connaissance dans la matière en suivant la filière spécialisée en Management des Opérations et de suivre certains cours MOP à Singapour au T1.

A noter que certains cours sont en coopération avec le Département Management.

management, has become a vital strategic tool for the comprehensive coordination of all supply chain components. Supply chain management builds a collective framework for components with different objectives in order to maximize overall supply chain efficiency, all while complying with contractual income sharing rules. At the network level, supply chain management helps to coordinate horizontal strategies among businesses, making it a key factor in their competitiveness.

Operations Management includes innovation. In every sector of economic activity, innovation is at the heart of business development strategy. Implementing innovation often requires direct access to technological resources, either through in-house R&D or by means of external (supplier) collaborations. Management of innovation contributes to the transformation of product development methods, as well as production and consumption.

Interested students may select one of three courses as a core course and further deepen their skills by selecting the specialized Track "Operations Management".

To note: some courses are delivered in cooperation with the Management Department.



**COURS FONDAMENTAUX /
CORE COURSES***

MOPO31211
Revenue Management

MOPP31100/MOPP31101
Management Supply Chain
Supply Chain Management

MOPP31105
Operations Management

MOPP31230/MOPP31231
Mngt des achats & appro.
*Purchasing & Procurement
Management*

*9^{ème} cours fondamental obligatoire pour tous les étudiants intégrant le cycle Master à partir de 2014-2015. / 9th core course for all students entering the Master program from 2014-2015.
Ces cours, s'ils ne sont pas pris comme cours fondamentaux, comptent comme des cours électifs de gestion. / These courses, if they are not taken as core courses count as elective course management.

**COURS ELECTIFS /
ELECTIVE COURSES**

MOPO31212/MOPO31213
Pilotage Supply Chain : outils
appliqués
Supply Chain Analytics & Tools

MOPP31232
Gestion de projet

MOPP31107
Sustainable Operations Mngt

MOPI31201/MOPI31202
Responsible Innovation
Innovation responsable

MOPI31203/MOPI31204
Services Management
Management de Services

**MGTM31356/
MGTM31357**
Management d'innovation
Innovation Management

MGTP31324
Transhumanisme : les enjeux
économiques, sociétaux
et philosophiques

MANAGEMENT DES OPERATIONS / <i>OPERATIONS MANAGEMENT (MOPO - MOPP)</i>		Responsable(s) du cours <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Equivalent(s)/ <i>Equivalent(s)</i>
Cours fondamentaux / Core Courses				
<i>MOPO31211</i>	<i>Revenue Management</i>	P-P. Dornier		
<i>MOPP31100</i>	<i>Management Supply Chain</i>	P-P. Dornier		<i>MOPP31101</i>
<i>MOPP31101</i>	<i>Supply Chain Management</i>	P-P. Dornier		<i>MOPP31100</i>
<i>MOPP31105</i>	<i>Operations Management</i>	P. De Giovanni		
<i>MOPP31230</i>	<i>Management des achats & appro.</i>	F. Papier		<i>MOPP31231</i>
<i>MOPP31231</i>	<i>Purchasing & Procurement Mngt</i>	F. Papier		<i>MOPP31230</i>
Cours électifs/ Elective courses				
<i>MOPO31212</i>	<i>Pilotage Supply Chain</i>	F. El Ouardighi		<i>MOPO31213</i>
<i>MOPO31213</i>	<i>Supply Chain Analytics & Tools</i>	F. Papier		<i>MOPO31212</i>
<i>MOPP31107</i>	<i>Sustainable Operations Mngt</i>	P-P. Dornier		
<i>MOPP31232</i>	<i>Gestion de projet</i>	F. El Ouardighi		
<i>MOPI31201</i>	<i>Responsible Innovation</i>	X. Pavie		<i>MGTA31142, MGTA31143, MOPI31202</i>
<i>MOPI31202</i>	<i>Innovation responsable</i>	X. Pavie		<i>MGTA31142, MGTA31143, MOPI31201</i>
<i>MOPI31203</i>	<i>Services Management and Marketing</i>	X. Pavie		<i>MGTA31138, MOPI31204</i>
<i>MOPI31204</i>	<i>Management et Marketing des Services</i>	V. Yakubovich, X. Pavie, K. Yong		<i>MGTA31139, MOPI31203</i>
<i>MGTM31356**</i>	<i>Management d'Innovation**</i>	V. Yakubovich, X. Pavie, K. Yong		<i>MGTA31140, MGTA 31141, MGTM31357</i>
<i>MGTM31357**</i>	<i>Innovation Management**</i>	X. Pavie		<i>MGTA 31141, MGTA31140, MGTM31356</i>
<i>MGTP31324</i>	<i>Transhumanisme : les enjeux économiques, sociétaux et philosophiques</i>	L. Bibard, X. Pavie		<i>CPO31450</i>

Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.

Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.

**** Cours proposé au département management mais enseignés par Xavier PAVIE, professeur permanent du département MOP.**

Courses offered by the Management Department but taught by Xavier PAVIE, permanent professor within the OM Department.

MOPI31201

Responsible Innovation

The course explores the emergence of localized models of innovation, as well as the societal value of research & development, as part of a broader reflection on the competitiveness of nations. The beginning of the twenty first century sees many countries, or regions, from Singapore to Finland, from Chile to Israel, placing innovation at the top of their political and economic agenda. After years of uncontested American leadership in the deployment of innovation, China and India are significantly increasing R&D expenditures, funding large-scale technology initiatives, and enforcing policies to catch up with or supplant the US and Europe in a series of high tech sectors. Novel approaches to new product development, talent optimization, and initiative financing are reshaping the global landscape of innovation resources and region attractiveness. In response, multinational companies aiming at strengthening their innovation capabilities adopt a “systems integrator” posture and practice “innovation arbitrage” in order to take advantage of differences in regulatory environments as well as the cost of knowledge workers, specialized services, and other inputs. In the context of a globalized service and knowledge driven economy, questions regarding the contribution of responsible thinking to stimulate and guide the innovation process are becoming of fundamental importance. In other words, how innovation and performance can be reconciled with the need to maintain responsibility for citizens. We will discuss and illustrate the course with real world examples.

Objectives:

- To provide students with an understanding of national innovation models, and of specific research policies

implemented in countries such as the United States, China and India.

- Explore issues regarding the responsibility of the firm in relation to the development of new technologies, advanced technical solutions, and the emergence of breakthrough business models.
- Prepare participants for successful - and responsible - deployment of creative activities in the globalized landscape of open and collaborative innovation environment.

Topics:

“Innovation as the most important ingredient of modern economy”
Building innovation capabilities and the performance of organizations
The shaping of innovation models and the competitiveness of nations
Stimulation of research, intellectual property and systems of diffusion
Productivity of R&D and the emergence of collaborative innovation environments
Role of gender, age, well being and human progress in innovation
toward a responsible approach to innovation and technology development

Pedagogy:

This course benefits from an active teaching approach involving the sharing of scientists “experiences, law makers” discussions, and executives’ dilemmas. Real case analysis and collaborative work complete the students’ experience.

Grading pattern:

Group work (50%)
Individual assignment (50%)

MOPI31202

Innovation responsible

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MOPI31201

MOPI31203

Services Management and Marketing

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 and 70-80% of GNP are accounted for by services in Europe and North America.

Tourism, hotels and restaurants, education, medical services, as well as transport and telecommunication services, consulting and other professional services are all categorised as services. The course addresses the distinct needs and problems of such service organizations in terms of marketing, production and human resource 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 foundation courses.

Topics:

The stimulation of innovation in service organizations, the selection and implementation of appropriate technologies, and the rationalization of value providing processes.

Teaching method:

The teaching method includes case studies, class discussions and group work. This course benefits from the support of ISIS, *Institute for Strategic Innovation & Services*, and its partners: CSC, EDF and La Poste.

Grading pattern:

Case assignments and class participation (50%)

Individual student presentation n°1 (25%)

Individual student presentation n°2 (25%)

MOPI31204

Management et marketing des services

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MOPI31203

MOP031211

Revenue Management

The internet has changed the way businesses operate. The firms can reach a wider range of customers and can react very fast to changes in the market behaviour. Customers as well have access to cheaper and better information and can make better decisions.

Objectives:

On this context, the key challenge is to sell the right product to the right customer at the right price and at the right time. Dynamic Pricing and Revenue Management are techniques used in operations to extract the maximum value from customers, and to improve the management of resources.

Topics:

In this course we cover the following topics:

- (1) Price and product differentiation;
- (2) Markdown pricing and promotions;
- (3) Customized pricing;
- (4) Capacity allocation and network management;
- (5) Overbooking management.

MOP031212

Pilotage Supply Chain : Outils Appliqués

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 logistiques et Supply Chain de grandes entreprises du secteur industriel et/ou de la distribution.

**MOP031213
Supply Chain Analytics & Tools**

Objectives:

Supply chain management is the concept that allows companies to meet today's challenging customer expectations regarding high quality and service at low cost – and to do so profitably. It has become one of the most powerful business concepts that companies all over the world are using to create competitive advantage. However, the enormous amounts of information as well as the complexity of today's supply chains require the support of advanced analytics. Therefore, most companies rely on powerful supply chain tools and applications for planning and executing their supply chains. *No pre-requisites in operations are required to take this course.* This course has two main objectives:

- To familiarize students with the core planning and optimization tasks of a supply chain manager, such as process design or network planning

- To introduce students to supply chain analytics tools that offer solutions to the most prominent supply chain problems. The students work extensively with supply chain software to solve case studies. The course sessions prepare students to identify and tackle the challenges associated with planning and executing complex supply chains and to employ tools for their optimization.

Teaching methods:

This class will be highly interactive. Students work in groups of 4-5 persons to solve several in-depth supply chain case studies that span multiple sessions.

**MOPP31100
Management de la Supply Chain :
stratégie et organisation**

Objectifs :

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.

Thèmes abordés :

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.

Pédagogie :

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.

Evaluation :

Le cours est évalué sur le travail réalisé sur le cas et sur la simulation qui se déroule au cours de 3 séances.

MOPP31101**Supply Chain Management: Strategy and Organization**

For the course outline, please consult the equivalent course MOPP31100.

MOPP31105**Operations Management****Content:**

The *Operations Management* course focuses on the systematic direction and control of the processes that transform inputs into finished goods or services. This course provides insights on the field of production and operations management in international contexts. It is designed to highlight the practical managerial insights and apply rigorous mathematical techniques. The designing, planning, organizing, operating, and controlling of production systems is the focus of this course including analytical models, tools and concepts applicable to managing operations. Managerial challenges in productivity, quality, lot-sizing policy, scheduling, layout, waiting line, and just-in-time systems will be covered.

Objectives:

The overall objective of the *Operations Management* course is to furnish you with knowledge and skills to apply operational principles to international manufacturing environments. The students will develop an understanding of the manufacturing

and operations functions. They will learn to design, plan, operate and control manufacturing, production and operations systems. The course requires the use of analytical techniques to develop critical thinking and to sharpen decision making skills. The students will have the opportunity to apply what they are learning to practical problems through the analysis of several case studies as well as projects to be discussed in class. More specifically, upon completion of the course students will be able to:

1. Understand the definition of operations management and establish the fundamental knowledge of operations management, e.g. strategy, operational models, layouts, scheduling, quality management, etc...
2. Examine the role of operations in any international organization and examine productivity and a system approach to analyzing operations problems.
3. Understand multiple analytical techniques and applications to develop production systems.
4. Identify the key components of product and service design, and the ways to improve reliability in design decisions.
5. Utilize various models and techniques to model complex production systems.
6. Identify the key variables that decision makers utilize in addressing the production (aggregate) planning.
7. Draw and describe an operational process and explain the kinds of information this process provides.
8. Develop an understanding of how operations can provide a competitive advantage in the marketplace.

Teaching methods:

Material will be presented by a variety of teaching approaches including lectures, in-class exercises, multimedia cases, short videos, homework, case analysis and presentation, and class discussion of assigned readings. When possible a cooperative, student-centered learning

approach will be undertaken to enable a high level of student involvement.

Grading pattern:

Final examination (60%)

Group work (40%)

MOPP31230

Management des achats et approvisionnement

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MOPP31231

MOPP31231

Purchasing and Procurement Management

Content:

Purchasing is known for being an integral part of operations management. Car manufacturing companies procure more than 50% of a car from external suppliers, typical electronics companies even 60-70%. Thus, purchasing becomes also one of the central and most critical functions of a company. Companies are increasingly considering purchasing as a strategic function that requires thorough planning and management attention. In this course, we will study the latest concepts, state-of-the-art tools, and well-known industry cases to understand how to effectively manage purchasing in a global context. We will cover basic topics such as the purchasing function, sourcing strategy, and global sourcing, but we will also look at advanced topics such as supplier performance management or sustainable (environmentally friendly) sourcing. *No pre-requisites in operations are required to take this course.*

Objectives:

The course has the objective to prepare students to tackle the managerial challenges associated with purchasing and sourcing in a global world. The course content allows the students to realize the importance of purchasing decisions and to learn the key concepts that are used by successful purchasing managers. This

course is designed for students who are interested in a career in purchasing as well as for students interested in general management but who seek a deeper understanding of the purchasing function as a key component of operations management.

Teaching methods:

The course will be a combination of class presentations, in-class exercises, and case study discussions. Students need to work in small groups to solve case study assignments and give a presentation in class. The course is highly interactive and active participation of the students is expected.

MOPP31232

Gestion de projet

Objectifs :

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.

Pédagogie :

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.

MGTM31356

Management du process d'innovation

Pour le descriptif de cours, veuillez consulter le cours équivalent MGTM31357

MGTM31357

Innovation Process Management

(Taught at Cergy & Singapore)

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 organizing 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, organizational 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

Grading pattern:

Solid contribution to the class discussion, achievement of a case study and of the analysis of a real case innovation project.

MGTP31324

Transhumanisme : enjeux économiques, sociétaux et philosophiques

Objectifs :

Qu'impliquent comme enjeux les considérables avancées techniques, technologiques, scientifiques ainsi que les idéologies qui, ensemble, nous promettent de transcender l'humain ? De le faire vivre jusqu'à près de 1000 ans ?

1. Comprendre sur le plan théorique, et s'approprier personnellement sur la base d'exemples concrets, les notions et les enjeux historiques, économiques et philosophiques du transhumanisme
2. Comprendre et s'approprier également les termes de progrès / innovation / développement en contrepoint d'une compréhension approfondie des sciences et des techniques
3. Prendre conscience du rôle en pratique et de la responsabilité éthique de chacun dans ce contexte inédit de l'évolution de l'espèce humaine
4. Savoir s'orienter dans un contexte de frontières – de plus en plus – poreuses entre développement humain

individuel et croissance collective des organisations

5. Être capable de se poser les questions pertinentes et de contribuer pour soi-même et pour son environnement à un questionnement spécifique de notre temps sur la base d'un débat ouvert, «sans tabou», clair et approfondi, pour et contre le «transhumanisme» afin de dépasser, à l'issue, l'opposition pour savoir à titre personnel comme eu égard à la vie sociale, comment se comporter par rapport à ces questions

6. Acquérir les outils pour gérer au mieux et concrètement, selon son propre point de vue, avec pertinence le rapport entre contrôle et non contrôle ou écoute de la réalité et de l'expérience.

7. Comprendre le transhumanisme pour les organisations, à la fois comme opportunité (nouveaux business model, produits, services) et comme menace (quid du salarié de demain ?)

Les modalités pédagogiques :

Les modalités sont celles expérimentées par le programme BYOC à travers 10 séances. A cela s'ajoutent lectures, travail de cas : Du pacemaker à carmat, le cas du cœur artificiel (réparation des corps), l'exosquelette (amélioration des corps, la PMA et tous thèmes liés à la reproduction des humains – dont l'utérus artificiel etc., le sens des mouvements écologistes, l'altermondialisme, l'évolution de l'agro-industrie.

Intervention de spécialistes du thème

Evaluation :

Toutes les 3 séances un quiz de validation des acquis est proposé (l'ensemble des quiz représentent 60% de la note (3 x 20%). L'évaluation finale (40%) consiste en la rédaction un cas «transhumaniste» actuel qui doit mettre en perspective les enjeux économiques, sociétaux et philosophiques.



Philippe-Pierre DORNIER, professeur
Responsable du département Management des Opérations
Doctorat en Ingénierie et Gestion, Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris – D.E.A. Génie Industriel, Ecole Centrale des Arts et Manufactures de Paris – Diplôme d’Ingénieur Civil des Mines, Ecole des Mines de Nancy – Diplôme ESSEC – Auditeur de la 49^{ème} session de l’Institut des Hautes Etudes de Défense Nationale
A l’ESSEC depuis 1986



Pietro de GIOVANNI, professeur assistant
PhD in Business Administration, ESSEC – Doctorate in Business Administration, UNICAL, Arcavacata di Rende, Cosenza, Italy – M. Phil in BA, ESSEC – MS in Logistics Management and Supply Chain, University of Verona, Italy – BS in BA, Unical, Italy
A l’ESSEC depuis 2014



Fouad El OUARDIGHI, professeur
PhD in Management Science, ESSEC – Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris X-Nanterre-ESSEC – D.E.A. Stratégie et Management, Université Paris X-Nanterre-ESSEC-HEC – D.E.A. Dynamique des Systèmes Productifs et Economie Mondiale, Université Paris X-Nanterre – Maîtrise en Economie de l’Entreprise, Université Paris X-Nanterre
A l’ESSEC depuis 1998



Félix PAPIER, professeur associé
PhD in Operations Management, University of Cologne
MSc Information Systems, University of Muenster
BSc Information Systems, University of Muenster
A l’ESSEC depuis 2011



Xavier PAVIE, professeur enseignant associé
Associate Academic Director GE program (Singapour Campus)
Doctorate, Université Paris X
MSc in Management & Marketing International, IGS
Master degree in Philosophy
Bachelor in Philosophy, Université Paris X
Bachelor in Business administration, Negocia, CCIP
A l'ESSEC depuis 2008



Patrice POURCHET, professeur affilié
PhD, University Aix - Marseille
Master Degree in Applied Organisation, University of Paris
Panthéon-Sorbonne
Master Degree in management of Industrial purchasing
A l'ESSEC depuis

Les chargés de cours / *Adjunct Lecturers*

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

Thierry LOUIS

Professeurs visitants / *Visiting Professors*

Au moment de l'impression, la liste des professeurs visitant n'était pas définitive.



Kimberly, Pourville, and D'Aunno
The Globalization of Managerial Innovation in Health Care
Edited by John R. Kimberly, Gérard de Pourville, and Thomas D'Aunno
CAMBRIDGE

International Management
Vol. 36, No. 1
Creativity
Guest Editor: Annick Bourguignon

Grégory Bénichou
Le Chiffre de la vie

ELSEVIER
Critical Perspectives on Accounting 16 (2005) 353–389
www.elsevier.com/locate/epr
CRITICAL PERSPECTIVES ON ACCOUNTING
Management accounting and value creation: the profit and loss of reification
Annick Bourguignon*
ESSEC Business School, BP 105, 95021 Cergy-Pontoise Cedex, France
Received 17 March 2000; received in revised form 19 September 2000; 25 June 2002; accepted 1 March 2003

Sont réunis ci-après les cours qui ne dépendent d'aucun département pédagogique décrit dans les sections précédentes.

Ces cours abordent des thèmes d'ouverture générale, codifiée CPR, pour Culture, Politique, Responsabilité, ou de chaires dans des secteurs d'activités spécifiques : Chaire Média & Digital (COMD), Chaire Communication et Stratégies de Marque (COMM), Chaire ESSEC Santé, Chaire ESSEC Innovation Thérapeutique (SANT).

The following courses are offered outside of the departments described in the preceding sections.

They include general development courses, code CPR, for Culture, Politics, and Responsibility, or courses associated with specific chairs: the Media & Digital Chair (COMD), the Communication and Brand Strategies Chair (COMM), the ESSEC Chair of Therapeutic Innovation and the ESSEC Chair of Health Systems (SANT).

Chaire Media & Digital/ <i>Media & Digital Chair (COMD)</i>		Responsable(s) du cours <i>Course coordinator(s)</i>	Prérequis obligatoire(s) <i>Mandatory prerequisite(s)</i>	Equivalent(s) <i>Equivalent(s)</i>
COMD31438	Sém. Chaire Mngt des médias	J. Andrès		
COMD31440	Economie des médias	J. Andrès		
Chaire Communication Stratégies de Marque / <i>Communication and Brand Strategies Chair (COMM)</i>				
COMM31425	Sém. Communication synthèse	J. M. Xuereb		
COMM31426	Sém. Communication d'entreprise 1	J. M. Xuereb		
COMM31427	Sém. Communication d'entreprise 2	J. M. Xuereb		
Culture, Politique, Responsabilité / <i>Culture, Politics, Responsibility (CPRO)</i>				
CPRO31205	<i>Geopolitics in Asia (T4 Singapore)</i>	C. Nestorovic		
CPRO31330	<i>Managing in Complexity</i>	L. Bibard, J. Malaurent		
CPRO31400	Sport, dévpt perso & managt	T. Lardinoit		
Expérience en entreprise / <i>Corporate Experience (EXPI)</i>				
EXPI31401	<i>Asian Strategy Project (T1 Singapore)</i>	C. Koenig, L. Bourgeon		

Chaires du pôle santé / Health Chairs (SANT)

SANT31421	Systèmes de santé	G. de Pourville		
SANT31422	Systèmes de santé	G. de Pourville		
SANT31423	Marketing des produits pharma	D. Delval, J-M. Peny		
<i>SANT31427</i>	<i>Ethical Dilemma in Health Ind.</i>	K. Lamiraud		
<i>SANT31425</i>	<i>Managing Therapeutic Innovat.1</i>	K. Lamiraud		
<i>SANT31429</i>	<i>Managing Therapeutic Innovat .2</i>	K. Lamiraud		

In italic, courses taught in English.

**Chaque cours du département a un total de 25 heures de cours et rapporte 1 UV, sauf exception indiquée dans le descriptif.
Each course of the department has a total of 25 contact hours and awards 1 UV, unless otherwise stated in the course outline.**

COMD31438

Séminaire de Chaire Management des médias

Le séminaire est exclusivement réservé aux étudiants de la chaire.

Il a lieu en semaine bloquée.

Objectifs :

Permettre aux étudiants d'acquérir des compétences et connaissances solides parfaitement alignées avec les Learning Goals :

- Managing Process :

- en développant de la maîtrise quant au management des enjeux stratégiques des industries de contenu, tant à partir d'expériences de terrain que de mises en concept.

- Facing Complexity :

- en étant confrontés aux difficultés nouvelles et complexes, stratégiques, managériales et sociétales, ainsi qu'aux solutions apportées par les entreprises de ces marchés notamment dans l'enjeu de la transformation numérique.

- Rising to Leadership :

- en étant mis en interactions avec les dirigeants des entreprises sur des questions mettant en jeu non seulement l'organisation des fonctions clés dans les évolutions actuelles mais aussi les singularités, nécessités et facteurs de réussite managériales dans l'économie de l'immatériel.

- Integrating Societal Context of Business :

- en accompagnant la compréhension et la sensibilisation aux dimensions éthiques, responsables et sociétales des actions, particulièrement sensibles s'agissant d'entreprises de média.

Pédagogie :

- séances collectives de tables rondes professionnelles et études de cas, pour un total de 25 heures.

Les étudiants doivent préparer chaque séance afin de participer à l'échange et d'élaborer un document de référence postérieurement à chaque session.

Evaluation :

- Présence obligatoire
- En binômes, assurer la préparation et modérer au moins une session.
- Réalisation d'un compte-rendu détaillé de chaque session, soulignant les enjeux, les évolutions et les solutions mises en œuvre par les entreprises concernées par la problématique abordée dans la séance. La précision de l'analyse, la compréhension des enjeux et la qualité rédactionnelle sont prises en compte pour l'évaluation individuelle.

La note est constituée à 40 % de la note de la préparation et la modération, à 60% de la note de synthèse.

COMD31440

Economie des médias

Objectifs :

Intégré au cursus Master, ce cours a pour objectif de familiariser les étudiants avec le secteur des médias et des industries culturelles et ses mutations à l'ère digitale. Le cours s'intéresse aux points de vue macro-économique, stratégique, financier et marketing : quels sont les fondamentaux économiques du secteur ? Quelle en est la chaîne de valeur ? 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 les secteurs de la télévision, de la musique, de la presse, de l'édition, du cinéma et des jeux vidéo. 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, et le cas échéant l'intervention de professionnels.

Ce cours s'inscrit dans la Chaire Media & Digital 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'école.

COMM31425**Séminaire de communication
synthèse****Objectifs :**

Faire découvrir aux étudiants les enjeux de la communication et la variété des métiers qui y sont liés par le biais d'intervention de professionnels des grands groupes de communication, publicité, médias et autres. Les représentants des différentes entreprises partenaires auront l'occasion de présenter aux étudiants les thématiques de communication auxquelles ils ont à faire face.

Pédagogie :

Le séminaire COMM31425 est noté sur la participation active des étudiants à la mission de Conseil qui leur sera confiée en début de semestre. Les étudiants mettent en pratique chaque année les connaissances théoriques apprises en écrivant des articles, blogs et autres...

COMM31426**Séminaire de communication
d'entreprise**

Ce cours réservé en priorité aux étudiants de la chaire «Communication et stratégies de marque» pourra être proposé à d'autres étudiants ESSEC en fonction des places disponibles. Ce séminaire doit obligatoirement être suivi par tous les étudiants qui s'y inscrivent au T2 et T3.

Objectifs :

Le séminaire COMM31426 donne aux étudiants une approche pratique des différents aspects de la communication d'entreprise qui sont les suivants :

- Communication institutionnelle.
- Communication interne.
- Communication de recrutement.
- Communication financière.
- Communication des dirigeants.
- Relations médias/entreprises.
- Communication événementielle.
- Communication de la marque : Identité visuelle/design/médias permanents de l'image.
- Lobbying/communication d'opinion.
- Mécénat/sponsoring.
- Communication de crise.

CPR031205**Geopolitics in Asia****Introduction:**

Working within an international environment forces future managers to cope more and more with geopolitical issues. International managers have to deal with political bodies (on a national or supra-national level) because they have to answer public tenders, because they have to lobby actively with political parties for the sake of their companies, because they have to deal with partners which belong to the State, because public regulation is sometimes more important than competition pressure or consumer needs and wants... Very often international managers have to deal with decision makers who do not have management academic background but a political one, and misunderstandings between them are quite deep. Finally, because of their nationality, or the nationality of their companies, international managers also face problems such as national unrests, political boycotts, religious intolerance... Managers are not prepared for all these issues and a geopolitical approach is very helpful because it gives them a set of tools

permitting them to apprehend complex political situations they will be exposed to. The situation in Asia is without any doubt the most challenging one for western managers, because the political importance of the continent does not match its economic strength. This in turn leads to frustrations and constant demands from Asian countries to upgrade their position on the international level.

Objectives:

The objective of this course is to give students a comprehensive whole of concepts helping them to understand political challenges in Asia. These concepts are used to analyse how international conflicts and territorial claims are backed by historical, national and religious justifications. This course is intended to make you think out of the box, and abandon for a while a managerial approach in order to adopt a political one.

Topics:

- Geography and geopolitics in Asia;
- History and geopolitics;
- National disputes and politics in Asia;
- Religious disputes and politics;
- Strategic and military affairs in Asia.

Grading pattern:

- Class participation (10%)
- Team presentations (30%)
- Final exam (60%)

CPR031330

Managing in Complexity

Professors : Laurent Bibard –
Julien Malaurent

Context and complexity

The current worldwide global context of economy, politics, natural environment and society makes management quite complex. This increasing complexity cannot be avoided. It is indispensable

that people transform complexity from a problem into an asset.

Complexity may at a first glance be characterized by the necessity of interdisciplinary approaches of reality, by an increasing level of uncertainty in our lives and for any action, and by the necessity to communicate with others and to integrate otherness in every daily action and operation.

Objectives:

As a consequence, the course objectives are:

- To make the students used to an interdisciplinary approach of reality thanks to a wide scope of possible approaches of complexity,
- To train the students in working, acting, living under uncertainty, making profit of any emergent phenomenon or weak signal vs. suffering them,
- To develop personal, individual and collective relational skills in order to favour positive collective actions to tackle complexity and complex situations when making decisions.

The course organization

Taking into account the above objectives, the course will present, thanks to a wide range of professors coming from various disciplinary departments (at least 6 disciplines represented), a series of theoretical and practical issues related to complex situations (from the terrorism issue to medical care issues, through some financial stakes concerning the current globalized economy or through the exponential development of social networks and their consequences, etc.). This will be done thanks to theoretical insights as well as to case studies.

Evaluation

The course needs a strong individual and collective commitment. Consequently, the course will be evaluated on the basis of:

- A systematic sessions attendance - 20%,

- An individual paper on any interesting topic concerning complexity (related to professional life or private life) - 30%,
- A collective paper on any discussed topic with the professors. The collective paper will as well be orally presented the session of the course - 50%.

CPR031400

Sport, développement personnel et management

Total des heures : 15.00 (pour le module d'intégration de développement personnel) et une pratique sportive (voir ci-dessous) qui n'est pas évaluée en fonction de la performance de l'étudiant
Enseignants : L. DE CARLO, professeur ESSEC et coach certifiée, et les entraîneurs sportifs du BDS.

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 constituent des préoccupations 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 malmené. Cette UV vise à sensibiliser les étudiants au rôle de l'activité physique et sportive dans la gestion de cet équilibre.

Objectifs :

- Développer, dans un objectif d'équilibre personnel, la pratique d'activités physiques et sportives.
- Permettre à l'étudiant de mieux appréhender les notions managériales qui peuvent s'incarner dans la pratique sportive : leadership, contributions individuelles et collectives, gestion du conflit et de l'échec, dépassement de soi, management par objectifs,

management par le plaisir, prise de risques, rivalité, collaboration, compétition.

Modalités d'inscription :

L'UV est soumise 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.

Le nombre de places dans chaque cours de sport est limité et le nombre maximum d'étudiants pouvant s'inscrire à l'UV est de 30.

Pédagogie :

2 modules indissociables : 1 module pratique sportive + 1 module de développement personnel et collectif comprenant, entre autres, des échanges avec d'anciens sportifs de haut niveau devenus managers qui relient sport et management dans leur vie professionnelle.

Le module de développement personnel et collectif:

Coaching collectif : 1 séance de 2,5 heures en début de T1 + 5 séances de 2,5 heures au T2 (jeudis matins).

Suivant le nombre d'inscrits, rédaction d'un journal de bord individuel pendant les périodes de pratique sportive et un exposé à présenter en séance.

Le module sport : pratique d'une activité physique et sportive au sein du BDS sur 2 trimestres consécutifs au choix : aviron, basket, escrime, football, handball, judo, rugby, taekwondo, volleyball, danse, fitness, danse classique ou contemporaine. 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 la performance sportive de l'étudiant.

L'évaluation du module sport sera réalisée par les entraîneurs sportifs en fonction de l'assiduité (50%) et de la qualité et de l'intensité de l'engagement (50%) de l'étudiant. Une note sera établie

par trimestre de pratique sportive et une moyenne sera établie au terme des deux trimestres.

L'évaluation du module de développement personnel et collectif sera réalisée par le professeur permanent qui anime le module. La note prendra en compte le travail réalisé pendant les séances de coaching, le cas échéant le journal de bord individuel tenu pendant la pratique sportive et un exposé sur un thème au choix validé par le professeur. **La note finale** : 40% pour le module sportif, 60% pour le module de développement personnel et collectif. En cas d'absence prolongée liée à une blessure : l'étudiant reporte et valide à un trimestre ultérieur ou l'UV est abandonnée après information de l'entraîneur et du professeur.

EXPI31401

Asian Strategy Project

Credit hours: 1.00 or 2.00 (cf. "Singapore" chapter)

Given on the ESSEC Campus in Singapore

The Asian Strategy Project (ASP) is a three-month consulting project provided in partnership with Capgemini Consulting (CC) services. Organised in teams of 4 or 5 members, ESSEC students on the Asia-Pacific campus are given the opportunity to develop their understanding of innovative business models in Asian emerging countries by working on a consulting mission for a company. The ASP emphasises "learning by doing" and is characterised by a unique blend of professional and academic training and practical experience.

At the beginning of the ASP, students follow a one-week intensive training on consulting skills, under the supervision of a CC manager. In addition, students are also trained by an ESSEC professor on how to write case studies. This training is followed by a typical management consulting case work. Each group of

students works on a specific project to solve the key strategic issue faced by its client. To do so, students work along the management of their client, under the supervision of a faculty member and consultants from Capgemini Consulting. ASP business cases have included projects for multinationals, such as L'Oréal, Michelin, Lafarge, and also small-and-medium size companies. Clients are typically based in India and China. In the past few years, some projects have also been based in Cambodia and Vietnam. The ASP projects in 2013 included:

- *"Building better cities": What role can Lafarge play in India in achieving the aim of better connected cities?*
- *How can we increase the growth, efficiency and profitability of COSTFORD's consultancy services?*
- *Road mobility transformations to meet economic and human aspirations (focus on urban China)*
- *Can the Pour un Sourire d'Enfant Institute achieve more social impact by selling education?"*
- *How to ensure Calcutta Walks' ongoing growth by diversifying its activity and redesigning its marketing strategy?*

In addition to strategic recommendations that students provide to companies, each group also co-writes with its ESSEC professor a case study on the innovative dimension of the business model it has studied. ASP case studies are later used as teaching material by the professors of ESSEC.

Prerequisite:

Global Manager in Asia program.

Objectives:

- Learn about innovative business models in emerging countries, particularly in China and India.
- Develop research and consulting skills applied to the Asian context
- 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

Timeline of the Project:

- Preparation phase (3-4 weeks in Singapore): students receive training on research methodology and case writing, and start drafting the company/project profile, their working hypothesis as well as their interview schedule and team organisation.
- Field research phase (3-4 weeks in China or India): students are sent on site and are hosted by the company to gather research material, interview project stakeholders and refine their research hypothesis.
- Writing phase (3-4 weeks in Singapore): student finalise the project deliverables and participate in the final presentation.

Project Deliverables:

Two final deliverables are expected from the students:

- 1) An extensive business analysis and customised recommendations on the issue raised by the company.
- 2) A complete case study and its associated teaching note on the innovative dimension of the business model they have studied.

Assessment:

The two final deliverables will be submitted and presented to a jury comprising of ESSEC faculty, external consultants and executives from the company.

SANT31421

Systèmes de santé

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants de la chaire ESSEC Santé.

Ce séminaire présente et discute les différents systèmes de régulation des dépenses de santé en Europe et aux Etats-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

Systèmes de santé

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants de la chaire ESSEC Santé. Voir descriptif du cours SANT31421.

SANT31423

Marketing des produits pharma

Les séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants de la chaire ESSEC Santé.

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...).

SANT31425

Managing Therapeutic Innovation (Part 1)

Objectives:

This course helps participants grasp the challenges of innovation management in the health industries (pharmaceutical, medical device, hospital, insurance). On completion of the sessions, participants have the skills to sponsor a project in an entrepreneurial spirit, build a strategic action plan, negotiate and win the support of others.

Topics:

During the sessions (50 hours), a wide variety of case studies are analyzed from a range of different perspectives: intellectual property, technology

transfers, vaccine manufacturing, health technology assessment, connected medical devices, companion diagnostics, targeted therapies, hospital performance and more. Role playing and negotiation workshops are organized with experts and decision-makers actually involved in the cases discussed. By meeting with industry leaders, participants can establish close contacts with enterprises and expand their career opportunities.

Teaching methods:

The teaching approach is based on case studies, role plays and interactive lectures. Team projects are led in tandem with managers of partner companies. Through real-world problems and creative solutions, the Chair's vocation is to ignite fires, not fill vessels. Each year, the Chair organizes immersion visits to European biotech and medtech firms, offering students an inside glimpse of the industry and its challenges, from lab bench to production sites. The international scope of the course allows students to approach these complex challenges from a global perspective.

Grading pattern:

Participation in role plays, a case study report, a group project in tandem with a Chair partner, a final exam.

SANT31427

Ethical Dilemmas in the Health Industry

Objectives:

In this course, participants analyze the pervasive ethical tensions inherent in the health industry. During the sessions (25 hours), participants are confronted with critical situations. They also learn how to create pragmatic solutions that can transform scientific advances into social progress.

Topics:

The sessions explore a wide range of concrete cases: crisis management during

a pandemic alert, direct-to-consumer advertising of a breast cancer genomic test, development of online patient communities, recalling of blockbuster drugs due to side effects, development of stem cell private banks, commercialization of expensive orphan drugs for rare conditions, launching of clinical trials in developing countries, etc. All these topics stimulate debates on performance versus risk or pragmatism versus exemplarity. Role playing and negotiation workshops are organized in order to reveal each participant's set of values and allow them to develop their personal ethics and leadership.

Teaching methods:

At the crossroads of pharmaceuticals, medical devices and hospital organizations, the Chair develops a pragmatic, action-learning approach based on real-life case studies, role playing and negotiation workshops co-facilitated by the decision-makers actually involved in the case studies. Guest executives from public and private organizations share their experience with the participants. The seminar's international outlook creates an outstanding environment for Chair participants and fosters unique professional opportunities.

Grading pattern:

Participation in role plays, a book review, a case study report, a final exam.

SANT31429

Managing Therapeutic Innovation (Part 2)

Ibid.

Les professeurs permanents – Hors département / Faculty Members at Large



Annick ANCELIN-BOURGUIGNON, professeur
Habilitation à diriger les recherches, Université Paris IX-Dauphine –
D.E.A. et Doctorat en Sciences de Gestion, Université Paris I-
Panthéon-Sorbonne – Diplôme ESSEC – Coach certifiée (Réseau
Pluridis)
A l'ESSEC depuis 1992



Gérard de POUVOURVILLE, professeur
Directeur de l'Institut d'Economie et de Management de la Santé
Titulaire de la chaire ESSEC-SANTE
Doctorat d'Economie et Administration des Entreprises, Université
d'Aix-Marseille II – D.E.S en Sciences Économiques, Paris I –
Diplôme d'Ingénieur, Ecole Polytechnique de Paris
A l'ESSEC depuis 2007



Maud TIXIER, professeur honoraire
D.E.A. et Doctorat en Sciences de l'Information
et de la Communication au CELSA, Université Paris IV-Sorbonne –
Maîtrise en Anglais
A l'ESSEC depuis 1973

Les chargés de cours / Adjunct Lecturers

Cette liste est donnée sous réserve de changements.

D. DELVAL – P. LABLANCHE – J-M. PEN

Département Langues & Cultures *The Department of Languages & Cultures*

Département Langues & Cultures / Languages & Cultures Department	292
Enseignants chargés de cours de langues & cultures / <i>Languages & Cultures Teachers</i>	293
Codification des cours de langues & cultures / <i>Classification of Languages & Cultures Course Codes</i>	295
Organisation et contenu des cours de langues & cultures / <i>Languages & Cultures-Courses and Content</i>	297
Liste des cours de langues & cultures / <i>Languages & Cultures-Courses</i>	298

■ **Sa mission / Its Mission**

Le Département Langues & Cultures contribue à la réalisation des objectifs internationaux du Groupe ESSEC en favorisant l'amélioration des compétences linguistiques et communicatives de ses étudiants par la conception et la mise en œuvre en équipe des cours de langues, communication et cultures en fonction des objectifs définis par la direction de l'école.

L'équipe est constituée du Directeur, entouré d'enseignants / cadres pédagogiques à plein temps – ainsi que de trois assistantes de programmes.

The Languages & Cultures Department participates actively in the internationalization of ESSEC Business School by improving the language and communication skills of students and by developing and offering courses in languages, communication skills and cultures according to the objectives decided by the program.

The team includes the Director, six full-time language coordinators - and three program assistants.

Directeur / Director: Michael KOUKLAKIS – kouklakis@essec.edu

Office coordinator: Emeline LECHAT

Assistante / Assistant: contact Master program: Nathalie CRUZ – cruz@essec.edu

Responsables de langue / Language Coordinators:

Allemand / German:

Harald HELMHOLTZ – helmholtz@essec.edu

Anglais / English:

Rosemary SANZ – sanz@essec.edu

Espagnol & portugais / Spanish & Portuguese:

Estela BELLONI – belloni@essec.edu

Selva SENOR – mariaselva.senor@essec.edu

Manuel VILABOA – vilaboaa@essec.edu

Les autres langues / Other Languages:

Michael KOUKLAKIS – kouklakis@essec.edu

Enseignants Teachers

■ **L**angues enseignées / Languages

■ **ALLEMAND / GERMAN**

Beate FRIES – Jean-Louis GEORGET – Harald HELMHOLTZ – Brigitte IMMLER – Hella ITHURBIDE – Beate KLINGE – Yannick-Laure MALANDA – Jan MERTENS – Karin WEISS – Johannes WETZEL

■ **ANGLAIS / ENGLISH**

Kathie BERGER – Mark BOWN – Chris BROOK – Celestina CARDOZ – Pallab CHANDA – Pdraig CARTY – Joel CHAPIRAUD – Sandra DURAND – James FOGARTY – Joel KARNOVITZ – Paul KRAAIJEVELD – Michael KOUKLAKIS – Sandra RAHEM – Rosemary SANZ – Terri SCHIFFER-GILLARD – Curtis YOUNG – Penelope HILL – Lara FENYAR

■ **ARABE / ARABIC**

Haïfa HUBERT – Sonia DJEGHAM

■ **CHINOIS / CHINESE**

Jean-Yves FENG – Xiaoyan LIU – Ji LI – Zhang Rui HAMELIN – Yi BRAS – Hailing MA

■ **ESPAGNOL / SPANISH**

Estela BELLONI – Patricia BILBAO – María BLANCO – Aránzazu CABRERA – Farida CHIBANE Carmen – GÓMEZ DE LA TORRE – Begoña HERRMANN – Marietta LEÓN – Gloria RIVERA HIDALGO – María SELVA SENOR – Martha VIZERN – Angélica MONTES

■ **FRANÇAIS langue étrangère / FRENCH as a Foreign Language**

Christophe DAOUDAL – Gaëlle DE BOISRIOU – Pascale GUILLIER – Haïfa HUBERT – Karina LACROIX – Brigitte OEHLER – Michel VERNEUIL

■ **ITALIEN / ITALIAN**

Gabriella CRETI – Marco LONGO – Sveva NASTI – Roberta SALSI – Christina VINO

■ **JAPONAIS / JAPANESE**

Naomi BAZILLE – Kunio KUWAE

■ **PORTUGAIS / PORTUGUESE**

Janaina BARROS MENDES – Chantal DA SILVA

■ **RUSSE / RUSSIAN**

Karina LACROIX – Victoria MANOUKOV

Codification des cours de langues & cultures Classification of Languages & Cultures Course Codes

Les cours sont codifiés par 4 lettres et 5 chiffres qui se décomposent ainsi / Codes comprise four letters, followed by five digits, which refer to the following :

- **Les deux premières lettres** renvoient au département de langues & cultures: LG/*The first two letters correspond to the Languages & Cultures Department : LG*
- **Les deux lettres** suivantes indiquent la langue/*The two following letters correspond to the language taught :*
 - AL : allemand/*German*
 - AN : anglais/*English*
 - AR : arabe/*Arabic*
 - CH : chinois/*Chinese*
 - ES : espagnol/*Spanish*
 - FR : français/*French*
 - IT : italien/*Italian*
 - JA : japonais/*Japanese*
 - PO : portugais du Brésil/*Portuguese*
 - RU : russe/*Russian*
- **Les deux premiers chiffres** donnent, comme en gestion, le niveau et le nom du programme (31 pour ESSEC MSc)/*As is the case with the classification for management courses, the first two digits correspond to the level and the program (31 for ESSEC MSc).*
- **Le premier des trois derniers chiffres** correspond au niveau du cours/*The first of the last three digits corresponds to the level of the course :*

Banner	
Code du niveau/ <i>Level Code</i>	Niveau requis par l'étudiant/ <i>Level required for the student</i>
C 0 (<i>débutant</i>)	E
C 1	D
C 2	C
C 3	B
C 4	C/D
C 5	B/C
C 7	A/B
C 8	Bachelor course

- **L**e deuxième des trois derniers chiffres indique le domaine du cours / *The second of the last three digits corresponds to the course attribute :*
 - 0 : préparation à des examens extérieurs / *Preparation for Language Tests*
 - 1, 2 : technique de la langue / *Language Skills*
 - 3, 4 : langage des affaires / *Business Language*
 - 5, 6, 7 : civilisation et culture / *Culture and Civilization*
 - 9 : divers / *Other*

- **L**e dernier chiffre est un numéro d'ordre sans signification / *The last digit is an order number without any specific meaning.*

Organisation et contenu des cours de langues & cultures

Languages & Cultures Courses and Content

Les cours de langues & cultures sont organisés selon trois filières :

Languages & Cultures courses are organized according to three fields:

A. Technique de la langue / *Language Skills* - cette filière est conseillée / *this path is recommended to :*

- Aux étudiants qui ne possèdent encore ni les connaissances ni la pratique garantissant une aisance à l'oral et la précision adéquate dans la rédaction. Les cours ont pour objectif de renforcer et revoir des bases ainsi que de les mettre en application dans des situations de communication courantes.

- Students who do not possess enough knowledge or practice so they are not at ease in either speaking or writing. The courses review the basics and apply them in daily life communication.

- Aux étudiants qui possèdent déjà un bon niveau, mais souhaitent l'approfondir dans le but de passer un palier dans la communication courante. Certains cours proposent cet objectif tout en étant structurés autour de la préparation à un examen ou test extérieur (sans qu'il y ait l'obligation de présenter l'examen ou le test).

- Students who already have a good level but who wish to improve their competences in daily communication. Some courses are structured based on the preparation for an examination or test (without any obligation to take the test or examination).

B. Langue des affaires / *Business Language*

- Cette filière permet d'approfondir des thèmes des affaires et de la communication abordés en période initiale et d'en découvrir d'autres. Elle permet aussi de perfectionner les compétences de communication dans les situations professionnelles, de gagner en assurance pour la poursuite de la scolarité et de favoriser l'implication dans la vie professionnelle.

- This path enables students to thoroughly study business topics and communication. It also enables students to improve their communication competences in business situations, to gain more confidence and assist them in their integration in professional life.

C. Civilisation et culture / *Civilization and Culture*

- Cette filière permet de découvrir et d'explorer des thèmes et des aspects de la culture et de la civilisation de la langue étudiée ou, pour les plus avancés, d'élargir ses connaissances dans ces domaines.

- This path enables students to discover and explore various topics and aspects based on the culture and civilization of the studied language or, for advanced-level students, to extend their knowledge in these fields.

Liste des cours de langues & cultures / *Language & Cultures Courses*

Par niveau / Code / Intitulé / Responsable(s) de cours
By Level / Code / Title / Course coordinator(s)

ALLEMAND / GERMAN

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
E	LGAL31011	Allemand débutants (1)	J. Mertens
E	LGAL31012	Allemand débutants (2)	J. Mertens
D	LGAL31113	Allemand recyclage - 1	B. Immler, K. Weiss, à déterminer
C/D	LGAL31411	Allemand recyclage - 2	B. Immler, K. Weiss, à déterminer
C/D	LGAL31419	Allemand intermédiaire	B. Immler, K. Weiss, à déterminer
B/C	LGAL31513	Écriture créative	B. Klinge
B. Langage des affaires / <i>Business Language</i>			
C/D	LGAL31143	Initiation langue commerciale	à déterminer
B/C	LGAL31533	Négociation commerciale	J. Mertens
B/C	LGAL31537	L'entreprise allemande	B. Klinge
C. Civilisation et culture / <i>Civilization and Culture</i>			
C/D	LGAL31454	La société allemande actuelle	J. Wetzel
C/D	LGAL31560	Aspects culturels de l'Allemagne	J. Wetzel
B/C	LGAL31561	Histoire culturelle Allemagne	J. Wetzel
B/C	LGAL31564	Le cinéma allemand	J. Wetzel
B/C	LGAL31577	Introduction à la philosophie allemande	B. Immler
B/C	LGAL31562	Histoire des idées	JL.Georget

ANGLAIS / ENGLISH

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
C/D	LGAN31410	Spoken and written English	M. Bown, R. Sanz, à déterminer
C/D	LGAN31412	Refresher Course	M. Bown, à déterminer
B/C	LGAN31512	Spoken English 2	M. Bown, R. Sanz, à déterminer
A/B	LGAN31744	Conflict Prevention Language	J. Fogarty
A/B	LGAN31799	Soft Skills	J. Fogarty
B. Langage des affaires / <i>Business Language</i>			
B/C	LGAN31535	Negotiating in English 1	J. Fogarty
A/B	LGAN31707	Advanced Business English	J. Mellor
A/B	LGAN31734	Negotiating in English 2	J. Fogarty
A/B	LGAN31741	Finance and Banking English	à déterminer

C. Civilisation et culture / *Civilization and Culture*

A/B	LGAN31756	The Sinful 60s & 70s	à déterminer
A/B	LGAN31760	Decoding the American Dream	J. Chapiraud
A/B	LGAN31767	American Literature	M. Kouklakis, C. Young
A/B	LGAN31778	Novels from the English-Speaking World	M. Kouklakis, C. Young
A/B	LGAN31791	Art and Money	J. Chapiraud
A/B	LGAN31751	Challenges of the 21st century	à déterminer
A/B	LGAN31782	Beating The Crisis	à déterminer

ARABE / ARABIC

A. Technique de la langue / *Language Skills*

E	LGAR31011	Arabe débutants (1)	H. Hubert
E	LGAR31012	Arabe débutants (2)	H. Hubert
D	LGAR31111	Langue et Cultures arabes (1)	H. Hubert
D	LGAR31112	Langue et Cultures arabes (2)	H. Hubert
D	LGAR31113	Langue et Cultures arabes (3)	H. Hubert
C	LGAR31201	Une approche du monde arabe (1)	H. Hubert
C	LGAR31202	Une approche du monde arabe (2)	H. Hubert
C	LGAR31203	Une approche du monde arabe (3)	H. Hubert

CHINOIS / CHINESE

A. Technique de la langue / *Language Skills*

E	LGCH31011	Chinois débutants (1)	J-Y. Feng, X. Liu, J. Li
E	LGCH31012	Chinois débutants (2)	J-Y. Feng, X. Liu, J. Li
D	LGCH31111	Chinois apprentissage (1)	J-Y. Feng, X. Liu
D	LGCH31112	Chinois apprentissage (2)	J-Y. Feng, X. Liu
D	LGCH31113	Chinois apprentissage (3)	J-Y. Feng, X. Liu

B. Histoire et actualités de la Chine / *History of China and Contemporary China*

C	LGCH31201	Chinois langue et culture (1)	J-Y. Feng
C	LGCH31202	Chinois langue et culture (2)	J-Y. Feng
C	LGCH31203	Chinois langue et culture (3)	J-Y. Feng

ESPAGNOL / SPANISH

A. Technique de la langue / <i>Language Skills</i>			
E	LGES31011	Espagnol débutants (1)	E. Belloni, A. Cabrera, G. Rivera
E	LGES31012	Espagnol débutants (2)	E. Belloni, A. Cabrera, G. Rivera
D	LGES31113	Espagnol intermédiaire	à déterminer
C/D	LGES31411	Communication orale	P. Bilbao, M. Blanco
C	LGES31214	Espagnol, langue et culture	P. Bilbao, M. Blanco, A. Lemus
B/C	LGES31510	Communication orale avancée	M. Blanco
B/C	LGES31513	Lecture de la presse espagnole	à déterminer
B. Langage des affaires / <i>Business Language</i>			
C/D	LGES31438	Négociier en espagnol	à déterminer
B/C	LGES31503	L'Espagnol de l'entreprise	P. Bilbao
C. Civilisation et culture / <i>Civilization and Culture</i>			
C/D	LGES31414	L'Espagne et ses particularités	à déterminer
C/D	LGES31451	Identification culturelle de la publicité	à déterminer
B/C	LGES31559	Espagne actuelle	M. Blanco
B/C	LGES31569	Cinéma et société	M. Blanco
B/C	LGES31576	Développement et interculturalité	M. Vizern
D. Amérique Latine / <i>Latin America</i>			
B/C	LGES31557	Amérique Latine : l'art d'un continent	M. León
B/C	LGES31561	Enjeux sociaux et culturels de l'Amérique Latine	A. Montes
B/C	LGES31572	Introduction à l'Amérique Latine	C. Gomez de la Torre
B/C	LGES31573	Littérature Latino-américaine	S. Senor
B/C	LGES31574	Géopolitique de l'Am. Latine	A. Montes

FRANCAIS / FRENCH

A. Technique de la langue, langage des affaires et civilisation / <i>Language Skills, Business French and Civilization</i>			
E	LGFR31001	Français débutants (été)	B. Oehler/M. Verneuil/P. Guillier
D	LGFR31101	Français niveau 1 (été)	B. Oehler/M. Verneuil
C	LGFR31201	Français niveau 2 (été)	B. Oehler/P. Guillier
B	LGFR31301	Français niveau 3 (été)	B. Oehler/P. Guillier
E	LGFR31011	Français débutants (1)	B. Oehler/C. Daoudal
E	LGFR31012	Français débutants (2)	B. Oehler/C. Daoudal
E	LGFR31013	Français débutants (3)	B. Oehler/C. Daoudal
D	LGFR31111	Français suite de la FTS (1)	B. Oehler

D	LGFR31112	Français suite de la FTS (2)	B. Oehler
D	LGFR31113	Français suite de la FTS (3)	B. Oehler
C/D	LGFR31411	Civilisation française (1)	B. Oehler
C/D	LGFR31412	Civilisation française (2)	B. Oehler
C/D	LGFR31413	Civilisation française (3)	B. Oehler
C	LGFR31211	Français apprentissage (1)	B. Oehler
C	LGFR31212	Français apprentissage (2)	B. Oehler
C	LGFR31213	Français apprentissage (3)	B. Oehler
B	LGFR31311	Communication et culture (1)	B. Oehler
B	LGFR31312	Communication et culture (2)	B. Oehler
B	LGFR31313	Communication et culture (3)	B. Oehler
B/C	LGFR31511	Français perfectionnement	B. Oehler

I TALIEEN / *ITALIAN*

A. Technique de la langue / *Language Skills*

E	LGIT31011	Italien débutants (1)	R. Salsi/G. Creti/S. Nasti
E	LGIT31012	Italien débutants (2)	R. Salsi/G. Creti/S. Nasti

B. Langage et civilisation / *Language and Civilization*

C/D	LGIT31411	Vivre et travailler en Italie (1)	R. Salsi/M. Longo
C/D	LGIT31412	Vivre et travailler en Italie (2)	R. Salsi/M. Longo
C/D	LGIT31413	Vivre et travailler en Italie (3)	R. Salsi/M. Longo
B/C	LGIT31554	Italie hier et aujourd'hui (1)	R. Salsi/M. Longo
B/C	LGIT31555	Italie hier et aujourd'hui (2)	R. Salsi/M. Longo
B/C	LGIT31556	Italie hier et aujourd'hui (3)	R. Salsi/M. Longo

J APONNAIS / *JAPANESE*

A. Technique de la langue / *Language Skills*

E	LGJA31011	Japonais débutants (1)	K. Kuwae
E	LGJA31012	Japonais débutants (2)	K. Kuwae
D	LGJA31110	Japonais suite débutants	K. Kuwae
D	LGJA31111	Japonais apprentissage (1)	K. Kuwae
D	LGJA31112	Japonais apprentissage (2)	K. Kuwae
D	LGJA31113	Japonais apprentissage (3)	K. Kuwae
C	LGJA31201	Japonais niveau avancé (1)	K. Kuwae
C	LGJA31202	Japonais niveau avancé (2)	K. Kuwae
C	LGJA31203	Japonais niveau avancé (3)	K. Kuwae

PORTUGAIS / *PORTUGUESE*

A. Technique de la langue / *Language Skills*

E	LGPO31011	Portugais-débutants (1)	J. Barros Mendes, C. Da Silva
E	LGPO31012	Portugais débutants (2)	J. Barros Mendes, C. Da Silva
D	LGPO3114	Portugais intermédiaire	J. Barros Mendes, C. Da Silva
C/D	LGPO31414	Langue et culture lusophone	J. Barros Mendes, C. Da Silva

RUSSE / *RUSSIAN*

A. Technique de la langue / *Language Skills*

E	LGRU31011	Russe débutants (1)	K. Lacroix
E	LGRU31012	Russe débutants (2)	K. Lacroix
C/D	LGRU31411	Russe recyclage langue parlée	K. Lacroix
C/D	LGRU31412	Russe expression orale	K. Lacroix

B. Langage des affaires / *Business Language*

B/C	LGRU31532	Russe économique et social	K. Lacroix
-----	-----------	----------------------------	------------

C. Civilisation et culture / *Civilization and Culture*

C/D	LGRU31452	Russe littérature et histoire	K. Lacroix
B/C	LGRU31551	Russe culture, politique et société	K. Lacroix
B/C	LGRU31552	Russie contemporaine, presse et mass-média	K. Lacroix
B/C	LGRU31553	La Russie dans le monde (1)	K. Lacroix
B/C	LGRU31554	La Russie dans le monde (2)	K. Lacroix
B/C	LGRU31555	La Russie dans le monde (3)	K. Lacroix
B/C	LGRU31556	Russie : histoire et société à travers le cinéma	K. Lacroix



Estela BELLONI

Nationalité : argentine et italienne
Licence de Langues Etrangères Appliquées Espagnol,
Université Paris III Sorbonne - Maîtrise en Didactique
de l'Espagnol, Université Paris VIII - DEA Etudes Hispaniques
et Latino-américaines, Université Paris VIII
A l'ESSEC depuis 2007



Harald HELMOLTZ

Nationalité : allemande
Etudes et Maîtrise de Lettres Anglaises et Allemandes et
de Linguistique, Université de Hambourg - Etudes des Sciences
de Gestion, FernUniversitaet Hagen, Allemagne
A l'ESSEC depuis 1976



Michael KOUKLAKIS

Nationalité : canadienne et grecque
Formal Education and Degrees Obtained Doctoral Studies -
University Of Porto in progress (2nd year of three) DELCI –
Department of Literary, Cultural and Interartistic Studies, 2016
EHES – Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, DEA in
Social Anthropology (first year of 3e cycle doctoral program),
1995-1996 Research theme: « Exile and the Boundaries of
Ethnic Identity » Université de Paris 7-Jussieu, Maîtrise in
Ethnology, 1994-1995 McGill University, BA (Bachelor's of Arts),
major in Political Science, 1987-1990 Montreal, Canada



Rosemary SANZ

Nationalité : britannique
Bachelor's Degree in French and Latin, University of Bristol
A l'ESSEC depuis 2007



Manuel VILABOA

Nationalité : Espagnole

Ecole Diplomatique Espagnole (Langues, économie, droit, institutions et relations internationales) - Master of Arts in Historical Studies, Oxford Brookes University - Diplôme de Droit Britannique, Oxford Brookes University - DEUG de Lettres Modernes, Université de Toulouse - DEA de Droit et Diplôme d'avocat, Université de Navarre

A l'ESSEC depuis 2005



María Selva SENOR

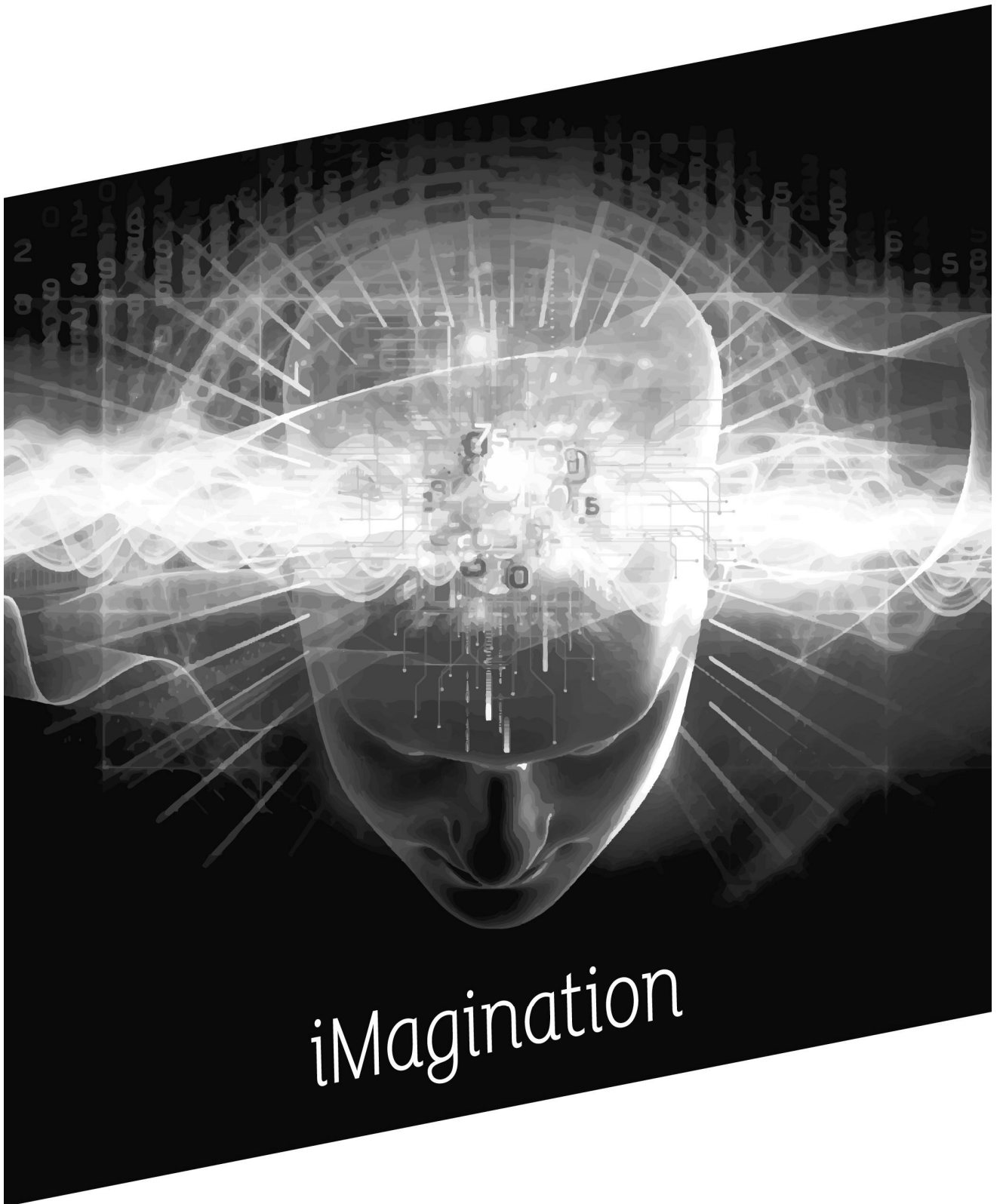
Nationalité : argentine et italienne

Maîtrise en Histoire (U.N.C.P.B.A.) Tandil, Buenos Aires, Argentina.

MASTER en Histoire de l'Amérique Latine (U.I.A), La Rávida, Espagne.

Thèse : « La formation de la famille idéale : notions et représentations dans l'Argentine du XIXème siècle » Doctorat en Histoire et Civilisations (E.H.E.S.S.)

BYOC / *Build Your Own Course*



Centre iMagination / iMagination Center

Directeur : Xavier PAVIE, Professeur ESSEC

Responsable du développement : Luce Abrate – abrate@essec.edu – 01 34 43 36 52

Facebook/ESSECimagination Twitter : @iMaginationCtr

Le centre iMagination de l'ESSEC Business School est dédié à l'imagination, à l'innovation et à la transdisciplinarité. Il a pour but de former les managers d'aujourd'hui et de demain à comprendre le monde en mouvement tout en les rendant acteurs du monde à imaginer. Ses objectifs sont d'enrichir culturellement les étudiants en les sortant de leur cadre de travail habituel en les confrontant à des experts de disciplines variées (sciences du vivant, art, prospective, gastronomie, sciences humaines, technologie...); d'insuffler un esprit visionnaire pour les aider à prendre conscience des enjeux du monde qu'ils vont construire, et enfin de leur permettre de développer leurs fibres créatives en stimulant leur imagination et leurs capacités de travail en groupes.

Parmi ses missions, le centre développe un certain nombre d'actions pédagogiques :

- **BYOC** (*Build Your Own Course / Imagine Ton Cours*) : le programme BYOC consiste en l'élaboration inédite de cours intégrant une composante participative de l'ensemble des étudiants à la construction du cours, en collaboration avec des professeurs.
- **Travaux de recherche** autour de l'imagination et de la créativité du type :
 - Notes académiques synthétiques de veille internationale autour des thèmes annuels ;
 - Etude des possibles sujets d'intervention des séminaires de recherche et publication de comptes rendus de séminaire ;

The iMagination Center of ESSEC is dedicated to imagination, innovation and transdisciplinarity to train future managers to understand today's changing world while making them actors of the world to imagine. It aims at culturally enriching students by taking them away from their usual work habits and confronting them to experts from various backgrounds (sciences, art, gastronomy, future studies, technology, human sciences, etc.). Its purposes are also to instill in them a pioneering spirit to help them understand the issues of the world they will build as well as to assist them in developing their creative mind by stimulating their imagination and their group work capabilities.

As part of its missions, the center develops some pedagogical actions, such as:

- **BYOC** (*Build Your Own Course*):
the BYOC program consists in a unique process for co-creating a course integrating a participative action from all the students in building the course with the professor.
- **Research works** around imagination and creativity such as:
 - *Academic reviews of international monitoring on the annual topics;*
 - *Studies on possible speaking topics for the research seminars and publication of seminars' minutes;*

- Aide à la réalisation des supports pédagogiques du centre accessibles à l'ensemble des étudiants ESSEC (cahiers, articles, etc.) ;
- **Participation à l'animation de la communauté iMagination** (Facebook, Twitter, YouTube, référencement d'ouvrages).
- *Assistance in the creation of pedagogical tools and documents accessible to all the ESSEC students (Cahiers, etc.).*
- **Participation in the iMagination community management** (Facebook, Twitter, YouTube, books referencing).

La transdisciplinarité, la richesse du réseau et des rencontres avec des intervenants singuliers associées aux travaux de recherche sur des thèmes uniques offrent aux étudiants une ouverture sur de nouveaux horizons et une chance de compléter leur profil de futur manager.

The transdisciplinarity, the network's strength and value, the exchanges with well-known and charismatic speakers, as well as the research works on unique topics represent a unique opportunity for students to open their minds to new horizons and to strengthen their profile as future managers.

BYOC : descriptif des cours / BYOC : Course Outlines

Dans le cadre du Plan stratégique 3i de l'ESSEC, le Design Learning s'incarne par le développement du programme BYOC (*Build Your Own Course* ou *Imagine ton cours*). Lancé à l'occasion de l'*iMagination Week* 2015 en tant qu'expérimentation au sein du cycle Master de la Grande Ecole, ce programme inédit continue de se développer avec pour objectifs de mieux faire connaître aux étudiants les domaines de recherche et d'expertise des professeurs, de stimuler la production de contenus pédagogiques et de permettre de mieux travailler les cours en co-création avec les étudiants.

Ainsi, les cours suivants votés lors des *iMagination Weeks* et co-crédés par les étudiants et leurs professeurs se sont concrétisés :

- **Transhumanisme : enjeux économiques, sociétaux et philosophiques**, par Laurent Bibard et Xavier Pavie
- ***Looking failure in the eyes***, par Fabrice Cavarretta
- ***Introduction à l'Impact Investing – le financement des entreprises sociales***, par Thierry Sibieude -
- ***Lead Up !***, par Maurice Thévenet

Ces quatre cours sont donc proposés pour l'année 2016-2017 sous forme de séminaires ou de cours soit en distanciel (SPOC – *Small Private Online Course*) ou en présentiel. Merci de vous référer aux détails suivants chaque cours pour obtenir les informations nécessaires.

Dans l'esprit de co-création de ce programme, n'hésitez pas à envoyer vos suggestions (sujets de cours à développer) toute l'année à l'adresse suivante : imagination@essec.edu

As part of ESSEC's Strategic Plan, 3i, Design Learning is being deployed through the development of the BYOC program (Build Your Own Course). Launched during iMagination Week 2015 as an experiment within the Master Cycle of the Grande Ecole program, this unique initiative continues to evolve aiming at helping students to find out about their professors' areas of research and expertise, stimulating the production of educational content and enabling a better way of co-developing courses with students. The following courses voted during the iMagination Weeks and co-created by students and professors have been concretized:

- ***Transhumanism: economic, societal and philosophical issues***, by Laurent Bibard and Xavier Pavie
- ***Looking failure in the eyes***, by Fabrice Cavarretta
- ***Introduction to the Impact Investing***, by Thierry Sibieude
- ***Lead Up!***, by Maurice Thévenet

These four courses are thus offered for 2016-2017 through seminars or courses either by distant learning (SPOC – Small Private Online Course) or face to face. Please note the references following each course in order to get the necessary information.

In line with the co-creation spirit of this program, we welcome your suggestions (course topics to be developed) all year round at the following address: imagination@essec.edu

MGTP31324

**Transhumanisme :
enjeux économiques, sociétaux
et philosophiques**

Professeurs référents :

Laurent Bibard et Xavier Pavie

Objectifs :

Qu'impliquent comme enjeux les considérables avancées techniques, technologiques, scientifiques ainsi que les idéologies qui, ensemble, nous promettent de transcender l'humain ? De le faire vivre jusqu'à près de 1000 ans ?

1. Comprendre sur le plan théorique, et s'appropriier personnellement sur la base d'exemples concrets, les notions et les enjeux historiques, économiques et philosophiques du transhumanisme
2. Comprendre et s'appropriier également les termes de progrès / innovation / développement en contrepoint d'une compréhension approfondie des sciences et des techniques
3. Prendre conscience du rôle en pratique et de la responsabilité éthique de chacun dans ce contexte inédit de l'évolution de l'espèce humaine
4. Savoir s'orienter dans un contexte de frontières – de plus en plus ? – poreuses entre développement humain individuel et croissance collective des organisations
5. Etre capable de se poser les questions pertinentes et de contribuer pour soi-même et pour son environnement à un questionnement spécifique de notre temps sur la base d'un débat ouvert, «sans tabou», clair et approfondi, pour et contre le «transhumanisme» afin de dépasser, à l'issue, l'opposition pour savoir à titre personnel comme eu égard à la vie sociale, comment se comporter par rapport à ces questions
6. Acquérir les outils pour gérer au mieux et concrètement, selon son propre point de vue, avec pertinence le rapport entre

contrôle et non contrôle ou écoute de la réalité et de l'expérience.

7. Comprendre le transhumanisme pour les organisations, à la fois comme opportunité (nouveaux business model, produits, services) et comme menace (quid du salarié de demain ?)

Les modalités pédagogiques :

Les modalités sont celles expérimentées par le programme BYOC à travers 10 séances. A cela s'ajoutent lectures, travail de cas : Du pacemaker à carmat, le cas du cœur artificiel (réparation des corps), l'exosquelette (amélioration des corps, la PMA et tous thèmes liés à la reproduction des humains – dont l'utérus artificiel etc., le sens des mouvements écologistes, l'altermondialisme, l'évolution de l'agro-industrie.

Intervention de spécialistes du thème

Evaluation :

Toutes les 3 séances un quiz de validation des acquis est proposé (l'ensemble des quiz représentent 60% de la note (3 x 20%). L'évaluation finale (40%) consiste en la rédaction un cas «transhumaniste» actuel qui doit mettre en perspective les enjeux économiques, sociétaux et philosophiques.

DEV31302

**Cours DEV - Introduction
à l'Impact Investing -,
l'investissement qui change le monde**

Référents :

Thierry Sibieude

Sophie Keller, alumni, consultante en innovation sociale et actrice du développement de l'impact investing.

Introduction :

Le cours s'articulera autour de 10 séances en présentiel alternant des séances de partage et restitution de l'avancée des travaux de chaque «comité d'investissement» et des témoignages d'acteurs de haut niveau conviés à l'ESSEC

ou rencontrés sur site (investisseurs, entrepreneurs à impact social qui ont réussi, leveurs de fonds, experts, etc.).

Problématique :

La finance est un formidable outil générateur de dynamisme au cœur de l'économie et pour autant, elle est aussi capable des pires excès que l'on connaît tous et pose des interrogations majeures dans son fonctionnement actuel. Face à un contexte économique mondial complexe et morose, il est plus que jamais nécessaire d'innover dans les modèles financiers et de réconcilier la finance avec la société.

A travers l'impact investing, la finance a un réel potentiel de transformation de la société. L'impact investing est un mouvement prometteur en fort développement au cœur du monde de la finance.

Quels sont les contours de l'impact investing, ses caractéristiques, ses enjeux, ses pratiques, ses acteurs et ses nouvelles frontières demain ?

Objectifs :

Ce cours s'adresse en premier lieu à tous les étudiants ESSEC intéressés par la finance et soucieux de son impact sur la société, désireux de mettre leur goût pour l'innovation financière au service du développement des personnes et de la société. L'ambition de ce cours est de permettre aux étudiants d'être demain des précurseurs en matière d'innovation financière et d'innovation sociale sur la scène internationale de la finance.

Pédagogie :

Le cours sera conçu pour mettre les étudiants dans une position d'acteurs, directement en prise avec les investisseurs et entrepreneurs à impact social avec des situations concrètes à analyser et traiter. Ainsi, nous proposons de construire le parcours pédagogique autour :

- De cours fondamentaux sur l'impact investing en e-learning : 9 vidéos à suivre en amont des séances de cours
 - De la réalisation d'un véritable projet d'investissement : constitués en «équipe d'investissement» à la tête d'un fonds d'impact investing à créer, les étudiants se mettront dans la peau d'investisseurs créatifs
 - De la présentation des travaux devant les autres groupes de la classe, en présence des deux professeurs
 - De la rencontre privilégiée avec des investisseurs et entrepreneurs à impact social
- Les thématiques autour desquelles s'articulera le contenu des cours en vidéo sont les suivantes :

Partie 1 : COMPRENDRE les fondamentaux de l'impact investing

Partie 2 : AGIR et se mettre dans la peau des acteurs

Partie 3 : INNOVER au cœur de l'impact investing

Evaluation :

Quiz intermédiaire sur les connaissances fondamentales (25%)

Qualité du fonctionnement du groupe (25%)

Projet d'investissement : Présentations intermédiaires et pitch d'investissement final (50%)

MGT31420

Séminaire de recherche in MGT -
Regarder l'Échec en face

Professeur référent :

Fabrice Cavarretta

Objectifs :

L'objectif de ce cours est de développer les compétences nécessaires pour identifier, analyser et gérer la crainte de l'échec.

A l'issue de ce cours les étudiants seront capables de :

- Comprendre la psychologie de l'échec à la fois pour eux-mêmes et chez les autres

- Savoir comment l'échec apparaît et est traité dans différents contextes (ex : lean, créativité).

- Maîtriser les techniques et les méthodes pour surmonter la crainte de l'échec pour soi-même et pour les autres.

- Pratiquer l'échec à travers différents exercices pour développer leur capacité d'attention à celui-ci.

Globalement ce cours leur permettra de devenir des leaders plus entreprenants, audacieux et résilients.

Les séances se dérouleront ainsi :

1/ Les différents approches de l'échec.

2/ Les différentes approches de l'aversion au risque

3/ Psychologie de l'échec (A)

4/ Psychologie de l'échec (B)

5/ Psychologie de l'échec (C)

6/ Protocole pour rendre l'échec bénin

7/ Leadership

8/ Management

9/ Ventes et persuasion (A)

10/ Ventes et persuasion (B)

Pédagogie :

Différentes approches pédagogiques seront mobilisées dans ce cours :

Lectures, exposés, auto-diagnostique, exercices et études de cas

Evaluation :

30% sur une note de participation

30% sur un projet de groupe présenté en classe

40% sur des projets individuels («peer graded»)

MGT31420

**Séminaire de département MGT -
Lead Up !**

Professeur référent :

Maurice Thévenet

Introduction :

Ce cours permet aux étudiants de se préparer à leurs futures missions de leadership. En effet, les jeunes diplômés se retrouvent de plus en plus tôt après leur recrutement dans des missions de leadership. Sans en avoir toujours le titre, il leur est confié des missions où ils doivent coordonner le travail collectif pour accomplir un résultat. Développer son potentiel de leadership est donc un moyen d'accélérer aussi son intégration et sa carrière.

Objectifs :

Ce cours a trois objectifs :

1. Mettre en évidence les enjeux, difficultés et composantes d'une action collective efficace.
2. Repérer les zones de développement personnel pour mieux se préparer à ses missions de leadership. Elles ne tiennent pas qu'à ses capacités personnelles mais aussi à la compréhension des autres et des situations environnantes.
3. Commencer de pratiquer quelques exercices pour accélérer son apprentissage.

Méthodes pédagogiques :

-Analyse de cas et situations

-Mise en situation et assessments

-Coaching

-Travaux de terrain

Modes d'évaluation :

-Participation

Réalisation d'un pitch final

ESSEC Asia-Pacific in Singapore



For more information on tracks available in Singapore, including application deadlines and admission process:

Website on myessec.com: Program Center / Academics / ESSEC Singapore

Cergy Campus:

Jana PETRICOVA
International Programs Coordinator
Tel. 01 34 43 39 21 – petricova@essec.edu

Singapore Campus :

Kentia BOULAY
Manager of Academic Affairs
Tel. 65 68 35 74 59 – boulay@essec.edu

All the programs offered in Singapore are taught in English.

Core Track

▼ **Main Information on the Track :**

Duration of the curriculum	2 trimesters (T2-T3)
Number of mandatory courses	10
Awarding	10 UV
Number of optional courses	2
Awarding	2 UV
Number of months spent abroad	6
Awarding	6 UVEI

During their curriculum, students are required to take 9 core courses which can be followed either in Cergy or in Singapore. Students may opt for the “Core Track”, offered in Singapore **from January to June** each year to MSc students in their first year.

Applications are thus open to students enrolled in the Pre-Master year (students admitted after the entrance examination) or starting the MSc program (for AST students). Selection is based on academic results.

- 9 core courses:

<i>CPTC31125</i>	<i>Financial Accounting and Reporting</i>
<i>CPTG31149</i>	<i>Management Control</i>
<i>ECOI31143</i>	<i>Business Economics</i>
<i>FINE31123</i>	<i>Principles of Finance</i>
<i>IDSI31135</i>	<i>Managing IT in the Digital Age</i>
<i>MGTP31101</i>	<i>People and Organizations</i>
<i>MGTS31103</i>	<i>Strategy and Management</i>
<i>MKGM31129</i>	<i>Marketing Management</i>
<i>MOPP31105</i>	<i>Operations Management</i>
OR <i>DEVD31231</i>	<i>International Business Law</i>

- **1 management course:**
 MGTM31201 *Asian Culture and Societies (local lecturers)*
- **2 optional Mandarin language courses (2 UV)**

This program enables students to validate part of the international experience.
 6 UVEI are awarded to students who have validated minimum 8 out of 10 mandatory courses.

Global Manager in Asia

▼ Main Information on the Program :

Duration of the program	3 months (July-Sept)
Number of mandatory courses	6
Total number of credits (UV) required for the graduation	6 UV
Total number of credits (UV) required for the validation of 3 UVEI	6 UV

The *Global Manager in Asia* (GMA) is offered **from July to September** each year at ESSEC Asia Pacific in Singapore and is open to MSc in Management students only. The program lasts one trimester and offers a real specialization on Asia. Students will attend courses focused on Asian management issues and on the Asian economic and cultural environment. The *Global Manager in Asia* is especially enriching for students who wish to give an Asian orientation to their curriculum.

■ Program curriculum¹

The curriculum is taught over 2 blocks of 5 weeks each. All students must follow 3 mandatory courses and choose 3 elective courses from the list below:

Compulsory courses:

- MGTM31201 *Asian Culture and Societies*
- CPR031205 *Geopolitics in Asia*
- ECO31129 *Asian Economies*

Elective courses:

- MKGS31313 *International Marketing in Asia*
- IDSI31235 *e-Business in Asia*
- MGTM31356 *Innovation Management*
- MGTS31271 *Managing International Business in Asia*
- DEVN31401 *Negotiate Business Deals in China*
- FINM31162 *International Finance*

¹ Changes may occur concerning the content and the structure of the program.

3 UVEI are awarded to students who have validated the 6 management courses of the GMA. Mandarin language courses are available in addition to management courses:

- 1 or 2 UV at intermediate level for all qualified students: 1 UV during the GMA, with an option to continue a 2nd UV during the Asian Strategy Project
- 2 UV at beginner level: for students participating in the Asian Strategy Project only (see next section for more information on the ASP).

■ Asian Strategy Project

Students who have completed the *Global Manager in Asia* from July to September, may extend their academic stay in Singapore by taking part in:

EXPI31401 Asian Strategy Project

During the Fall term (**October to December**), around 35 previously selected students will conduct, in teams of 4 to 5, a strategic analysis on innovative business models in emerging countries, in parallel with a consulting mission for companies based in Asia. Project teams are supervised by an ESSEC faculty member and by consultants from Capgemini Consulting. Students will have the opportunity to develop research and consulting skills applied to the Asian context and prepare a unique case study.

The Asian Strategy Project is structured into three main phases:

- *Preparation phase*: in Singapore students receive training on research methodology and case writing, and start drafting the company profile, their working hypothesis as well as their interview schedule and team organisation.
- *Field research phase*: students spend 3-4 weeks on site hosted by the company, gathering research material and refining their research hypothesis
- *Writing phase*: students come back to Singapore to finalise two main deliverables, ie. 1) analysis and recommendations on the initial issue raised by the company and 2) a complete case study with its associated teaching note on the innovative dimension of the business model they have studied.

In addition to 6 credits (UV) and 3 UVEI awarded after the completion of the *Global Manager in Asia*, students will be awarded for the Asian Strategy Project either:

- 2 management credits (UV) and 3 UVEI
- or - 1 management credit (UV), 2 months of professional experience and 3 UVEI.

■ Selection process

Applications for the *Global Manager in Asia* and the *Asian Strategy Project* must be submitted in January for a departure the following July. Students apply online on the MSc Program Center.

The selection is based on the students' academic results.

Financial Markets Track

▼ Main Information on the Track:

Duration of the curriculum in Singapore	1 trimester (T2)
Number of mandatory courses	10
Awarding	8 UV
<i>Including</i> Number of courses in Singapore	5
Awarding (in Singapore)	5 UV
Number of seminar(s)	7
Awarding	0 UV
Total number of UV to validate the track	8 UV
Number of months spent abroad	3
Awarding	3 UVEI

■ Program curriculum

MSc students have the opportunity to validate a Financial Markets track in Singapore by joining courses at ESSEC Asia-Pacific in the Master in Finance and in the Advanced Master in Strategy & Management of International Business (SMIB).

Students will have to validate all the following courses:

- **3 mandatory courses in Cergy (prior to studying in Singapore):**

- FINE31124* Fondements de la finance
- OR** *FINE31123* Principles of Finance
- FINM31164* Marchés financiers
- OR** *FINM31165* Financial Markets
- FINM31270* Options
- OR** *FINM31271* Options
- OR** *FINM32107* Options

NB: If needed, students selected for the Financial Markets track in Singapore will have a priority access to the two required courses in Cergy in T1.

- **4 mandatory courses in Singapore (3.5 UV) (T2):**

- FINM32227* Financial Risk Management (1 UV)
- FINM32217* Advanced Options (1 UV) *
- FINM32219* Commodity Markets and Energy Products (1 UV)
- FINM32500* MathLab (0.5 UV) *

*Please note that MathLab Programming will be used for Advanced Options course. Hence, all students are required to take MathLab in order to follow Advanced Derivatives Markets course.

- **Elective courses in Singapore** (Students must choose 3 courses for a total of at least 1.5 UV):
 - FINM32413 Project Finance & Financial Engineering (0.5 UV)*
 - FINM32409 Real Estate Finance (0.5 UV)*
 - FINM32415 Extreme Financial Risks (0.5 UV)*
 - FINM32233 Structuring Treasury Product Seminar (0.5 UV)*
 - FINM32411 Alternative Assets (0.5 UV)*
 - FINM32115 Derivative Pricing and Trading (0.5 UV)*
 - **Compulsory Seminars in Cergy (T3):**
 - Chair ESSEC Finance: participation in 6 seminars during the studies*
 - FING31402 Séminaire éthique en finance
- *For students who enter ESSEC from September 2015.
3 UVEI are awarded to students who have validated the 5 UV of the Singapore Financial Markets Track.

■ Selection process

Only students who have successfully completed the fundamental finance course *FINE31123/FINE31124 (Principles of Finance/Fondements de la finance)* are eligible to apply for the Singapore track.

The selection process is based on the grade obtained in *FINE31123/FINE31124*.

Students must apply online on the MSc Program Center in May/June for a departure the following January.

Corporate Finance Track

▼ Main Information on the Track:	
Duration of the curriculum in Singapore	1 term (July – Sept.)
Number of compulsory courses	7
Awarding	7 UV
Including number of mandatory course(s) in Singapore	5
Awarding (in Singapore)	5 UV
Total of elective course(s)	1
Awarding	1 UV
Number of seminar(s)	7
Awarding	0 UV
Total number of UV to validate the track	8 UV
Number of months spent abroad	3
Awarding	3 UVEI

■ Program curriculum

The structure of the track is the same as the one in Cergy, however not all courses are available in Singapore. A list is provided below.

Students will have to validate:

Prerequisite for CPTC 31246/7:

CPTC 31124 Infos comptables et financières

OR CPTC31125 *Finl Accounting & Reporting*

■ **1 mandatory course in Cergy (before):**

FINE31124 Fondements de la finance

OR FINE31123 *Principles of Finance*

■ **5 mandatory courses in Singapore:**

CPTC31247 *Financial Statement Analysis*

FINE31128 *Corporate Financial Management*

FINE31253 *Mergers and Acquisitions*

FINM31162 *International Finance*

FINM31165 *Financial Markets*

■ **1 mandatory course in Cergy (before or after):**

CPTC31355 *Strategic Business Analysis and Value Creation*

■ **1 elective course in Cergy among (before or after):**

ECOI31231 *Corporate Finance and Governance*

FINE31130 Gestion financière court terme

FINE31254 Evaluation stratégique et financière

FINM31208 Finance immobilière

FINM32102 Wealth Management

FINE32203 *Private Equity*

FINM32206 Gestion bancaire

FINE32217 *Firm Valuation*

FINE32219 Analyse financière

■ **Compulsory Seminars in Cergy (before or after)**

Chair ESSEC Finance: participation in 6 seminars during the studies*

FING31402 Séminaire éthique en finance

*For students who enter ESSEC from September 2015.

3 UVEI are awarded to students who have validated the 5 UV of the Singapore Corporate Finance Track.

■ Selection process

Only students who have successfully completed the finance core course FINE31123/FINE31124 (*Principles of Finance* / Fondements de la finance) and the accounting core course CPTC31124/CPTC31125 (Informations comptables et financières / *Financial Accounting & Reporting*) are eligible to apply for the Singapore track. The selection process is based on the grade obtained in FINE31123/FINE31124.

Students must apply online on the MSc Program Center in February/March for a departure the following July.

Operations Management Program

▼ Main Information on the Program:

Duration of the curriculum in Singapore	1 trimester (T1)
Number of courses to validate the Program	10
Awarding	6 UV
Number of months spent abroad	3
Awarding	3 UVEI

■ **P**rogram curriculum

MSc students have the opportunity to follow the Operations Management Program in Singapore by joining courses at ESSEC Asia-Pacific in the Advanced Master in Logistic and Supply Chain Management, in the Advanced Master in International Food Industry Management and in the Advanced Master in International Supply Management. The Operations Management Program is part of the Operations Management Track; 3 other courses, taught in Cergy, are mandatory for the validation of this track (cf. chapter Tracks)

Students will have to attend and validate 6 UV of the following courses list:

- **4 mandatory courses (awarding 3 UV):**
 - MOPO32209 Operations Management (1 UV)*
 - DEVN32201 Negotiation Workshop (0.5 UV)*
 - MOPP32231 Industrial Strategy & Purchasing (0.5 UV)*
 - NEW Innovation Service Management (1 UV) (to be confirmed)*
- **4 to 6 complementary courses to be chosen among (awarding 3 UV):**

The following courses in Singapore are not taken into account for the validation of the Operations Management Track.

 - DEVD32203 Business Law in Asia (0.5 UV)*
 - MGTM32233 Intercultural Management in Asia (0.5 UV)*
 - FINE32105 Financial Risk Management (0.5 UV) (to be confirmed)*
 - MGTM32101 Managing International Business in Asia (0.5 UV)*
 - MKGS32209 FMCG Product Management in Asia (1 UV)*
 - FINE32500 Financial Management (1 UV)*

3 UVEI are awarded to students who have validated the 6 UV of the Singapore Operations Management Track.

■ **S**election process

Applications for the Operations Management track in Singapore must be submitted in April/May for a departure the following October. Students apply online on the MSc Program Center. The selection is based on the student's academic results and motivation.

Chaires

Chairs

Chaires d'enseignement / <i>Teaching Chairs</i>	
Chaire Communication et Stratégies de Marque	324
Chaire Media & Digital	327
<i>Digital Disruption Chair - NEW -</i>	330
Chaire ESSEC Santé	332
<i>ESSEC Chair of Therapeutic Innovation</i>	334
Chaire de Grande Consommation	337
Chaire Vente et Stratégie Marketing	339
<i>LVMH Chair</i>	341
Chaire Management des Savoir-Faire d'Exception - NEW -	343
<i>Accenture Strategic Business Analytics Chair</i>	346
Chaire Immobilier et Développement Durable	347
Chaire d'Economie Urbaine	350
Chaire Entrepreneuriat Social	352
<i>Leadership and Diversity Chair</i>	356
Chaire Edgar Morin de la Complexité (chaire d'enseignement et de recherche)	359
Chaire ESSEC Finance	361
Chaires de recherche / <i>Research Chairs</i>	
Chaire Armand Peugeot	362
Chaire du Changement	363
Chaire Philanthropie	364
<i>Chaire Amundi - NEW -</i>	365

Chaires d'enseignement / Teaching Chairs

La plupart des chaires sont enseignées en français, quelques-unes en anglais. Les descriptions qui suivent sont données dans la langue d'instruction de la chaire. Par exemple, elles sont décrites en anglais, quand l'enseignement est donné dans cette langue.

Most of the teaching of the Chairs is given in French. Some courses are offered in English. The course descriptions that follow are presented in the language of instruction. For example, courses taught in French are described in this language only.

Chaire Communication et Stratégies de Marque

Professeur Titulaire : Jean-Marc XUEREB, professeur ESSEC
Assistante : Sylvie GALLET – gallet@essec.edu – 01 34 43 32 48

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	2 trimestres sur la même année scolaire
Nombre de séminaires de chaire obligatoires	4 (T2 + T3)
Rapportant au total	4 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	4 UV

■ Introduction

La chaire Communication et Stratégies de Marque a été créée à l'ESSEC en 1989 avec des médias, des agences et conseils en communication et des entreprises représentant chacune différents secteurs de l'industrie ou des services.

En 2015/2016, ses partenaires étaient : Aegis Média, Canal+, France Loisirs, Havas Worldwide, Philips, Publicis, TBWA France.

■ Objectifs/Mission de la chaire

La chaire a pour mission de faire connaître la communication en tant qu'outil de management, au service de la stratégie et de la visibilité des entreprises, moyen indispensable pour assurer la cohérence et les synergies dans la gestion de l'image de la marque et du capital immatériel de l'entreprise.

Sur le plan professionnel, la chaire souhaite faire mieux connaître les métiers de la communication et sensibiliser au secteur tous ceux qui auront un rôle de gestionnaire dans des groupes de communication ou autres.

■ **A**pport à ses membres

Aux ESSEC, futurs cadres opérationnels qui devront être des communicants, elle apporte le «plus» communication de chacun des domaines de spécialité de la gestion. En cherchant à faire évoluer la fonction communication dans l'entreprise, aujourd'hui banalisée et professionnelle, elle prépare les managers à exercer leurs talents dans des directions de communication d'un type nouveau.

Elle s'adresse aux futurs conseils en communication ou publicitaires qui devront intégrer une démarche institutionnelle à la simple publicité produits et gérer la cohésion et les interfaces de ces deux démarches.

Elle procure aussi des gestionnaires aux entreprises de communication.

■ **O**rganisation/intégration à la scolarité

Les enseignements s'inscrivent dans le cursus normal de l'ESSEC et les entreprises partenaires interviennent directement dans les séminaires dispensés aux 2^{ème} et 3^{ème} trimestres.

Les étudiants sont tenus de suivre :

- COMM31425 Séminaire communication synthèse (T2)
- COMM31426 Séminaire communication d'entreprise 1 (T2)
- COMM31427 Séminaire Communication d'entreprise 2 (T3)
- MKGS31461 Séminaire de Chaire Vente & Stratégie Marketing «Synthèse» (T3)

Certains cours seront suivis avec les étudiants de la chaire VSM.

Le séminaire MKGS31461 sera principalement animé par les entreprises partenaires des deux chaires.

Vous pouvez enrichir votre cursus avec les cours suivants :

- DEVD31246 Droit des médias
- FINE31126 Finance d'entreprise
- ou *FINE31128 Corporate Financial Management*
- ou *FINE32109 Corporate Financial Management*
- FINE31130 Gestion financière court terme
- FINM31164 Marchés financiers
- ou *FINM31165 Financial Markets*
- FINS31351 Financial Policy*
- ou FINS31353 Politique financière
- MGTM31226 Management des organisations
- ou *MGTM31227 Management of Organizations*
- MGTP31200 Théorie de la personnalité
- ou *MGTP31201 Personality Theory*
- MGTP31210 Mise en scène du comportement
- ou *MGTP31211 Behaving in Public: a Training*
- MKGC31112 Etudes en marketing
- ou *MKGC31113 Marketing Research*
- MKGC31125 Comportement du consommateur
- ou *MKGC31126 Consumer Behavior*
- MKGF31211 Publicité
- MKGF31215 Gestion de la force de vente

Le contrôle des connaissances se fait sous forme de missions de conseil proposées par le titulaire de la chaire et réalisées sous son contrôle avec un coaching encadré par Capgemini Consulting. Les séminaires annuels sont rétribués de quatre UV enregistrées en juin dans la scolarité. Un abandon en cours d'année ne donne droit à aucune UV.

Un titre de chaire est délivré par les sociétés partenaires et l'école à chaque étudiant ayant accompli toutes les obligations de la chaire. La remise des titres intervient au 3^{ème} trimestre.

■ **A**utres activités

La chaire Communication et Stratégies de Marque propose des activités à ses étudiants leur permettant d'animer la vie de la chaire ainsi que de mettre en pratique leurs connaissances en communication.

La chaire s'organise comme une mini-agence de communication où chacun peut explorer des domaines variés.

- Envie de prendre des responsabilités ? Vous pouvez choisir d'être délégué de chaire, organiser des événements...
- Si vous êtes plutôt communication presse écrite, participez à la rédaction du Point.Com, et devenez le journaliste d'une saison d'événements de la chaire ou rédigez des articles pour le magazine des diplômés Reflets.
- Vous aimez animer les réseaux ? La chaire vous propose de tisser des liens exclusifs avec les anciens de la chaire en organisant rencontres et meetings.
- Si vous préférez la communication active, devenez l'étudiant qui accueille et présente les intervenants qui viennent chaque semaine partager leur expérience et leur vision de la communication.
- Vous pouvez aussi devenir rédacteur pour le site Internet de la chaire et laissez votre marque sur le portail de la Communication à l'ESSEC.

Si dans cette liste, vous ne trouvez pas votre bonheur, n'hésitez pas à proposer une activité. L'innovation est un allié précieux dans le monde de la Communication.

Il n'y a aucun stage obligatoire mais ceux-ci peuvent être proposés par les fondateurs ou répondre à la demande des étudiants de la chaire.

■ **I**nscription

Environ 25 étudiants sont membres de la chaire. Ils sont recrutés sur dossier et entretien par le titulaire accompagné, quand c'est possible, de l'un des fondateurs.

Chaire Media & Digital

Titulaire : collectif de professeurs

Directeur de la recherche : Jan ONDRUS

Directeur exécutif : Judith ANDRÈS

Assistante : Ana GUTIERREZ – gutierrez@essec.edu – 01 34 43 32 96

Site : <http://chaire-media-entertainment.essec.edu>

Compte Twitter : ESSEC_MEDIA

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année (hors stages en entreprise)
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T1)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre de recherche obligatoire(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre minimal imposé de cours optionnel(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	7 UV

■ Objectif

Créer un lieu de réflexion, de recherche, de veille et de formation dans le secteur Media & Digital

La chaire Media & Digital réunit un collectif de professeurs de l'ESSEC et des professionnels du secteur, qui unissent leurs compétences pour créer une véritable passerelle de l'univers de la recherche et de la formation au management vers les industries des médias, culturelles et des technologies numériques.

Lieu de confluence des approches politiques, économiques et organisationnelles de ces industries, la chaire a pour vocation de développer l'expertise opérationnelle des étudiants autant que la recherche dans ce domaine, dans un esprit de laboratoire.

■ Programme d'enseignement de la chaire

Il comprend :

- Les cours obligatoires
- Les cours optionnels
- Le séminaire de chaire
- Les travaux de recherche (cf. : section Autres activités de la chaire)
- Les stages (cf. : Expérience professionnelle)

Les étudiants de la chaire doivent :

- **Suivre 3 cours obligatoires :**
 - COMD31440 Economie des médias
 - DEVD31228 Protection juridique des droits de propriété intellectuelle
 - ou *DEVD31229 Intellectual Property*
 - DEVD31246 Droit des médias et des technologies de l'information

 - **Suivre 2 cours optionnels dans la liste suivante :**
 - CPTC31246 Analyse des états financiers
 - ou *CPTC31247 Financial Statement Analysis*
 - IDSE31301 e-Business Entrepreneurship*
 - IDSI31338 Création de sites web
 - ou *IDSI31339 Website Creation*
 - IDSI31341 e-Business Strategy & Operations*
 - IDSI31343 Digital Transformation*
 - MOPI31201 Responsible Innovation*
 - ou *MOPI31202 Innovation responsable*
 - MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise
 - ou *MGTE31363 New venture design and planning*
 - MGTM31234 Management culturel
 - MGTM31235 Creative Industries Management*
 - MKGC31125 Comportement du consommateur
 - ou *MKGC31126 Consumer Behavior*
 - MKGF31239 Social Media Marketing*
 - MKGS31203 Digital Marketing Strategy*
-
- **Suivre le séminaire de chaire**
 - COMD31438 Séminaire de Chaire Management des médias

Le séminaire, exclusivement réservé aux étudiants de la Chaire, permet aux étudiants d'acquérir des connaissances solides sur les évolutions des enjeux stratégiques des industries de contenu à l'ère de la transformation digitale, les équilibres organisationnels des entreprises de médias et nouveaux médias ainsi que les fonctions clés dans les évolutions actuelles et les singularités managériales dans l'économie de l'immatériel

Le séminaire s'articule autour de séances collectives de tables rondes professionnelles et études de cas, pour un total de 25 heures

La présence à ce séminaire est obligatoire et rapporte 1 UV.

Travaux de recherche

Les étudiants, regroupés en binômes ou en trinômes, doivent réaliser une étude sur un des sujets proposés par le comité de pilotage de la chaire dans lequel sont représentés les partenaires.

1 UV de recherche personnelle (rapportant 1UV) :

COMD31600 Chaire Media – Recherche personnelle

(UV comptabilisée dans les 2 UV de recherche personnelle, également décomptée des 30/31UV)

La liste des thèmes abordés lors des années antérieures peut être communiquée par le secrétariat de la chaire sur simple demande.

■ **Expérience professionnelle**

Les étudiants doivent effectuer au minimum 6 mois de stage dans des entreprises du secteur.

■ **Autres activités de la chaire**

1. Voyage d'études

Un voyage de Chaire est organisé chaque année en France ou à l'étranger lors de la semaine de congés de printemps.

2. Relations avec les partenaires

- La Société Générale

La chaire Media & Digital travaille en étroite collaboration avec les experts de la Société Générale Corporate & Investment Banking. La banque dispose en effet d'une équipe de spécialistes en financements structurés qui interviennent à toutes les étapes de la réalisation de projets Media & Digital. Sa participation active à cette formation d'excellence est la preuve de sa contribution à former les cadres de demain, à apporter son expertise dans le domaine des médias et à s'engager en termes de qualité de services, de recherche et de formation.

- Groupe Orange

La Division Contenus du Groupe Orange met en place et développe les partenariats avec les acteurs de contenus et vise à concrétiser la stratégie de convergence du groupe. Elle acquiert les droits de diffusion dans les domaines de la télévision, du cinéma, de la musique, du sport, des jeux et de l'information. Elle pilote la conception de services, intervenant dans l'évolution des plates-formes techniques, players et terminaux permettant ainsi de proposer les contenus les plus adaptés aux attentes de ses clients. Le partenariat avec la chaire Media permet d'apporter l'expertise d'Orange aux étudiants de la chaire mais également à Orange de bénéficier de tout le savoir-faire d'un partenaire académique de tout premier plan.

- TF1

Le groupe TF1 a choisi de s'associer à l'ESSEC pour participer au développement de la chaire Média & Digital et ainsi se rapprocher du monde étudiant et académique. Ce partenariat permettra ainsi aux étudiants de mieux appréhender les évolutions et la richesse du secteur des médias; c'est par ailleurs l'occasion de compléter les expertises des partenaires historiques de la chaire par celles d'un groupe Média.

- Les Echos, partenaire presse écrite

Le rapprochement des Echos et de la chaire Media & Digital s'inscrit dans la stratégie affichée du journal de se rapprocher des Grandes Ecoles et des universités et de favoriser les passerelles entre le monde de l'entreprise et les étudiants.

■ **P**rocédure de recrutement

La chaire recrute des élèves en MSc 2 et 3 ainsi que les BBA en 4^{ème} année **au mois d'octobre de chaque année**. Chaque promotion comporte entre 25 et 30 étudiants.

Les dossiers de candidature peuvent être retirés auprès d'Ana Gutierrez (gutierrez@essec.edu). Le recrutement comprend deux étapes, admissibilité sur dossier suivie d'un entretien en présence de la direction de la Chaire et ses partenaires.

Digital Disruption Chair

Chair-holder: Peter O'CONNOR, ESSEC professor

Assistant: Salimata CISSÉ – cisse@essec.edu – 01 34 43 39 60

Main information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory Chair seminar(s)	1 (T3)
Awarding	1 UV
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	2
Awarding	2 UV
Number of elective course(s)	3
Awarding	3 UV
Total number of credits required for the Chair graduation	6 UV

■ **I**ntroduction and objectives

Recent developments in technology are having a revolutionary effect on consumers, business and society. The ESSEC Chair on Digital Disruption aims to provide participants with an in-depth understanding of the effect of digital on business, preparing them to work in, and lead, increasingly digital organizations. Strong teaching and research links with companies operating in the digital domain help the Chair to focus on disseminating multi-sector best practice and thought leadership to both participants and the broader ESSEC community of students, staff and alumni as a whole.

■ **C**hair curriculum

To complete this Chair, participants must follow:

- **1 compulsory Chair seminar:**

IDS131433 Seminar on Digital Disruption

- **2 mandatory courses:**
 - IDSI31341 e-Business Strategy & Operations*
 - IDSI31343 Digital Transformation*
- **3 elective courses to be taken amongst:**
 - MKGS31203 Digital Marketing Strategy*
 - IDSE31301 e-Business Entrepreneurship*
 - MOPP31100 Management Supply Chain*
 - OR** *MOPP31101 Supply Chain Management*
 - IDSI31420 Séminaire de département IDS : Conception, Développement et Lancement d'un(e) site/application*
 - IDSI31421 Seminar in Information System: Applied Cybersecurity Strategy for Managers*
- **Complete a group research project selected in agreement with the Chair sponsors.**
- **Complete an internship of between 3 and 6 month in an approved, digitally-orientated, position.**

Chair Sponsors

The ESSEC Chair in Digital Disruption is generously sponsored by:



BNP PARIBAS

■ Selection process

Applications for the Chair take place from June up to the end of October each year. To apply, students must send a detailed application file explaining your interest in the Chair in relation to your past experiences and your personal and professional project.

Candidates must submit the application files from June and at the latest on October 15, 2016. Shortlisted candidates may then be invited to a 30-minute interview. The accepted candidates will be informed by mid-November.

Chaire ESSEC Santé

Professeur titulaire : Gérard de POUVOURVILLE, professeur ESSEC
Assistante : Suzanne GAUDET – gaudet@essec.edu – 01 34 43 36 66
www.essec-sante.com

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	2 trimestres
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	2 (T2)
Rapportant au total	3 UV
Nombre de cours obligatoire	1 (T3)
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	4 UV

■ Objectif

Le secteur de la santé joue un rôle essentiel dans notre économie, que ce soit au niveau de l'industrie pharmaceutique et du matériel médical, au niveau des organisations prestataires de soins, ou encore des organismes de financement et de prise en charge des dépenses de santé. Afin de mieux répondre aux besoins du marché et de mieux préparer la carrière des étudiants souhaitant s'orienter dans ce domaine, l'ESSEC a créé la chaire «ESSEC Santé» qui associe dans un même intérêt industriel, institutions du secteur de la santé et le potentiel de l'ESSEC.

La chaire est actuellement soutenue par les partenaires suivants :

- ALK Abello
- Sandoz
- Smart Pharma Consulting
- Abbott
- AMGEN
- Boehringer Ingelheim
- Generali Groupe
- Ipsen
- Janssen
- Mondial Assistance
- Oxyvie
- Pfizer
- Pierre Fabre
- Servier
- Vitagermine

■ Programme d'enseignement de la chaire

La chaire ESSEC Santé dispense une formation à l'économie et à la gestion de la santé. Deux UV sont consacrées à l'analyse de la régulation économique des systèmes de santé ; la 3^{ème} UV apporte une formation spécialisée au marketing des produits pharmaceutiques et des dispositifs médicaux.

Cursus santé : Dans le cadre de l'Institut d'Economie et Management de la Santé de l'ESSEC, il est possible de suivre le cursus santé qui regroupe les enseignements de la chaire ESSEC Santé et de la chaire ESSEC Innovation Thérapeutique, sous réserve d'être admis après entretien dans chacune des deux chaires. Il est nécessaire de déposer un dossier de candidature auprès de chaque chaire.

■ **2 séminaires obligatoires**

Les étudiants doivent suivre, au cours du T2, les 2 séminaires de chaire dont l'un est enseigné en 2 parties :

- SANT31421 Systèmes de santé (*1^{ère} partie - mercredi 9h au T2*)
- SANT31422 Systèmes de santé (*2^{ème} partie - mercredi 13h15 au T2*)
- SANT31423 Marketing des produits pharma (*vendredi 9h au T2*)

Ces séminaires sont réservés exclusivement aux étudiants admis à la chaire ESSEC Santé.

■ **1 cours obligatoire**

- ECOI31260 Economie de la santé
- ou *ECOI31261 Health Economics*

■ **E**xpérience professionnelle

De nombreuses offres sont proposées aux étudiants qui ont la possibilité d'effectuer un stage ou un contrat d'apprentissage, notamment au sein des entreprises et institutions partenaires de la chaire mais également dans d'autres entreprises du secteur.

Régulièrement des entreprises viennent se présenter aux étudiants de la chaire afin d'exposer leurs activités, leurs spécificités et de rencontrer les candidats potentiels pour des stages ou des emplois.

Un CV book, rassemblant les Curriculum Vitae des étudiants inscrits, est réalisé chaque année. Il est envoyé à diverses entreprises du secteur de la santé.

■ **A**utres activités de la chaire

Les étudiants participent aux différentes activités de la chaire : conférences-débats organisés avec les sponsors ; conférences des Amphis de la Santé organisées en partenariat avec l'ACIP (Association des Cadres de l'Industrie Pharmaceutique) et Le Quotidien du Médecin ; études et travaux de recherche initiés par le professeur titulaire de la chaire ou lancés à l'initiative des entreprises; visioconférences en partenariat avec University of California, Los Angeles – UCLA et Fudan University Shanghai...

■ **P**rocédure de recrutement

Les étudiants sélectionnés pour participer à cette chaire ont un intérêt marqué pour ce secteur. Ils développent des liens privilégiés avec les entreprises et organisations qui parrainent la chaire.

Une trentaine d'étudiants peuvent être admis à suivre les cours de la chaire.

Un appel à candidature est diffusé par e-mail en juin pour les étudiants en cycle Bachelor et fin septembre pour les étudiants en cycle Master ainsi que les étudiants en échange universitaire.

Des présentations sont effectuées par le professeur titulaire aux mêmes périodes.
Les dossiers de candidature sont à retirer auprès de Suzanne Gaudet, bureau N 506.
La sélection a lieu courant octobre. Pour plus de renseignements : gaudet@essec.edu.

ESSEC Chair of Therapeutic Innovation

Chair holder: Karine LAMIRAUD, Associate Professor of Economics, ESSEC Business School
Assistant: Sandrine PEPING – peping@essec.edu – 01 34 43 28 36
<https://sites.google.com/a/essec.edu/essec-chair-of-therapeutic-innovation/>

Main information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 trimester
Number of mandatory Chair seminar(s)	2 in T2
Credits	3 UV
Number of mandatory course	1
Credits	1 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	4 UV

■ Introduction and objectives

Think about it... Medical imaging, surgical robotics, therapeutic vaccines, connected medical devices, genomics, targeted therapies etc. So many mind-blowing technologies being industrialized at an exponential pace. Unprecedented biotech and medtech innovations raise tremendous hope for patients and their families, given that some therapies are actually targeting the causes of certain diseases, not just their symptoms. But how can these advances become accessible to everyone?

Since its creation in 2004, the Chair of Therapeutic Innovation is pursuing two objectives: 1/train the upcoming generation of decision-makers in innovation management and stimulate their sense of ethical leadership; 2/conduct research on the industrial and societal impact of these innovations over the next decade.

■ Chair curriculum

Chair students must validate three courses:

- SANT31427 Ethical Dilemma in Health Ind.*
- SANT31425 Managing Therapeutic Innovat.1*
- SANT31429 Managing Therapeutic Innovat.2*

At the crossroads of pharmaceuticals, medical devices and hospital organizations, the Chair develops a pragmatic, action-learning approach based on real-life case studies, role playing

and negotiation workshops. On completion of the sessions, participants have the skills to sponsor a project in an entrepreneurial spirit, build a strategic action plan, value innovation, negotiate and win the support of others. Each year, the Chair organizes immersion visits to European biotech and medtech firms, offering students an inside glimpse of the industry and its challenges, from lab bench to production sites. Team projects are led in tandem with managers of partner companies. Through real-world problems and creative solutions, the Chair's vocation is to ignite fires, not fill vessels. The two Chair seminars are taught in English. They are scheduled in T2, from January to March (75 hours).

Chair students must also validate one of the three following courses:

<i>MGTE31361</i>	<i>Entrepreneurship</i>
<i>MGTE31363</i>	<i>New Venture Design and Planning</i>
<i>ECOI31261</i>	<i>Health Economics</i>

Health track: The ESSEC Chair of Therapeutic Innovation can be attended in parallel to Chair Santé. The complementarity of both Chairs creates unparalleled synergies for participants, offering them a 360° view of the challenges in the health industry. Students can apply to both Chairs during their curriculum at ESSEC. Fully integrated in the ESSEC curricula, the Chair of Therapeutic Innovation selects some 25 high-potential students each year who wish to work in healthcare organizations, representing close to a dozen different nationalities. Selection is based on academic excellence and the maturity of the student's career plan. A scientific background is not a prerequisite.

The ESSEC Chair of Therapeutic Innovation is part of ESSEC Centre of Excellence for Smart Life and Smart Economy which is interested in the 21st century economy and pays special attention to show how the concept of quality of life will shape the economy of the 21st century. Health, real estate, and urban planning, as well as hospitality, education, sports, and the relationships between these subjects are all areas covered by the Centre of Excellence for Smart Life and Smart Economy. This integrated approach is also to be found in the ESSEC Chair of Therapeutic Innovation program.

■ Professional experience

Apprenticeship, internships, VIE, fixed-term or open-ended work contracts are offered to students throughout the year. To graduate from the Chair, students must complete a 6-month professional experience in the health sector at large. Certain previous professional experiences may be validated.

Today, close to 300 graduates work in some 15 countries across the world. Two years after graduating, half of them work outside of Europe, mainly in biotech, medtech and pharmaceutical companies. They hold positions in public affairs, market access, international marketing, project management, business development, finance, internal audit and sustainable development. Others work for hospital groups, consulting firms, investment funds, NGOs, create their own company or join international organizations such as the World Bank, the United Nations or ministries of health.

■ **Talent diversity**

Passionate, hard-working and creative, our students wake up each morning with the hope of playing a part in building a better world. Each year, the Chair selects some 25 participants. In addition to PhDs in life sciences, medical students and pharmacists, we welcome engineers, law school students, economists and other humanities graduates. They come from various ESSEC programs including master in management, doctoral programs, specialized master programs, as well as university exchange programs.

■ **Research activities**

The Chair focuses its research on the diffusion of innovation (identification of determinants of innovation such as the organization of the health care system, medical research, user innovation...), the impact of innovation on the society (e.g. impact on health care costs), the pricing and value of innovation. Its publications are at the crossroads of such disciplines as industrial economics, hospital management, medico-economics and health policy.

■ **Selection process**

Over the years, the Chair has developed a selective recruitment procedure involving its industrial partners. The admission process is based on an application file and an interview. Application forms are accessible on the Chair website. Interviews take place at the end of October. The jury is composed of three members including a Chair alumni, the Chaired professor, and a senior executive from the industry. For each candidate, three evaluation reports are taken into account in the final decision. Results are available at the end of November. Jury decisions are not commented or debriefed. The admission is effective for the current year: it cannot be postponed. A Chair presentation is organized in October.

FAQ are posted online:

<https://sites.google.com/a/essec.edu/essec-chair-of-therapeutic-innovation/>

■ **Organization and attendance**

Sessions are organized from January to March, on Tuesday (9:00-12:00 and 13:15-16:15) and Thursday (9:00-12:00). Tuesday late afternoons (16:15-19:15 pm) are dedicated to various Chair activities (coaching sessions, etc.). It means that students are aware that they cannot register to any other courses on this slot. Full attendance is required for every Chair activity, from classes to conferences, HR days, immersion trips, graduation ceremony, etc. Unjustified absences or late arrivals are penalized.

Chaire Grande Consommation

Directeur exécutif : Rémy GERIN

Responsable Communication et développement : Mailys VICAIRE

Responsable projets RSE : Isabelle FRAPPAT

Assistante : Françoise FITAMANT – fitamant@essec.edu – 01 34 43 30 86

www : <http://chaire-grandeconsommation.essec.edu/>

Twitter : @ESSEC_PGC

La filière d'excellence pour une carrière dans la grande consommation

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	6 à 18 mois
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours obligatoire(s), hors séminaire(s)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours électif(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	8 UV + stage de 1 mois

■ Objectifs

La chaire Grande Consommation a été la première chaire créée à l'ESSEC, en 1985, par le professeur Daniel Tixier. Elle l'a été autour d'une vision audacieuse à l'époque : fédérer, autour d'un projet pédagogique unique, industriels et commerçants.

Aujourd'hui, la chaire est devenue le pôle d'excellence, en France, pour la formation des jeunes à tous les métiers de la consommation, parce qu'elle a su créer, au fil des ans, une communauté unique de professeurs de haut niveau, d'entreprises et d'organisations partenaires très engagées et d'anciens très fidèles, qui œuvrent au quotidien pour développer les étudiants ayant fait le choix de cette filière, à travers un programme ambitieux de cours, de séminaires, de stages, de rencontres et de recherche.

La chaire Grande Consommation travaille aujourd'hui en étroite collaboration avec Auchan, Danone, Carrefour, Lesieur, Nielsen, SCA, SEB et Unilever et se présente sous la forme d'un groupe d'étudiants sélectionnés et motivés par l'univers de la grande consommation.

A travers des projets, individuels ou en groupe, des rencontres avec des entreprises et des parties-prenantes, un voyage, des événements et des dîners avec des professionnels et des personnalités du secteur, les étudiants ont un accès privilégié à la grande consommation et à ses métiers, à son éco-système, ce qui accélère leur formation et développe leurs connaissances et leur maturité dans ce domaine.

■ Programme d'enseignement de la chaire

Les activités pédagogiques de la chaire peuvent être réalisées en 6 mois minimum et 18 mois maximum.

Les étudiants de la chaire sont tenus de suivre :

2 séminaires obligatoires

MKGS31452 Consommation & RSE T2

Des entreprises, des distributeurs, des associations, des personnalités viennent partager et échanger avec les étudiants autour de leurs bonnes pratiques pour la construction d'une consommation plus responsable et plus engagée, plus collaborative ou plus moderne. Afin de valider l'UV, les étudiants remettent un mémoire sur une question associant Retail / Consommation et RSE. Les meilleurs travaux sont publiés par la chaire. En 2016, les étudiants ont rédigé un manifeste pour les Présidentiabes en s'appuyant sur un ouvrage d'Edgar Morin (La Voie)

MKGS31453 Séminaire de chaire en semaine bloquée Semaine bloquée T2

Le contenu du second séminaire varie chaque année en fonction des thèmes d'études retenus et des personnalités invitées. Il s'agit d'un lieu de découverte, de rencontres et de réflexion sur les métiers de la grande consommation. De nombreuses personnalités viennent y partager leurs expériences. C'est également l'occasion de visiter des sites d'entreprise, de découvrir la relation industrie commerce dans des pays étrangers (Pays-Bas en 2014, Suède en 2015, Chine en 2016). Afin de valider l'UV, chaque étudiant doit en outre s'investir une centaine d'heures dans un projet de recherche (avec un partenaire de la chaire) ou dans un projet de chaire (projet d'intérêt général lié à la vie et au développement de la chaire).

4 cours obligatoires

MKGM31350	Politique de Marketing (Unilever)	T2
MKGM31353	Relation industrie commerce	T2
MKGF31218	Marketing des distributeurs	T3
MKGM31355	Management des PGC	T3

2 cours électifs

MKGC31125/31126	Comportement du consommateur/ <i>Consumer Behavior</i>	
MKGM31217/MKGM31218	Chef de Produits / <i>Product Management</i>	
MKGM31420	Approche conso & Data Analytic	T3
MKGS31203	<i>Digital marketing strategy</i>	T2
IDSI31341	<i>e-business strat & operations</i>	T1 ou T2
MOP031213	<i>Supply Chain Analytics and Tools</i>	T3
FINE31254	<i>Evaluation stratégique et financière (étude de cas obligatoirement sur entreprise de PGC)</i>	T3

* Les créneaux horaires peuvent faire l'objet d'une modification

■ **E**xpérience en distribution

La chaire demande une expérience obligatoire en distribution : Cette expérience pourra prendre la forme d'un stage, d'un VIE ou d'une période d'alternance et pourra s'effectuer auprès d'entreprises aussi variées que Carrefour, Auchan, Casino, Amazon.com, Louis Vuitton, La Redoute ou Naturalia, par exemple. Le stage en distribution devra durer au moins 1 mois.

■ **E**vénements de la chaire

La chaire organise chaque année de nombreux événements pour ses étudiants. En 2016 par exemple : des dîners de chaire, pour rencontrer des personnalités emblématiques du secteur (Benoît Hamon, Thomas Laurenceau...); la soirée du «Grand Prix du Commerce Responsable» au ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique avec la Ministre Martine Pinville; la rencontre avec les dirigeants Carrefour (Georges Plassat) et Danone (Franck Riboud), des rencontres RSE autour de Carrefour et Intermarché
La participation à ces événements est obligatoire.

■ **P**rocédure de recrutement

La chaire s'adresse à tous les étudiants de la Grande Ecole et aux Mastères, intéressés par le secteur de la Grande Consommation et par ses nouvelles problématiques. Une trentaine d'étudiants sont admis chaque année. Une première sélection des candidatures est effectuée sur dossier, puis une seconde sur la base d'un entretien avec un membre de la chaire et un professionnel partenaire. Les dossiers de candidature sont à retirer en ligne.
Plus d'informations sur chaire-grandeconsommation.essec.edu

Chaire Vente et Stratégie Marketing

Titulaire : Jean-Marc XUEREB, professeur ESSEC

Assistante : Sylvie GALLET – gallet@essec.edu - 01 34 43 32 48

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	2 trimestres sur la même année scolaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	3 (2 au T2, 1 au T3)
Rapportant au total	3 UV
Nombre de cours obligatoire(s), hors séminaire(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	4 UV

■ Introduction / Objectifs

La chaire Vente et Stratégie Marketing s'intéresse à l'ensemble des leviers marketing et commerciaux qui permettent de créer de la valeur pour l'entreprise au-delà du mix-marketing classique centré produit.

L'originalité de la chaire VSM repose sur la diversité et la complémentarité des firmes fondatrices. Entreprises de service, de biens de grande consommation, de biens industriels, de produits techniques sont ainsi représentées.

Les entreprises : GDF-Suez, Michelin, Xerox, Renault et le Groupe Prisma Presse participent au développement de cette Chaire. Toutes ces entreprises ont en commun le souci d'aider les étudiants désirant s'engager dans une carrière commerciale et marketing à développer leurs capacités de négociateurs et d'organiseurs au niveau des stratégies commerciales.

■ Programme d'enseignement de la chaire

Le cursus spécifique de la chaire VSM repose sur deux séminaires dédiés à la présentation des fondements théoriques et pratiques des métiers commerciaux et marketing. Ces séminaires proposent des formations spécifiques animées par des professionnels (partenaires ou anciens VSM) concernant les techniques et méthodes de vente, le marketing client, le marketing opérationnel, la gestion de la relation client, le pilotage commercial, des ateliers de négociation où les étudiants peuvent tester leurs connaissances et leur pratique face à de véritables acheteurs. Les étudiants sont également en contact permanent avec les entreprises et le réseau des anciens de la chaire. Ce contact est établi par des activités communes et par les interventions directes des entreprises dans le cadre du programme d'étude (séminaire de synthèse, conférences...).

Cette action de formation est renforcée par la participation des étudiants à des activités spécifiques de la chaire («Une semaine, un vendeur», missions de conseil auprès des partenaires, visites d'entreprise...). Des visites dans les locaux des entreprises partenaires de la chaire sont organisées chaque année.

Les activités de la chaire sont concentrées sur deux trimestres.

Pour les étudiants sélectionnés (MSc 1 et 2, etc.), la chaire propose une formation théorique et appliquée, individuelle et collective.

Les étudiants de la chaire sont tenus de suivre :

■ Trois séminaires obligatoires qui leur sont réservés:

COMM31425 Sémin. communication synthèse (T2)

MKGS31461 Sémin. Chaire VSM «Synthèse» (T3)

MKGS31462 Sémin. Chaire VSM «Vente» (T2)

■ Un seul cours obligatoire, à prendre la même année que les cours de chaire :

MKGF31215 Gestion de la force de vente

■ Un cours est vivement conseillé mais non obligatoire :

COMM31426 Sémin. Communication d'entreprise

■ **E**xpérience professionnelle

Les étudiants de la chaire devront en outre effectuer une expérience d'au moins 6 mois dans une fonction commerciale ou marketing, avant ou après leur intégration dans la chaire.

■ **P**rocédure de recrutement

Une vingtaine d'étudiants sont admis chaque année parmi les étudiants de la Grande Ecole.

Le recrutement se fait sur dossier et après un entretien. Les séminaires de chaire sont réservés exclusivement aux étudiants membres de la chaire VSM.

LVMH Chair

Chaired Professor: Sonja PROKOPEC, ESSEC professor

Assistant: Julie PORTET – portet@essec.edu – 01 34 43 30 51

lvmh-chair.essec.edu

Important: The LVMH Chair Program is taught entirely in English

Main Information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory Chair seminar(s)	1 (T2)
Awarding	1 UV
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	5 (during the curriculum)
Awarding	5 UV
Corporate Project	1
Awarding	0 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	6 UV

■ **I**ntroduction

The LVMH Chair was created in January 1991 jointly by ESSEC and the LVMH Louis Vuitton – Moët Hennessy Group, a world leader in luxury that possesses prestigious brands in the following sectors:

- Wines and spirits.
- Fashion and leather goods.
- Watches and jewellery.
- Perfumes and powder.
- Selective retailing.

■ **O**bjectives

As a specific stream of teaching and research in luxury brand management, the Chair's objective is to offer ESSEC students a program covering:

- Specific knowledge of the various luxury brand functions, due to the professional expertise of speakers, who are executives from member firms of the Chair's founder, LVMH;

- High-level training provided by university professors or professional organizations;
 - Practical applications through corporate project and internships;
 - Active participation by students in the Chair's activities, through visits to the LVMH Group.
- The main objective of the LVMH Chair is to train students capable of efficiently managing particularities of excellence, creation, and international economic performance currently required by corporations belonging to this industry.

■ Chair curriculum

The Chair students must follow and validate:

- **1 compulsory Chair seminar: (in English)**

MKGS31471 LVMH Chair Seminar "Fundamentals of Luxury" (reserved to students admitted to the LVMH Chair)

- **5 compulsory courses : priority is given to the courses taught in English**

MKGC31113 Marketing Research

MKGF31411 International Luxury Distribution

MKGS31200 Contemporary Issues in Luxury Marketing (reserved to students admitted to the LVMH Chair)

MKGS31469 Luxury Retail Management (previously MKGF31219)

or *MKGS31477 Luxury Retail Excellence and Merchandising*

MKGM31412 Anthropologie des Marques de luxe

or *MKGM31413 Anthropology of Luxury Brands*

- **A corporate project during the T3 :**

The corporate project will enable students to work in groups of 4 - 5 over 3 months, in partnership with the different brands of LVMH in the field of brand management.

- **Coaching:**

Each Chair student is coached by a LVMH executive manager, enabling a better understanding of this industry.

- **1 internship in a luxury sector company:**

A minimum 6-month internship in a luxury sector company must be completed at the end of the Chair curriculum.

Only students who meet all the requirements of the Chair will graduate from the Chair.

■ Other Chair's activities

- **Company visits:**

Visits of the companies of the LVMH group are organized each year.

- **Team-building:**

The Chair also organizes a «Team-Building» session for each new cohort.

■ Selection process

The program proposed by the Chair is offered to the MSc students and specialized Master students in Marketing and International Business Strategy, who have been previously selected on the basis of an application file and an interview. The Chair is also **open to international, double-degree students**. Application files are available from the month of June and have to be submitted by mid-October each year (check the website for the specific deadlines).

The selection committee usually takes place in November.

The selection committee is made up of three persons:

- ✓ The Chaired-Professor
- ✓ A LVMH HR manager
- ✓ A former Chair student (who works in the luxury sector)

■ Student profile

Beyond the traditional qualities (analysis, synthesis, pragmatism and personality) requested for all ESSEC students, the selected candidates for the Chair must show a great interest for international fields. They must also possess skills in reflection structuring, all being creative with an assert sensibility for the luxury sector. Moreover, they must have a great general knowledge, especially in the artistic fields: it is essential for succeeding in a sector which is by definition rich in esthetic references.

Chaire Management des Savoir-Faire d'Exception

Professeur Titulaire : Simon NYECK, professeur ESSEC

Assistant : Julien BEKONO – bekono@essec.edu

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaires de chaire obligatoires	1 (T2)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, (hors séminaire)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours électifs	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	8 UV + 1 stage de 6 mois

■ Objectifs/Mission de la chaire

La chaire Management des Savoir-Faire d'Exception a pour mission d'aider à la formation de futurs managers ayant une compréhension et une vision globales des savoir-faire d'exception.

Plus spécifiquement, la chaire a pour objectifs de :

- a) Fournir aux étudiants les clés de compréhension nécessaires pour maîtriser les enjeux que représentent le processus de création, l'innovation et les savoir-faire dans l'industrie du luxe. En analysant les savoir-faire exceptionnels, les étudiants seront exposés aux problématiques managériales et enjeux opérationnels liés à l'organisation de ces métiers en entreprise ;
- b) Sensibiliser les étudiants aux défis liés à la valorisation de cet atout unique, et discuter des leviers de développement de ces savoir-faire d'exception.

Cet aspect fondamental est peu pris compte dans les établissements de management.

En effet, les enseignements dispensés mettent surtout l'accent sur les nécessaires dimensions de communication, marketing, retail et relation client des Maisons.

■ **A**pport à ses étudiants

Permettre aux étudiants de maîtriser :

- Les enjeux et stratégies de développement de ces savoir-faire : acquisition, pérennisation, rationalisation, transmission, et innovation de ces savoir-faire ;
- Les spécificités et les points de tension de ces métiers « passion » en matière de management, de **chaîne de valeur**, de modèle économique, de gestion et de développement ;
- Le vécu opérationnel de ces savoir-faire par la réalisation en équipe d'un projet final concret traitant des problématiques de ces métiers.

Les carrières possibles : management, gestion, entrepreneuriat, marketing et développement, opérations, logistique, achat ...

Les maisons partenaires et périmètre des savoir-faire :

- Dans le cadre des activités de la chaire, les étudiants sont amenés à vivre des expériences terrain, être exposés aux problématiques et enjeux des savoir-faire dans divers métiers et réaliser des projets.
- Chacune des Maisons partenaires aura le leadership dans des métiers spécifiques, permettant ainsi aux étudiants, en fonction de leur intérêt, d'être exposés à divers secteurs ou métiers.
- Les partenaires sont :
 - la Maison Chanel : Mode, Accessoires, Paraffection
 - la Maison Van Cleef & Arpels : Savoir-faire Joaillerie/Horlogerie
 - la Maison LVMH, représenté par Dom Pérignon : Vins fins de Champagne
 - et avec le parrainage et soutien du Château de Versailles

■ **P**rogramme d'enseignement de la chaire

Enseignement :

- Introduction : Définition du périmètre, importance culturelle et économique, réalité des savoir-faire,
- Chaîne de valeur et enjeux : écosystèmes, sous-traitants, entrepreneurship, artisans,
- Recrutement, développement,
- Points de tension,
- Visites Ateliers & rencontres chez les entreprises partenaires et artisans.

Visites & rencontres :

- Process de création et Opérations : développement produit, de création, Logistique, SAV, process de production,
- Projet Final en équipe : Workshop en trio (1 étudiant ESSEC, 1 étudiant ingénieur, 1 artisan) avec design/prototype/ business plan ...

Les activités de la chaire s'étalent sur 1 trimestre (T2) avec un projet pouvant continuer jusque fin juin. Un stage de 6 mois (juillet à décembre) sera à réaliser chez l'un des partenaires de la chaire.

Les étudiants de la chaire seront tenus de suivre :

5 cours obligatoires :

- MKGS31492 Séminaire Savoir-Faire d'Exception
(réservé aux étudiants de la chaire, les mercredis du T2)
- MKGM31412 Anthropologie marques de luxe
ou MKGM31413 Anthropology of Luxury Brand
- CPTC31124 Info comptables et financières
ou CPTC31125 Financial Accounting & Reporting
- MGTE31360 Entrepreneuriat
ou MGTE31361 Entrepreneurship
- CPTG31212 Gestion Stratégique des coûts
ou CPTG31213 Strategic Cost Management

2 cours optionnels parmi :

- FINE31126 Finance d'entreprise
ou FINE31128 Corporate Financial Management
- MKGS31203 Digital Marketing Strategy
- MKGF31304 Design de produits et services
- MKGC31442 Sémiotiques et communication
ou MKGC31443 Semiotics and Communication
- MOPO31212 Pilotage Supply Chain
ou MOPO31213 Supply Chain Analytics & Tools

1 cours optionnel parmi :

- IDSE31301 *e-Business Entrepreneurship*
- ou IDS31341 e-Business Strategy & Operations*
- ou IDS31343 Digital Transformation*

■ Inscription / Procédure de recrutement

Recrutement par le professeur titulaire de la chaire et les maisons partenaires de 20 étudiants par promotion (sélection sur dossiers et entretiens) :

- Etudiants du programme Grande Ecole (*ASC et AST*) avec pour prérequis la validation de deux cours : CPTC 31124/31125 Info Comptable et Financière
MKGM 31128/31129 Marketing Management
- Double diplôme avec CENTRALE ingénieurs (conception, développement, production)
- Double diplôme ESSEC Bocconi / ESSEC Louvre

Accenture Strategic Business Analytics Chair

Chair Holder: Nicolas Glady, ESSEC professor

Coordinator: Nina EDALAT – edalat@essec.edu – 01 34 43 36 46

■ Objectives

This Chair specialization is designed to train Expert in Business Analytics by preparing the students to Business Analytics functions within consulting companies, financial services, pharmaceutical, telecommunications, retail, FMCG, or web industries. The focus will be on practical applications of Business Analytics techniques and Big Data. The goal for students is to prepare for analysis part of the Consultant professions (internal or external) in Business Analytics, Big Data, Strategic Marketing and Operation Business Analyst. Compared with the specialization in Business Analytics Methods, specialization in Business Analytics Applications is focused on practical cases.

Main Information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory course(s)	5
Awarding	5 UV
Number of course option(s)	1
Awarding	1 UV
Total number of credits (UV) required for the Chair graduation	6 UV

■ Chair curriculum

The Chair students must follow and validate:

■ 5 compulsory courses:

IDSS31165 Big Data Analytics (T2)

MKGS31491 Case Studies in B-Analytics (with Accenture partnership) (T2 and T3)

*IDSI31400 Analyse prédictive avec SAS **

or *IDSI31401 SAS Tools with Predictive Analytics (T2: blocked week) **

MKGF31220 Marketing direct

or *MKGF31221 Marketing Analytics (T2)*

MOP031212 Pilotage Supply Chain (T2)

or *MOP031213 Supply Chain Analytics & Tools (T3)*

■ 1 course to be chosen among:

MOP031211 Revenue Management

IDSD31113 Decision Analysis

IDSI31129 Database Management

or *IDSI31130 Base de données*

IDSI31377 Business Intelligence

** Subject to change*

IDSS31201 Forecasting & Predictive Analytics
MKGC31112 Etudes en marketing
or MKGC31113 Marketing Research

■ Selection process

Registration will start in mid June 2016. The schedule will be such as:

- The student has to fill in an application form online during T3 (by mid October 2016)
- Once the form is completed, the jury will receive and evaluate the application file
- Depending on the evaluation, the student may or may not participate to a collective assessment at Accenture; the jury will observe the student's individual contribution but also the way he/she integrates, collaborates and behaves within a group (end of October 2016).

Chaire Immobilier et Développement Durable

Professeur titulaire : Ingrid NAPPI-CHOULET, professeur ESSEC
Assistante : Annabelle ALANOIX – alanoix@essec.edu - 01 34 43 30 03
www.essec-immobilier.com

▼ Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T2 et T3 an 1)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire(s) d'application obligatoire(s)	1 (T2 et T3 an 1)
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	6 UV

■ Objectifs

Créée en 2003, la chaire Immobilier et Développement Durable, aujourd'hui en partenariat avec Poste Immo et BNP Paribas Real Estate a pour objectif de favoriser à la fois l'enseignement et la recherche en économie, finance et management de l'immobilier en accord avec les contraintes actuelles de développement durable.

Elle répond à un contexte immobilier en profonde mutation depuis quelques années avec l'arrivée de nouveaux acteurs et la globalisation des marchés de l'immobilier (immobilier de bureaux, de centres commerciaux, logistique, d'hôtellerie et centres d'affaires). L'ESSEC est aujourd'hui la seule grande école de gestion en France et parmi les premières en Europe, à créer ce pôle de compétence dans la gestion, l'économie et la finance de l'immobilier pour des étudiants en formation initiale.

L'immobilier est en profonde mutation depuis quelques années :

- Les marchés immobiliers sont aujourd'hui porteurs et en croissance (immobilier de tourisme, résidentiel et d'entreprise) : de nouveaux acteurs interviennent sur les marchés immobiliers (facility manager, asset manager, property consultant) et des nouveaux métiers se créent à partir d'une culture immobilière économique et financière.
- Le poids de l'industrie immobilière dans l'économie, à la fois par son effet de relance dans le PIB et par ses effets d'entraînement sur les autres secteurs de l'économie ou encore en termes financiers par la masse des capitaux mis en jeu, en fait un secteur très particulier avec une logique de fonctionnement qui lui est propre et qui nécessite le développement de l'économie et de la finance immobilière en tant que discipline à part entière.
Les produits et les acteurs se sont largement diversifiés depuis la globalisation et la financiarisation du secteur. Or les projets immobiliers concourent largement à produire la ville. Découvrir les logiques sous-jacentes au secteur, apprendre à étudier la situation d'un marché et introduire la durabilité dans les nouveaux projets.
- La fonction immobilière de l'entreprise évolue et a besoin aujourd'hui de prendre en compte des problématiques globales et financières dans leur mode de gestion de leur immobilier (cession, externalisation). 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 finance de l'immobilier est en pleine évolution : les banques utilisent aujourd'hui, dans un contexte de financiarisation de l'immobilier, les actifs immobiliers comme un nouveau relais de croissance et investissent massivement le secteur immobilier (comme gestionnaires d'actifs, comme banque d'investissement, conseil immobilier ou maîtrise d'ouvrage).
- Dans un contexte de globalisation des économies et de développement des régions capitales, les collectivités locales s'intéressent également de plus en plus à la gestion de leur patrimoine public ou privé et au développement économique de leur territoire.
La connaissance des logiques économiques et financières par les acteurs sur les marchés immobiliers constitue un atout majeur pour le succès des opérations d'aménagement urbain.
- Le secteur immobilier est stratégiquement associé aux problématiques de développement durable et aux défis environnementaux suite à la mise en place du Grenelle de l'Environnement.

Au-delà des objectifs financiers, les projets immobiliers sont l'opportunité d'aborder des problématiques transversales telles que l'organisation interne, l'usage des nouvelles technologies, les nouveaux modes de travail, la fidélisation des collaborateurs, le management de la marque, les enjeux sociétaux.

■ **Programme d'enseignement de la chaire**

Les activités pédagogiques de la chaire s'étalent sur une année (soit deux trimestres de janvier à juin), et reposent sur une formation théorique et appliquée, individuelle

et collective. Les étudiants sélectionnés suivent les cours spécifiques de la chaire, ainsi que deux séminaires d'applications et d'enseignements dispensés au deuxième et troisième trimestres.

■ **Deux cours et deux séminaires obligatoires :**

- DEVI31130 Analyse des marchés et produits immobiliers – T2
- DEVI31256 Management de l'immobilier de l'entreprise – T3
- DEVI31430 Séminaire d'application d'analyse immobilière – T2 et T3
- DEVI31432 Séminaire de chaire immobilier – T2 et T3

■ **Un cours au choix parmi :**

- DEVI31233 *International Property Market Analysis* – T3
- DEVI31250 Financement et montage d'opération immobilière – T2
- DEVI31254 Investissements immobiliers – T3

■ **Expérience professionnelle**

Les étudiants doivent effectuer un stage de 6 mois ou apprentissage dans le secteur du management, du conseil, de la finance ou du montage d'opérations immobilières en France ou à l'étranger après le cursus de la chaire.

■ **Autres activités de la chaire**

La chaire se veut un foyer de recherches, d'enseignements et de réflexions. Il est attendu des étudiants qu'ils participent à la vie associative de la chaire. Les étudiants sont invités à participer à plusieurs salons professionnels de renommée internationale tels que le GRI Summit, le SIMI (salon international de l'immobilier d'entreprise) et le MIPIM (salon international de l'immobilier à Cannes). Sont également organisés des événements rencontres avec les anciens de la chaire, les conférences du Club ESSEC Pierre, ainsi qu'un voyage d'étude de chaire à l'étranger (Londres 2013, Berlin 2014, Milan 2015, Amsterdam 2016).

Pour plus d'informations, consulter le site web : www.essec-immobilier.com

La filière Immobilier – RICS (voir chapitre «Filières & Cursus») est ouverte uniquement aux étudiants de la chaire Immobilier et Développement Durable qui ont validé la chaire et qui souhaitent accéder au titre de *Chartered Surveyor* délivré par la RICS.

■ **Procédure de recrutement**

La chaire s'adresse aux étudiants MSc 1, 2 et 3, intéressés par le secteur de l'immobilier et par ses nouvelles problématiques. Seize à dix-huit étudiants sont sélectionnés par année sur dossier et sur entretien. Les dossiers de candidature sont à retirer au secrétariat de la chaire (Bureau A511) et doivent être remis pour début octobre 2016. Deux sessions d'entretiens sont organisées : la première en juin, la seconde en octobre. La session de juin est destinée aux étudiants indisponibles en octobre (stage, échange à l'étranger).

Chaire d'Economie Urbaine

Professeur titulaire : Franck VALLERUGO, professeur ESSEC

Assistante : Dominique BERBIS –berbis@essec.edu– 01 34 43 30 20

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	2 années universitaires
Nombre de séminaire de chaire obligatoire	1 (T2 et T3 an 1 puis non obligatoire au T2 et T3 an 2)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire d'application obligatoire	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaires	5
Rapportant au total	5 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	7 UV

■ Introduction et objectifs

C'est parce que les villes apparaissent aujourd'hui comme le lieu privilégié où l'activité économique naît et se développe que l'ESSEC a créé la chaire d'Economie Urbaine de l'ESSEC.

Lieu d'enseignement, de recherche et de rencontre, la chaire est soutenue et animée par :

- Le Groupe Veolia Environnement
- Le cabinet de conseil Algoé
- Le Conseil Départemental des Yvelines
- Le Conseil Départemental du Val-d'Oise
- La Communauté d'agglomération de Cergy-Pontoise
- Groupe EDF
- EUROPACITY

La chaire d'Economie Urbaine se caractérise par une forte complémentarité entre un enseignement théorique sur les fondamentaux de la gestion urbaine et l'acquisition d'expérience professionnelle publique et privée au service des villes et des territoires par des stages et des apprentissages, la rencontre de professionnels et d'élus.

Ces échanges donnent aux étudiants l'occasion de mieux connaître les services publics locaux et nationaux (collectivités locales, agences d'urbanisme et de développement économique, entreprises publiques, etc.) et les entreprises dont le métier est lié à la ville (grands groupes de services urbains, cabinets de conseil et banques spécialisées, aménageurs et promoteurs, etc.).

Dans ses enseignements et ses travaux de recherche, la chaire d'Economie Urbaine s'attache à comprendre et améliorer les partenariats entre acteurs publics et privés, à renforcer

l'expertise et les modes de management de ces deux types d'acteurs, publics et privés, qui œuvrent ensemble et souvent contractuellement au service des villes et des territoires. L'étude des localisations des entreprises, des contrats de délégation de service public, des moyens de mise en œuvre de politiques publiques durables dans les territoires, mais aussi l'évaluation des politiques publiques ou la pertinence des modèles économiques des entreprises de service sont autant de sujets qui entrent dans le champ des préoccupations de la chaire.

Ainsi, par la formation et l'expérience qu'ils acquièrent dans ces domaines, les étudiants de la chaire sont préparés à maîtriser la complexité et l'interdépendance des décisions d'investissement et de gestion des entreprises et des villes. Ils sont ainsi plus à même de répondre aux attentes des collectivités locales et des entreprises qui exigent cette double culture. Ils peuvent ainsi participer à leur manière et de façon plus efficace au grand débat mondial du XXI^{ème} siècle, celui de l'avenir des villes.

■ **Programme d'enseignement de la chaire**

L'enseignement dispensé par la chaire s'inscrit dans le cursus normal de l'ESSEC. Il porte sur les bases de l'économie régionale et urbaine, la gestion des villes et des territoires, les mutations économiques et technologiques, le marketing urbain, la concertation public-privé et la production architecturale et urbanistique des villes. Des stages et voyages d'immersion dans des centres de décision locaux complètent la formation.

Les étudiants suivront 5 cours obligatoires, un séminaire spécifique aux étudiants de la chaire, ainsi qu'un séminaire d'application et s'engagent sur une période de deux ans, à condition que la première année soit validée (présence obligatoire au séminaire de la chaire – DEVC31408).

■ **5 cours obligatoires :**

DEVC31110 Acteurs publics* ***A suivre obligatoirement au T2 année 1***

DEVC31202 Les modes de gestion des collectivités et des services urbains*

**** ces deux cours devront être suivis dans cet ordre***

DEVC31114 Economie urbaine et régionale** ***A suivre obligatoirement au T2 année 1***

DEVC31204 Marketing urbain**

*****ces deux cours devront être suivis dans cet ordre***

DEVN31130 Négociation et démocratie locale

■ **3 cours très fortement conseillés :**

DEVC31208 Urbanisme et aménagement

DEVC31212 Politiques publiques locales

DEVD31402 Séminaire DEV

(Thème : « Ville et innovation (ville durable et smart city) »)

■ **1 séminaire d'application :**

DEVC31406 Séminaire d'application d'économie urbaine

■ **1 séminaire de chaire :**

DEVC31408 Séminaire de chaire d'économie urbaine

Le séminaire de chaire est dispensé de janvier à juin, le mercredi de 17h00 à 19h00, à raison de deux conférences par mois en moyenne; ce séminaire leur permet de rencontrer des

personnalités de premier plan dans les domaines d'application de la chaire, il est obligatoire la première année et facultatif la seconde. L'inscription s'effectue au T2 et T3 de l'an 1. Dans le cadre de ce séminaire, chaque année, un voyage d'immersion de quelques jours est organisé dans une ville française ou étrangère. Il offre aux étudiants l'occasion de rencontrer sur place les responsables de la vie économique et publique d'une grande cité ou d'une collectivité. Pour ne citer que les derniers voyages, ceux-ci ont eu lieu en 2007 à Alexandrie, en 2008 à Bruxelles, en 2009 à Dubaï, en 2010 à Nice, à Beyrouth en 2011, à Lyon en 2012, à Budapest en 2013, à Amsterdam en 2014 et à Tanger en 2015.

■ **E**xpérience professionnelle

Par ailleurs, tout étudiant de la chaire doit réaliser au moins **un stage** ou **un apprentissage** entrant dans le champ de compétence de la chaire au cours de sa scolarité.

■ **P**rocédure de recrutement

Une vingtaine d'étudiants peuvent être admis à suivre la chaire. Un appel à candidatures accompagné d'une note d'explication est diffusé à la fin de l'année académique.

Chaire Entrepreneuriat Social

Professeur titulaire : Thierry SIBIEUDE, professeur ESSEC

Déléguée Générale : Stéphanie FRIESS – friess@essec.edu – 01 34 43 39 80

Assistante : Claire MORTEL – morkel@essec.edu – 01 34 43 32 05

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T2 et T3 an 1)
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire(s) d'application obligatoire(s)	1 (T2 et T3 an 1)
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre de cours recommandé	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	6 UV + 1 UV recommandée

■ Objectifs

Fidèle à la tradition humaniste de l'ESSEC, la chaire Entrepreneuriat Social forme chaque année un groupe d'une vingtaine d'étudiants aux enjeux de la création, de la stratégie et de la gestion des entreprises sociales. L'ambition de la chaire est d'accompagner les étudiants dans l'adaptation de leurs compétences en stratégie et en gestion à la création de valeur sociale, au sein d'organisations à but non lucratif ou lucratif.

Au travers d'un programme dense et exigeant, la chaire permet à chaque étudiant de découvrir les enjeux de création et de management de ces entreprises particulières, qu'elles soient associations, coopératives, mutuelles, fonds ou fondations, entreprises de commerce équitable ou entreprises d'insertion, mais également d'explorer le rôle que des entreprises dont la mission est prioritairement lucrative, peuvent avoir en matière de changement social. Le cursus de chaire est aussi l'occasion, pour les étudiants, de rencontrer les acteurs majeurs du secteur et de développer des liens particuliers avec d'autres étudiants partageant les mêmes centres d'intérêts et les mêmes valeurs.

La chaire fonctionne grâce au soutien de partenaires très engagés : la MACIF, la MAIF, le Groupe Logéo et la fondation DELOITTE.

■ Programme d'enseignement de la chaire

Les étudiants membres de la chaire s'engagent à :

- Suivre le séminaire de la chaire Entrepreneuriat Social
- Suivre le séminaire d'application en Entrepreneuriat Social
- Suivre 4 cours obligatoires
- Effectuer au minimum un stage de 6 mois dans le domaine de l'entrepreneuriat social.

Seuls les étudiants ayant rempli l'ensemble de ces conditions pourront être diplômés de la chaire.

La scolarité à l'ESSEC étant par nature très flexible, il est important que les étudiants intègrent les contraintes de la chaire dès le début. Il est notamment impératif que tous les membres de la chaire s'engagent à suivre l'ensemble des cours obligatoires sur leur première année de chaire au T2 et T3 ainsi que le séminaire de chaire. Ils peuvent s'organiser de manière plus flexible pour le reste des contraintes, mais doivent s'engager, lorsqu'ils rejoignent la chaire, à intégrer l'ensemble des requis sur la totalité de leur scolarité.

■ 2 séminaires obligatoires :

- DEVC31402 Séminaire de chaire Entrepreneuriat social - T2 + T3 (rapportant 1 UV)
- DEVC31404 Séminaire d'application d'Entrepreneuriat social - T2 + T3 (rapportant 2 UV)

■ 4 cours obligatoires :

- DEVC31112 Enjeux de l'économie sociale - T2
- DEVC31206 Gérer une entreprise sociale - T3
- DEVC31210 Entreprise et développement durable - T2
- DEVE31268 Faire un business plan social - T3

NB : Attention, à l'exception du séminaire de chaire, réservé exclusivement aux étudiants de la chaire, le caractère obligatoire de ces cours (y compris séminaire d'application) – ouverts à tous les étudiants du groupe ESSEC – **n'exonère pas les étudiants de miser des points pour s'inscrire** comme pour l'ensemble de leurs autres cours. L'appartenance à la chaire ne permet pas aux étudiants d'avoir de traitement de faveur en matière d'inscriptions.

▪ **Cours recommandés**

- CPT031481 Création de valeur et gouvernance
- DEVC31110 Acteurs publics
- DEVD31402 Introduction à l'Impact Investing
- DEVE31102 Philanthropie et impact
- DEVN31130 Négociation, démocratie locale
- DEVN31140 Atelier de négociation
- ou *DEVN31141 Negotiation Workshop*
- FINE31130 Gestion financière court terme
- MGTE31360 Entrepreneuriat
- ou *MGTE31361 Entrepreneurship*
- MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise
- ou *MGTE31363 New Venture Design and Planning*
- MGTM31212 Gestion ressources humaines
- ou *MGTM31213 Human Resources Management*
- MGTP31204 Ethique et décision
- ou *MGTP31205 Business Ethics*
- MKGM31321 Marketing stratégique

■ **Séminaire de chaire (DEVC31402)**

Les «**journées d'immersion**» ont lieu le jeudi (sauf exception), elles sont pour les étudiants l'occasion de découvrir des métiers, des organisations et des secteurs. Elles permettent aussi aux étudiants d'échanger avec des experts du secteur et de se constituer un réseau, et d'approfondir une thématique particulière au travers de visites de terrain et d'échanges avec des professionnels.

La «**journée d'engagement**» auprès de la communauté Emmaüs de Bernes-sur-Oise est planifiée le premier samedi suivant la rentrée. Le programme complet des événements est distribué aux étudiants en janvier.

Les deux «**week-ends de team building et Capstone**» se déroulent en début et en fin de cursus. Ils permettent de renforcer l'esprit d'équipe entre les étudiants membres et la cohésion du groupe. Des temps d'échanges avec l'équipe pédagogique sont organisés.

Le «**voyage de chaire**», d'une durée d'une semaine, est l'occasion pour les étudiants de découvrir, sur un territoire donné, des entrepreneurs sociaux, des partenaires de ces entrepreneurs et des experts locaux, afin de comprendre comment ces différents acteurs agissent très concrètement sur le terrain et les problématiques auxquelles ils sont confrontés. Le voyage de chaire est également un moment privilégié d'échange entre l'équipe pédagogique de la chaire et le groupe d'étudiants. Une participation financière est demandée aux étudiants.

■ **Audit BPTA : «ESSEC BONNES PRATIQUES ET TRANSPARENCE ASSOCIATIVES»**

Il s'agit d'une mission d'évaluation des pratiques de gouvernance et de gestion d'une association. Ce projet a un double objectif : à la fois proposer une expérience de terrain très formatrice, complémentaire des enseignements théoriques, qui permettra de rentrer au cœur des problématiques du management associatif, et de contribuer à l'amélioration des pratiques et à la professionnalisation des associations évaluées.

Ces audits sont réalisés sur la base du référentiel ESSEC BPTA qui comprend une centaine de bonnes pratiques en matière de gouvernance, de gestion financière, RH, de planification et évaluation des activités, etc.

Les missions sont réalisées au sein d'associations de secteurs très variés : médico-social, services à la personne, insertion, environnement, formation et animation, etc. Elles peuvent être réalisées de manière flexible au sein du cursus de chaire, mais doivent être anticipées suffisamment pour gérer les demandes des associations auditées.

■ **Expérience professionnelle**

Les étudiants de la chaire devront effectuer un stage d'au moins six mois sur une thématique en lien avec les activités de la chaire (association, fondations, entreprises d'insertion, responsabilité sociale des entreprises, etc.). Les étudiants devront faire valider l'objet de leur stage par le professeur titulaire de la chaire préalablement à sa réalisation.

Un apprentissage dans le domaine validera évidemment le stage de 6 mois requis par la chaire. La chaire centralise un certain nombre d'offres de stages et d'apprentissage proposés par les partenaires de la chaire.

Autres activités de la chaire

La chaire propose à ses étudiants membres un nombre important de monitorats, à mi-temps ou plein-temps (1 ou 2 jours par semaine), tout au long de leur scolarité. Les étudiants peuvent ainsi contribuer à divers projets de la chaire :

- L'incubateur social Antropia
- Les projets de recherche de la chaire Philanthropie
- Les différents événements de sensibilisation (dont les Concours de l'Entrepreneuriat Social Etudiant)
- Le programme de tutorat étudiant «*Une grande école, pourquoi pas moi ?*»
- Les UV de recherche

■ **Procédure de recrutement**

La chaire réunit une vingtaine de «membres», étudiants de la Grande Ecole, sélectionnés sur la base de leur motivation et de leurs résultats académiques, qui s'engagent à suivre un programme défini.

Ils sont recrutés en juin et octobre.

Pour toute information, s'adresser à Claire MORTEL (morkel@essec.edu).

A qui la chaire est-elle destinée ?

Aux étudiants qui ont envie de devenir des entrepreneurs avec une forte finalité sociale.

Aux étudiants qui ont envie de devenir des managers et dirigeants de l'économie sociale.

Aux étudiants qui souhaitent, dans l'entreprise traditionnelle, contribuer à la prise en charge, par l'entreprise, de sa responsabilité sociale et environnementale.

Aux étudiants qui souhaitent, à côté de leur activité professionnelle, s'engager bénévolement dans des missions d'intérêt général.

Aux étudiants qui souhaitent tout simplement découvrir ces problématiques, sans forcément avoir une idée précise de la manière dont ils s'en serviront à l'avenir !

Leadership and Diversity Chair

Chair-holder: Junko TAKAGI, ESSEC professor

Assistant: Elisabeth GOZDIK – gozdik@essec.edu – 01 34 43 36 06

<http://www.essec-leadership-and-diversity.com>

IMPORTANT: some of the activities and courses of the chair are taught in English

Main information on the Chair:

Duration of the Chair curriculum	1 academic year
Number of mandatory Chair seminar(s)	1 (T2)
Awarding	1 UV
Number of mandatory course(s), except seminar(s)	1
Awarding	1 UV
Number of elective course(s)	2
Awarding	2 UV
Total number of credits required for the Chair graduation	4 UV

Experience and understand diversity issues as a means to developing responsible leadership competencies.

■ Introduction

In the Leadership and Diversity Chair:

We are committed to identifying and understanding the complexities of the dynamics of diversity at the individual, group and organizational levels and from the perspectives of different stakeholders. Understanding diversity issues is a key factor in identifying socially responsible leadership competencies and learning to deal with change and uncertainty in order to ensure future development.

- What type of leader are you?

The leadership and diversity chair provides opportunities to develop your capacity to acquire new **cognitive, emotional and behavioral** intelligence and competencies which can contribute to **successfully managing uncertainties**.

■ Objectives

The Leadership and Diversity Chair offers students the opportunity to develop fundamental knowledge and skills which are the building blocks for responsible leadership, and to learn to do good whilst doing well by:

- Understanding the different aspects and challenges of the diversity issue for firms: i.e managing company economic performance, human resources management, corporate branding, and corporate social responsibility.
- Acquiring a solid grounding in existing diversity practices and best practices.
- Developing an understanding of self and your relationship to diversity.
- Learning to manage the diversity between different stakeholders:
 - Because leadership is an interaction process, learn to communicate effectively with collaborators, external partners and diverse clientele segments.
 - Managing diversity as a source of creativity and innovation.

■ Chair curriculum

In order to meet these objectives, the Leadership and Diversity Chair program proposes:

Courses which introduce you to the different challenges a leader faces in managing diversity, with concrete examples and case studies illustrating best practices:

- **Chair Seminar: (linked to projets)**

MGTM31407 Leadership and Diversity Chair Seminar

Discussions with Diversity Champions who have a social impact through their diversity actions in:

- Role of firm in social environment
- Developing human capital
- Developing new markets
- Developing awareness through communication
- Working with suppliers and external partners
- Implementing corporate social responsibility, etc.

- **Chair projects:**

The students will work in groups on projects around the theme of Leadership and Diversity.

- **Weekend sessions on group projects:**

- Personal development and group dynamics

- **One compulsory course:**

MGTM31233 Managing Workforce Diversity (taught in T2 and T3)

MGTP31200 Théorie de la personnalité

or *MGTP31201 Personality Theory*

MGTP31203 Intercultural Management

- **Two courses to be taken based on student's personal interest, for example :**

MGTP31200 Théorie de la personnalité

or *MGTP31201 Personality Theory*

MGTP31203 Intercultural Management

	MGTP31204	Ethique et décision
or	MGTP31205	<i>Business Ethics</i>
	MKGC31442	Apport de la sémiotique aux études marketing et communication
or	MKGC31443	<i>Semiotics and Communication</i>
	MKGM31412	Anthropologie des marques de luxe
or	MKGM31413	<i>Anthropology of Luxury Brands</i>
	MKGS31311	<i>International Marketing</i>
or	MKGS31312	Marketing international
	MGTP31206	<i>Profils personnels et carrières</i>
or	MGTP31207	<i>Personality styles</i>
	MKGF31208	Développement des marques de luxe
	MGTM31212	Gestion Ressources Humaines
or	MGTM31213	<i>Human Ressource Management</i>
	MGTP31211	<i>Behaving in public: a training</i>
	CPRO 31330	<i>Managing in complexity</i>
	MGTP31208	Travail, individu et société
	MGTM31226	Management des organisations
or	MGTM31227	<i>Management of Organizations</i>

- **Participation in the Annual Chair Conference with partner firms and in a Global Leadership Event**

- **Annual Chair Conference** attracts over 200 professionals each year who come to hear speakers from partner firms, the projects of the Chair, and Chair student presentations.
- **One Young World** (The Davos for young leaders): The Leadership and Diversity Chair and ESSEC have participated in this event since its conception. Chair students present and participate annually at this worldwide event.

- **Opportunity to learn more about diversity research:**

- Invitation to the Annual Leadership and Diversity Chair Academic Conference
 - 2010: *"Diverse Perspective on Diversity from a European Perspective"*
 - 2011: *"Gender quotas" with researchers from 4 continents*
 - 2012: *"Leadership and Social Responsibility"*
 - 2014: *"Globe trotting generation: what lessons for leadership?"*
 - 2015: *MOOC creation "Leadership and Diversity - an introduction"*

- **Selection process**

The Chair recruits around 20 students per year. The precise number will depend on the quality of applications.

Applications for the Chair take place from June up to the end of October each year. To apply, students must send a detailed CV and a motivation letter explaining your interest in the Chair in relation to your past experiences and your personal and professional project.

Candidates must submit the application files from June and at the latest on October 12, 2016. Selected candidates will then be invited to a 30-minute interview. The accepted candidates will be informed by mid-November.

Chaire Edgar Morin de la Complexité

Professeur titulaire : Laurent BIBARD, professeur ESSEC

Assistante : Katy SYLVESTRE – sylvestre@essec.edu - 01 34 43 97 12

Site web: <http://chaire-edgar-morin-complexite.essec.edu/>

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année
Nombre de séminaire(s) de recherche obligatoire(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre de cours obligatoires, hors séminaire(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre minimal imposé de cours optionnel(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	5 UV

■ Objectifs

L'examen des conditions de fiabilité de la connaissance, l'incertitude propre au management, et la nécessité fondamentale de la compréhension d'autrui au cœur de l'action forment le triptyque à partir duquel se construit le travail de recherche de la chaire Edgar Morin de la complexité.

En résonance avec la volonté de l'ESSEC de forger leur capacité de choix les plus autonomes possibles, la chaire propose aux étudiants, au travers du cursus *Leadership et complexité*, et par ses activités, d'enrichir continûment leurs expériences et apprentissages académiques, professionnels et associatifs tout au long de leur cursus et par après, pour aborder leur carrière en connaissance de cause des enjeux de la complexité du monde contemporain.

■ Programme d'enseignement de la chaire

Le cursus *Leadership et complexité* est composé de la manière suivante :

- Cours obligatoires :
 - **CPR031330 Managing in Complexity** – proposé en anglais au T2 et au T3
 - **MGTM31214 Philosophie et commerce** – proposé aux T1, T2 et T3, successivement en anglais (T1 – *MGTM31215 Philosophy and Trade*) et en français (T2 et T3)
 - **MGTP31204 Ethique et décision** – proposé aux T1, T2 et T3, successivement en anglais (T1 – *MGTP31205 Business Ethics*) et en français (T2 et T3)

- **Un cours optionnel parmi les suivants :**

- | | |
|----|--|
| Or | <ul style="list-style-type: none"> - CPR031205 <i>Geopolitics in Asia</i> (T4 - Singapour) - MKGC31442 Semiotique et communication - MKGC31443 <i>Semiotics and communication</i> - MKGF31230 Création de produits innovants 1 - MGTP 31210 Mise en scène du comportement - MGTP31211 <i>Behaving in Public : a Training</i> - MGTP31203 <i>Intercultural Management</i> - IDS313133 <i>Decision analysis</i> - MGTM31241 <i>Managing through social relations and networks</i> - MGTM31420 Regarder l'échec en face (Looking failure in the eyes) |
|----|--|

A cette liste, peuvent s'ajouter des propositions faites par les étudiants qui seront examinées au cas par cas.

- La participation aux **projets de recherche de la chaire** : découvrir les avantages à se familiariser avec les mécanismes et les processus de la recherche pour améliorer l'exercice de ses responsabilités managériales (modalités précisées à la rentrée 2016).
- La participation aux **activités de la chaire** :
 - «Mises en boîtes» : présentations par des professeurs de l'ESSEC de leur vision et compréhension de la complexité au travers de certains de leurs résultats de recherche. L'ensemble des «Mises en boîtes» donnera un panorama de la complexité dans les sciences de gestion selon l'ESSEC.
 - «Sans tabou» : débats entre chercheurs, dont Edgar Morin, sur divers thèmes tenant de la complexité, destinés à un public large de chercheurs, de professionnels et d'étudiants.
 - «Faces cachées» de la complexité : présentations atypiques de profils de praticiens et de professeurs dans toute la complexité de leurs activités personnelles et professionnelles.
 - «Ateliers Praticiens» : cette activité mobilise un ou plusieurs praticiens qui sont invités à venir partager leur expérience de la complexité avec les participants. Vous découvrirez ainsi des outils et approches pour gérer vos problématiques complexes, tout en appréhendant au mieux la diversité et la richesse des parcours professionnels.
- La possibilité de proposition de **projets personnels ou collectifs traitant de la complexité en collaboration avec la chaire (faisabilité et modalités à préciser ad hoc)** :
 - Par exemple : l'organisation d'un workshop avec un praticien dont vous souhaiteriez partager le parcours, le montage d'une exposition artistique sur le campus, la mise en place d'un événement innovant à l'extérieur des campus de l'ESSEC pouvant élargir les réseaux de l'école et des membres de sa communauté, projets en collaboration avec des étudiants d'autres écoles et université, etc.

Chaire ESSEC Finance

Titulaire : Patrice PONCET, professeur ESSEC

Assistante : Vanessa THOMAS – thomas@essec.edu – 01 34 43 37 74

Twitter : @ChaireEssecFin

Site web : <http://chaire-essec-finance.essec.edu/>

A mi-chemin entre la chaire de recherche et la chaire d'enseignement, la chaire ESSEC Finance propose des conférences ouvertes aux étudiants et finance des projets de recherche en finance portés par les professeurs du département Finance.

■ Objectifs de la chaire

Le principal objectif de la chaire est de développer un cycle de conférences auprès de tous les étudiants et les diplômés du Groupe ESSEC concernant le domaine général de la finance, afin de les informer sur l'évolution des métiers et des problématiques, sur celle des législations et réglementations, d'éclairer certains débats publics sur la dette, l'épargne et la démographie par exemple, susciter chez eux ou renforcer l'intérêt pour la discipline, leur apporter des réponses techniques, et plus généralement compléter leur formation en finance en les faisant bénéficier de l'expérience et de l'expertise de grands professionnels reconnus. Un aspect particulièrement important concerne les problématiques de l'Asset Management, par exemple en matière d'allocation d'actifs, de produits d'épargne, d'assurance-vie, de gestion des risques financiers et de gestion actif/passif.

Un second objectif, plus indirect et à plus long terme, est de faciliter et d'encourager le développement de la pédagogie et de la recherche au sein du département Finance et la diffusion des résultats dans les cercles et supports académiques ainsi que dans la presse spécialisée.

La chaire ESSEC Finance mobilise un réseau de chercheurs et de professionnels de renom dans les domaines et métiers concernés pour assurer les conférences et collaborer avec le département Finance de l'ESSEC.

■ Participation aux conférences

Typiquement, six conférences sont organisées chaque année entre novembre et mai.

La chaire ESSEC Finance ne recrute pas de promotion d'étudiants. L'inscription aux conférences est libre et s'effectue via le site internet de la chaire.

Veillez noter que la participation aux conférences de la Chaire ESSEC Finance est obligatoire pour la validation de la filière Finance (voir descriptif de la filière Finance page n° 372).

Sont encouragés à assister et participer activement au cycle de conférences les étudiants se destinant à travailler en finance ou bien ayant un intérêt pour le domaine et ses enjeux.

Chaires de recherche / *Research Chairs*

Chaire Armand Peugeot

Titulaire : Jan LEPOUTRE, professeur ESSEC

Assistante : Jessica GOBERT – gobert@essec.edu – 01 34 43 30 34

<https://sites.google.com/a/essec.edu/chaire-armand-peugeot>

Informations clés sur la chaire :

Durée du cursus de la chaire	1 année universitaire
Nombre de séminaire(s) de chaire obligatoire(s)	1 (T2)
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV de recherche obligatoire	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la chaire	2 UV

• **O**bjectifs de la chaire

La chaire s'adresse à tous les étudiants de cycle Master ainsi qu'aux étudiants en Mastères Spécialisés, intéressés par le secteur de l'industrie automobile en pleine réinvention. La chaire Armand Peugeot réalise des études et dirige des recherches sur les enjeux industriels, économiques, sociaux ou politiques du développement des technologies hybrides et de l'électromobilité.

Son objectif est de créer un espace d'échanges, de formations et de recherches prospectives pour construire des scénarios d'évolutions de l'industrie automobile.

Le succès d'un tel projet nécessite de faire appel à des compétences multiples et complémentaires. C'est pourquoi, la chaire Armand Peugeot est un partenariat entre l'université corporate du Groupe PSA et deux écoles :

- ESSEC Business School
- CentraleSupélec

• **P**rogramme d'enseignement de la chaire

L'étudiant désireux de comprendre la complexité des enjeux de l'industrie automobile de demain face au développement de l'électromobilité devra suivre :

MGTS31408 Stratégie pour l'électromobilité

Le séminaire de la chaire est animé par les professeurs des deux écoles et de nombreux intervenants du secteur ainsi que des professionnels de l'entreprise PSA. Ce séminaire aura lieu en semaine bloquée de février 2016. Il se déroulera probablement sur le site de l'ESSEC au CNIT et inclut une visite d'un site industriel automobile.

Les étudiants travaillent avec les professeurs et les professionnels du secteur pour valider une UV de recherche. Les thèmes possibles sont très larges, ils peuvent traiter de stratégie, commerce international, management, marketing, économie, finance, comptabilité et contrôle de gestion, logistique, juridique, statistiques, sciences de l'ingénieur, etc.

A travers cette chaire, les étudiants de l'ESSEC et de CentraleSupélec qui travailleront ensemble apprendront à maîtriser des concepts et des théories à travers des travaux de recherche, appréhender des problématiques complexes et systémiques, prendre des initiatives et susciter des innovations dans une approche collaborative et intégrer les multiples enjeux sociétaux du sujet.

- **Autres activités de la chaire**

Les étudiants admis à la chaire participent aux différentes activités de la chaire : conférences, colloques, tables-rondes, organisés avec le sponsor PSA.

- **Procédure de recrutement**

La chaire s'adresse à tous les étudiants de cycle Master ainsi que les étudiants en Mastères Spécialisés, intéressés par le secteur de l'industrie automobile en pleine réinvention et à toutes les nouvelles formes de mobilité.

Les dossiers de candidatures sont à retirer au secrétariat (Bureau N208) ou directement sur le site de la chaire et devront être remis avant le vendredi 28 octobre 2016, accompagnés d'un Curriculum Vitae. Des entretiens feront suite à l'acceptation du dossier (semaine du 2 au 4 novembre 2016).

Chaire ESSEC du Changement

Professeur titulaire : Jean-Marie PERETTI, professeur ESSEC

Directeur exécutif : David AUTISSIER

Chercheurs associés : (Bécher Ben Lahouel, Elena de Préville, Mariam Farooq, Anne-Marie Fray, Soufyane Frimousse, Laurent Giraud, Kevin J. Johnson, Assya Khat, Yves Le Bihan et Nathalie Montargot).

<http://chaire-changement.essec.edu/>

L'ESSEC a lancé en septembre 2011 une chaire de recherche sur le thème du changement. En effet, l'importance croissante que prend la question du management du changement dans les entreprises, les administrations et la société crée le besoin d'un lieu d'échanges et réflexions pour comprendre et agir sur la notion de changement qui est au cœur du fonctionnement de toutes les organisations contemporaines.

Cette chaire, multi-entreprises, ambitionne de développer des projets de recherche et des innovations en matière de gestion du changement dans les entreprises, les administrations

et la société. Elle réunit la SNCF, La Poste, la Société Générale, CNP Assurances, SFR, RTE, Sanofi, le groupe Monier, AGRR La Mondiale et mobilise un réseau international de chercheurs et de praticiens.

Les thèmes de recherche sont par exemple:

- La gestion du changement dans les projets complexes
- La notation des entreprises en matière de capacité de changement
- Le calcul du ROI de la gestion du changement
- La culture du changement
- Le changement et le bien-être au travail
- Le changement digital

La chaire décerne chaque année les trophées ESSEC du changement qui récompensent les entreprises qui ont innové en matière de gestion du changement. Les prochaines Rencontres Internationales de la Conduite du Changement auront lieu le 21 et 22 septembre 2016 à Paris.

Chaire Philanthropie

Professeur titulaire : Anne-Claire PACHE, professeur ESSEC

Directeur exécutif : Arthur GAUTIER

Assistante : Gilberte NGUYEN – nguyen@essec.edu

<http://chaire-philanthropie.essec.edu>

■ Introduction et objectifs

La chaire Philanthropie de l'ESSEC est une chaire de recherche dont l'objectif est de contribuer au renforcement de l'impact social des acteurs philanthropiques (philanthropes individuels, entreprises mécènes, fondations, fonds d'investissement à vocation sociale) par la production et la diffusion de connaissances sur la philanthropie en France et en Europe.

La chaire a notamment pour ambition de contribuer à :

- Développer les connaissances sur les spécificités de la (ou des) philanthropie(s) européenne(s) ;
- Améliorer la prise en compte, par les intervenants philanthropiques, des enjeux de management de leurs initiatives (stratégie, gouvernance, gestion patrimoniale, etc.) ;
- Renforcer la capacité des intervenants philanthropiques à mesurer l'efficacité et l'impact de leurs actions dans les différents domaines de l'intérêt général ;
- Proposer aux professeurs et enseignants un corpus de cas pédagogiques sur la philanthropie européenne, afin d'en faciliter l'enseignement.

Depuis janvier 2012, le cours **Philanthropie: stratégies et impact** (DEVE31102) est proposé aux étudiants de l'ESSEC.

Ce cours a pour ambition de faire comprendre aux étudiants le champ de la philanthropie, son rôle dans la société, ses enjeux sectoriels et managériaux ainsi que ses évolutions récentes. Il leur permettra d'acquérir les outils d'analyse et les compétences nécessaires pour créer et gérer des initiatives philanthropiques.

Chaire Amundi

Chair-holder: Jocelyn MARTEL, ESSEC professor

Assistant: Vanessa THOMAS – Thomas@essec.edu – 01 34 43 37 74

The objectives of the ESSEC – Amundi Chair in Asset and Risk Management are:

- to promote academic research in the field of Asset & Risk Management and the foster cooperation between ESSEC and Amundi researchers;
- to offer a series of research seminars to Amundi collaborators and institutional clients;
- to organize an annual conference on the Chair's theme;
- to set up a framework for the joint supervision and the financing of a student who wish to pursue PhD in finance at ESSEC on a topic related to the Chair.

Filières et autres enseignements à l'ESSEC

Specialized Tracks at ESSEC

Filière CFO (Conseil, Finance et Organisation)	368
Cursus Expertise Comptable (dispenses pour le DSCG)	370
Filière Conseil en Stratégie	371
Filière Négociation et gouvernance internationale	373
Filière Droit	374
Filière Prep'ENA (avec Paris IX Dauphine)	376
Filière Economie	378
Filière Finance (Partenariat avec le CFA Institute)	380
Filière Actuariat (ESSEC – ISUP)	389
<i>Business Analytics Methods Track (ex-QUADS Track)</i>	392
<i>Information Systems Track</i>	393
Filière Entrepreneuriat	395
<i>Incubateur ESSEC</i>	396
<i>B2B Relationship Management Track</i>	397
Filière Business Design et Innovation	399
<i>Sport Business Track</i>	400
Filière Management des Opérations	402
<i>Agri-food Track</i>	405
Filière Immobilier-RICS	406
<u>Autres programmes / Other programs :</u>	
Programme CPI (avec Centrale Paris et Strate College Designers)	408
<i>PhD in Business Administration</i>	410
<i>Summer Module «Global Manager in Europe»</i>	412

Filières

Tracks

La plupart des filières sont enseignées en français, quelques-unes en anglais. Les descriptions qui suivent sont données dans la langue d'instruction de la filière ou du cursus. Par exemple, ils sont décrits en anglais quand l'enseignement est donné dans cette langue.

Most of the teaching of the tracks is given in French. Some courses are offered in English. The course descriptions that follow are presented in the language of instruction. For example, courses taught in French are described in this language only.

Comptabilité – Contrôle de gestion

Le département «Comptabilité – Contrôle de gestion» offre un cursus «Expertise Comptable» et une filière CFO (Conseil Finance et Organisation). Alors que le cursus permet d'acquérir un solide bagage technique dans le domaine comptable (au sens large), la filière CFO offre une formation plus généraliste destinée à vous préparer aux métiers de la direction financière et de la communication financière.

Filière CFO (Conseil, Finance et Organisation)

Responsables : Florence CAVELIUS, professeur ESSEC

Assistante : Alice CABARÉ – cabare@essec.edu – 01.34.43.32.74, département Comptabilité – Contrôle de gestion

The Track can be completed entirely with courses taught in English

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours optionnels	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

L'information est au cœur du processus de prise de décision. Les compétences en comptabilité financière, comptabilité de gestion et contrôle de gestion permettent d'acquérir une grille de lecture économique de l'activité de l'entreprise et une bonne compréhension des enjeux associés à cette information.

Le programme de la filière CFO est conçu pour vous permettre de comprendre l'information produite par les organisations (entreprises, groupes mais aussi par les associations), c'est-à-dire de présenter les conditions de *préparation, de contrôle, de communication, d'analyse et d'utilisation de cette information*. Cette compréhension de l'approche économique

des organisations doit ensuite être mise en relation avec les pratiques managériales et opérationnelles.

La filière offre un socle solide de compétences (quatre cours obligatoires) et la possibilité d'adapter son parcours à ses centres d'intérêts avec le choix de deux cours optionnels à choisir parmi dix.

L'objectif est de vous préparer aux métiers de la communication financière au sein des sociétés cotées, de l'analyse financière; de l'audit et du commissariat aux comptes ; du contrôle de gestion ou de la structuration des organisations (pilotage des projets, contrôle interne, conseil en organisation).

Les étudiants sont tenus de suivre :

▪ **4 cours obligatoires :**

- CPTC31246 Analyse des états financiers
- ou CPTC31247 *Financial Statement Analysis*
- CPTC31355 Strategic Business Analysis and value Creation
- CPTG31212 Gestion stratégique des coûts
- ou CPTG31213 *Strategic Cost Management*
- CPTG31222 Piloter plans et projets
- ou CPTG31223 *Managing Plans and Projects*

▪ **2 cours électifs parmi :**

- CPTC31254 Audit et management
- CPTC31261 *IFRS – Investor Relations (non programmé en 2016-2017)*
- CPTC31265 *Group Financial Statements*
- CPTC31484 Séminaire de recherche en comptabilité financière (*non programmé en 2016-2017*)
- CPTO31333 Instruments de gestion et comportements
- CPTO31481 Création de valeur et gouvernance (*non programmé en 2016-2017*)
- CPTO31403 *Sustainability Performance*
- FINE31126 Finance d'entreprise
- ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
- ou FINE32109 *Corporate Financial Management*
- FINE31130 Gestion financière court terme
- MGTM31226 Management des organisations
- ou MGTM31227 *Management of Organizations*
- MGTS31263 *Competitive Strategy*

Les inscriptions se font au département Comptabilité-Contrôle de gestion auprès d'Alice CABARÉ (cabare@essec.edu).

Cursus Expertise Comptable (dispenses pour le DSCG)

Responsable : Florence CAVELIUS, professeur ESSEC

Assistante : Alice CABARÉ – cabare@essec.edu – 01.34.43.32.74, département Comptabilité – Contrôle de gestion

Informations clés sur le cursus :

Nombre de cours obligatoires (Comptabilité - Contrôle de gestion)	7
Rapportant au total	7 UV
Nombre de cours obligatoires (autres départements)	6
Rapportant au total	6 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider le cursus	13 UV

Le cursus expertise comptable est proposé aux étudiants qui entrent en MSc. Il vous permet de disposer de très solides connaissances en audit, comptabilité et finance.

Le sérieux de cette formation est attesté par les équivalences avec les diplômes d'expertise comptable qu'elle permet d'obtenir.

La formation à l'expertise comptable comprend plusieurs diplômes d'état correspondant à différents niveaux de qualification professionnelle :

- DCG (Diplôme de Comptabilité et de Gestion) : niveau Licence (Bac +3)
- DSCG (Diplôme Supérieur de Comptabilité et de Gestion) : niveau Master (Bac+5)
- DEC (Diplôme d'Expertise Comptable) : stage professionnel de 3 ans, épreuves et mémoire

Depuis 2008, tous les diplômés de l'ESSEC sont dispensés du DCG et peuvent s'inscrire directement aux épreuves du DSCG.

Si vous avez validé le cursus expertise comptable, vous êtes dispensé de 5 épreuves sur 7 du DSCG. Il ne reste plus qu'à présenter les épreuves n°1 (Gestion juridique, fiscale et sociale) et n°4 (Comptabilité et Audit).

Le diplôme d'expertise comptable débouche sur de multiples métiers qui peuvent être exercés tant en cabinet qu'en entreprise.

Les missions sont diversifiées :

- Audit bien évidemment mais aussi
- Conseil-assistance
- Direction administrative et financière ou encore
- Contrôle de gestion.

Outre les cours fondamentaux, le cursus «Expertise Comptable» exige de valider 13 cours (7 en comptabilité – Contrôle de gestion et 6 cours dans des domaines connexes : finance, systèmes d'information, etc.) :

- **7 en Comptabilité – Contrôle de gestion**
 - CPTC31246 Analyse des états financiers
 - ou CPTC31247 *Financial Statement Analysis*
 - CPTC31254 Audit et management
 - CPTC31355 *Strategic Business Analysis and Value Creation*
 - CPTG31212 Gestion stratégique des coûts
 - ou CPTG31213 *Strategic Cost Management*
 - CPTG31222 Piloter plans et projets
 - ou CPTG31223 *Managing Plans and Projects*
 - CPTO31333 Instruments de gestion et comportements
 - CPTO31481 Création de valeur et gouvernance (*non programmé en 2016-2017*)
- **6 autres cours**
 - ECO31226 Analyse de conjoncture
 - FINE31126 Finance d'entreprise
 - ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
 - ou FINE32109 *Corporate Financial Management*
 - FINE31130 Gestion financière court terme
 - IDSI31129 *Database Management*
 - ou IDSI31130 Base de données
 - IDSI31377 *Business Intelligence*
 - MOPP31232 Gestion de projet

Des informations sont disponibles sur myessec. Il est conseillé de s'inscrire et de commencer le cursus dès l'entrée en Master : inscription au département Comptabilité-Contrôle de gestion auprès d'Alice Cabaré (cabare@essec.edu).

Filière Conseil en Stratégie

Responsable : Jérôme BARTHELEMY, professeur ESSEC

Assistante : Nathalie DELFORGE – delforge@essec.edu – 01 34 43 33 09, département Management

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours optionnels	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

■ Objectifs

L'intérêt d'une filière sur le conseil en stratégie n'est plus à démontrer. D'un côté, de nombreux cabinets de conseil souhaitent recruter des étudiants de l'ESSEC. D'un autre côté, un pourcentage élevé des étudiants de l'ESSEC souhaite travailler dans un cabinet de conseil. L'objectif de la filière est d'améliorer la préparation des étudiants de l'ESSEC aux métiers du conseil en stratégie. Cela implique à la fois de mieux structurer l'offre de cours et de renforcer leur préparation aux études de cas et aux entretiens de recrutement.

■ Programme d'enseignement

Pour valider la filière, les étudiants, inscrits au préalable, seront tenus de suivre :

■ 4 cours obligatoires :

- CPTG31212 Gestion stratégique des coûts
- ou CPTG31213 *Strategic Cost Management*
- MGTM31226 Management des organisations
- ou MGTM31227 *Management of Organizations*
- MGTS31265 *Corporate Strategy*
- MGTS31404 Pratique du management stratégique

■ 2 cours optionnels parmi les suivants :

- CPTC31355 *Strategic Business Analysis and Value Creation*
- DEVC31204 Marketing urbain
- DEVD31212 Pratique des affaires internationales
- ou DEVD31231 *International Business Law*
- ECO31157 Monnaie et banque
- FINE31126 Finance d'entreprise
- ou FINE31128 *Corporate Financial Management*
- ou FINE32109 *Corporate Financial Management*
- IDSI31421 *Seminar in Information System: Applied Cybersecurity Strategy for Managers*
- MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise
- ou MGTE31363 *New venture design and planning*
- MGTM31237 *Advanced Qualitative Research Methods for High-Quality*
- MGTS31260 Stratégie et management internationaux
- ou MGTS31261 *International Strategy and Management*
- MGTS31263 *Competitive Strategy*
- MOPP31100 Management Supply Chain
- ou MOPP31101 *Supply Chain Management*

■ Procédure de recrutement

Pour être inscrits à la filière et bénéficier, entre autres, de la préparation aux études de cas et aux entretiens de recrutement, les étudiants devront avoir validé au moins trois des sept cours fondamentaux suivants : CPTC31124/CPTC31125, CPTG31148/CPTG31149, ECOI31142/ECOI31143, FINE31123/FINE31124, MGTS31102/MGTS31103, MGTP31100/MGTP31101 ou MKGM31128/MKGM31129, avec une note moyenne de 14 au minimum sur l'ensemble de ces trois cours.

Filière Négociation et gouvernance internationale

Responsable : Aurélien COLSON, professeur à l'ESSEC et directeur de l'IRENÉ

Secrétariat : Mélanie GORIN – gorin@essec.edu –

Département Droit et Environnement de l'entreprise / Institut de Recherche et d'Enseignement sur la Négociation.

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre de cours optionnels	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	5 UV

Cette filière a pour objectif d'aider les étudiants de l'ESSEC désireux de se tourner vers des carrières à fort contenu international, en particulier dans les institutions publiques (diplomatie, institutions européennes, organisations internationales) et les grandes organisations non-gouvernementales (aide technique, développement, solidarité, paix et sécurité, etc.). Elle peut aussi accueillir les étudiants qui visent des postes dans les directions «Relations institutionnelles» des grandes entreprises internationales.

Cette filière contribue à apporter aux étudiants de l'ESSEC qui la suivent :

- *des connaissances académiques*, en particulier sur les grandes dynamiques géopolitiques qui façonnent le monde ;
- *des méthodes pratiques*, en particulier de négociation et de médiation ;
- *le bénéfice d'un réseau*, en particulier pour la recherche de stages, constitué auprès des grandes organisations du secteur (par exemple : ministère des Affaires étrangères, ministère de la Défense, Agence française de développement, Commission européenne, fédérations d'ONG dans le champ de la paix, etc.).

Cette filière s'appuie sur l'expertise et l'expérience capitalisées au sein du Centre d'excellence de l'ESSEC IRENÉ - *International Governance & Dialogue*, qui rassemble notamment l'Institut de recherche et d'enseignement sur la négociation (IRENÉ Paris, Singapour, Bruxelles), le Centre Européen de Droit et d'Économie (CEDE), ESSEC Alumni International. Le Centre s'appuie sur plusieurs partenaires extérieurs, dont l'Académie diplomatique internationale, le *European Peacebuilding Liaison Office*, *European Institute of Public Administration*, etc.

La filière propose un cycle intégré de cours. Les étudiants ayant rejoint la filière bénéficieront également :

- *d'invitations au Séminaire interdisciplinaire* de recherche et d'échange sur la négociation (SIRENE), dont les quelques 50 éditions à ce jour réunissent à Cergy, Paris ou Singapour des chercheurs et des professionnels intéressés par la négociation ;

- *d'invitations au cycle de conférences de géopolitique*, coordonné par le Pr. Joseph Maïla (IRENÉ), lancé en 2016 ;
- *d'invitations au cycle de conférences pratiques «Les métiers de...»*, lancé à la rentrée par l'IRENÉ et le Carrer Service pour exposer aux étudiants de l'ESSEC les carrières qui s'offrent à eux dans l'univers du Centre d'Excellence International Gouvernance & Dialogue (les métiers de la diplomatie, de la défense, du développement international, des institutions européennes, des organisations internationales, du *peacebuilding*, etc.).

Les étudiants de la filière doivent suivre :

- Deux cours obligatoires :
 - DEVN31140 Atelier de négociation
 - ou - DEVN31141 *Negotiation Workshop*
 - DEVN31230 Géopolitique et grands enjeux de la mondialisation
- Trois cours optionnels parmi les suivants :
 - DEVN31262 Atelier de médiation
 - ou - DEVN31263 *Mediation Workshop*
 - DEVN31240 Négociations Complexes
 - ou - DEVN31241 *Advanced Negotiation Workshop*
 - DEVN31300 Co-Développement des pays émergents
 - DEVN31401 *Negotiate Business Deals in China* (à Singapour uniquement)
 - DEVD31122 Droit et politiques de l'Union Européenne
 - ou - DEVD31125 *European Law*
 - DEVD31244 Institutions de l'Union Européenne et lobbying

Des renseignements complémentaires peuvent être obtenus sur le site de l'IRENÉ.

Filière Droit

Responsables : Viviane de BEAUFORT et Geneviève HELLERINGER, professeurs ESSEC

Assistants : Séverine BLAIS – blais@essec.edu – 01 34 43 30 59, pôle Droit

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	4 (T2 puis T3 + T1 Année « n ou n+1 »)
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours optionnel(s) par option	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider le cursus	7 UV

L'ESSEC offre un **cursus** spécial de préparation à la pratique du droit qui a pour objectif de donner aux étudiants une formation leur permettant de devenir avocats ou juristes, en complémentarité étroite avec leur formation à l'université de droit .

La filière Droit se déroule sur trois trimestres, les 2 premiers se déroulant à la suite à date fixe (T2 et T3). Les étudiants peuvent articuler leur scolarité sans interruption (T2 et T3 de l'année n, puis T1 de l'année n+1) ou avec interruption du fait d'un stage, d'un séjour à l'étranger, etc. (année n+2).

La sélection a lieu mi-octobre à une date précisée chaque année (blais@essec.edu) à partir d'un dossier de candidature dont le dépôt intervient en septembre (CV + relevé de notes de droit de Pré-Master (Bachelor) + nom de l'intervenant+ moyenne des cours de gestion + lettre de motivation manuscrite).

Le nombre de places est limité et les étudiants sont prévenus par e-mail de leur admissibilité (pas de recours en cas de réponse négative) ; ils s'inscrivent alors au 1^{er} cours du cursus dispensé au T2 avec une mise d'un point.

■ **Suivant leurs résultats au cours DEVD31232 Coursus Droit – Droit civil 1, les étudiants seront déclarés définitivement admis dans la filière Droit et s'inscriront alors aux cours suivants :**

- DEVD31234 Coursus droit – Droit civil 2 : obligations-responsabilités (**mise d'un point 1 cours 50h – 2UV**)
- DEVD31114 Droit pénal et droit pénal des affaires
- DEVD31116 Droit des contrats et ingénierie contractuelle

■ **Ensuite une spécialisation (ou 2) est choisie, validée par la réussite de 3 cours parmi ceux proposés ci-dessous :**

- **Spécialisation : Droit des affaires**

- DEVD31132 Droit fiscal interne et international
- DEVD31224 Droit européen des affaires

Et choix entre :

- DEVD31220 Droit bancaire et boursier
- DEVD31250 Droit de l'ingénierie financière
- DEVD31216 Droit de la concurrence

- **Spécialisation : Droit public**

- DEVD 31130 Droit public de l'entreprise
ou DEVC31134 Etat et Gouvernance
- DEVD31244 Institutions de l'UE et lobbying
- DEVD31122 Droit et politiques de l'Europe
ou DEVD31125 European Law

- **Spécialisation : Droit européen**

- DEVD31244 Institutions de l'UE et lobbying
- DEVD31122 Droit et politiques de l'Europe
ou DEVD31125 European Law
- DEVD31224 Droit européen des affaires

Cette liste est modifiée régulièrement en fonction du contenu de la licence de l'université de Cergy et des prérequis M2.

■ **P**artenariats

- Entrée en Licence : Un partenariat existe avec l'**UCP université de Cergy** permettant l'entrée en **L3 (licence)** dès le début de la seconde année de la filière. Pour une entrée dans une autre université à un niveau inférieur, se reporter aux conditions d'équivalence propres à chaque université.

- Entrée en M2 directement après la L3 et Double Diplôme:

Des partenariats avec les universités UCP, Paris II-Assas, Paris X-Nanterre, Paris XI-Sceaux, Paris-Dauphine, Aix-en-Provence ont été conclus afin de faciliter l'accès aux meilleurs M2 sans obligation formelle de validation d'un M1, un accord avec l'EFB permet de valider une période ESSEC comme PPI à certaines conditions.

■ **P**artenariats avec l'EFB (Ecole Française du Barreau)

Un accord avec l'EFB permet aux étudiants de l'ESSEC de valider une période ESSEC comme Projet Personnel Individuel (PPI), sur 6 mois (soit 2 trimestres académiques T2 et T3 à la suite avec validation de 5 UV de Droit et de Négociation et une UV de recherche à mener sous la direction de Viviane de Beaufort dans le cadre du CEDE).

Voir les conditions au pôle Droit du département DEV : blais@essec.edu

Des réunions d'information ont lieu à la fin de la 1^{ère} année (cycle Bachelor) en juin, puis dans le cadre de la filière en janvier et en avril au moment des orientations.

Le pôle Droit met à la disposition des étudiants un document plus détaillé sur la filière et les accords de partenariat.

Filière Prep'ENA (avec Paris IX-Dauphine)

Responsable à l'ESSEC : Viviane de BEAUFORT, professeure ESSEC

Assistante : Séverine BLAIS – blais@essec.edu – 01 34 43 30 59

Responsable à Dauphine : Noël DIRICQ, responsable de la Préparation aux Concours des Administrations (dont l'ENA). Secrétariat : 01 44 05 43 17

La plaquette du programme est disponible sur le site de l'université : www.pca.dauphine.fr

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	5 pendant scolarité + 1 option
Rapportant au total	5 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour être diplômé de la filière	5 UV

Faire l'ESSEC et poursuivre sa formation par la voie des concours administratifs.

Avoir fait une école de commerce vous ouvre de bonnes perspectives de réussite dans la fonction publique tant à l'échelle européenne, nationale que locale et dans le conseil aux collectivités locales ou nationales. L'appareil d'Etat est désormais, à tous les niveaux, confronté à des problématiques d'entreprise (ouverture des services publics à la concurrence, responsabilité de gestion des autorités locales) ce qui confère de la valeur aux doubles formations. Pour ceux qui souhaitent

préparer les concours des administrations nationales ou territoriales (ENA, Administrateur de l'Assemblée Nationale, Administrateur du Sénat, ENSP, Administrateur territorial...) ou encore se destinent à des métiers de conseil des collectivités territoriales, la Prep'ENA de Dauphine et l'ESSEC ont conclu un partenariat. A l'ESSEC vous suivez la filière interne « Prep'ENA », puis fort de cette formation ciblée et de votre profil généraliste ESSEC, une fois diplômable* vous intégrez la « Prep'ENA » de Dauphine pour tenter les concours ou vous doter d'une solide formation en affaires publiques. Les étudiants de l'ESSEC candidatent auprès de V. de Beaufort qui les suit et les recommande auprès du responsable entre juin et fin août. La démarche à l'ESSEC doit être largement anticipée par l'étudiant. Les dossiers de candidature sont à retirer à Dauphine en juin (voir le site) pour un programme qui débute fin septembre. Attention la préparation d'un tel concours exige de ne pas avoir d'autres activités et donc d'avoir terminé l'ESSEC.

***Diplômable :** Les UV académiques doivent être validées, un stage à faire en été pour l'obtention de la dernière UVEP ne remet pas en cause votre candidature. Vous devez en revanche vous assurer de votre entière disponibilité l'année de formation.

Les étudiants sont tenus de suivre :

▪ **2 cours parmi les 5 du département Economie :**

- | | | |
|----|-----------------|---|
| | <i>ECO31123</i> | <i>Macroeconomic Theory and development</i> |
| | <i>ECO31157</i> | Monnaie et banque |
| | <i>ECO31201</i> | <i>Labor Economics and Policy</i> |
| ou | <i>ECO31203</i> | Economie du travail |
| | <i>ECO31226</i> | Analyse de conjoncture |
| | <i>ECO31252</i> | Economie internationale |
| ou | <i>ECO31253</i> | <i>International Economics</i> |

▪ **Les 4 cours au choix de la spécialisation « droit public » (Filière Droit) :**

- | | | |
|--|------------------|---|
| | <i>DEVD31122</i> | Droit communautaire et politiques de l'Union Européenne |
| | <i>DEVD31130</i> | Droit public de l'entreprise |
| | <i>DEVC31134</i> | Etat et gouvernance |
| | <i>DEVD31244</i> | Droit institutionnel européen et lobbying |

▪ **Et en option 1 cours parmi :**

- | | | |
|--|------------------|--|
| | <i>DEVC31110</i> | Acteurs publics |
| | <i>DEVC31114</i> | Economie urbaine et régionale |
| | <i>DEVC31202</i> | Les modes de gestion des collectivités et services urbains |

Filière Economie

Responsable : Karine LAMIRAUD et Estefania SANTACREU-VASUT, professeurs ESSEC

Assistante : Nawel FEKIR - fekir@essec.edu - 01 34 43 96 84 - département Economie

Cette filière a pour objectif de développer la capacité d'analyse économique des étudiants, que ce soit au niveau des choix d'un consommateur, des choix d'un manager vis-à-vis de son équipe, d'une firme, d'un marché ou de l'économie nationale et internationale. Les cours de la filière enseignent des méthodes afin que les étudiants puissent ensuite, de façon autonome, comprendre leur environnement et son évolution et y agir dans le meilleur de leurs intérêts. Ces cours sont plutôt théoriques et nécessitent une certaine capacité d'abstraction.

La filière Economie permet à ses étudiants :

- d'apprendre les outils essentiels d'analyse de situations économiques
- de donner à cette compétence une visibilité sur le marché du travail
- d'être conseillés dans leur cursus en fonction de leur projet professionnel.

Deux options sont proposées : **Economie Appliquée** et **Recherche**.

L'option **Economie Appliquée** offre un cadre de réflexion rigoureux pour toute fonction analytique, que ce soit pour des postes de «business analyst» dans les sociétés industrielles, commerciales ou de services, dans les banques d'affaires ou commerciales, dans les cabinets de conseil ou dans les organisations internationales. Elle est aussi *un premier pas* vers des carrières dans l'administration publique à profil économique (vers les concours de type ENA, Banque de France, Commission Européenne...), les instituts de recherche en économie ou encore l'enseignement supérieur. Cette option combine des cours d'économie appliquée fondamentaux (économie du travail, commerce international, monnaie, gouvernance d'entreprise...) et des cours de base d'analyse de l'information.

L'option **Recherche** est conseillée aux étudiants souhaitant s'orienter vers une carrière d'*économiste*, que ce soit dans la recherche pure et l'enseignement supérieur, ou dans des départements d'étude et analyse des grandes sociétés industrielles, des banques, des sociétés de conseil économique ou ONG (Banque Mondiale, FMI, OCDE, Banque Centrale Européenne...). La filière Economie propose à ses étudiants de rejoindre son groupe sur LinkedIn «ESSEC ECONOMICS GROUP».

1. Option Economie Appliquée

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre de cours optionnels	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

Les étudiants sont tenus de suivre :

- **Le cours fondamental obligatoire :**
 - ECOI31142 Economie managériale
 - ou ECOI31143 *Business Economics*
- **2 cours obligatoires :**
 - ECOA31123 *Macroeconomic theory and development**
 - ou ECOA31157 Monnaie et banque
 - IDSD31113 *Decision analysis**
 - IDSS31160 Introduction à l'économétrie
 - ou IDSS31161 *Introduction to Econometrics*
- **3 cours à choisir parmi les suivants :**
 - ECOA31201 *Labor Economics and Policy**
 - ou ECOA31203 Economie du travail
 - ECOA31205 *Sustainable energy economics**
 - ECOA31226 Analyse de conjoncture
 - ECOA31303 *Nobel Ideas in Economics**
 - ECOI31231 *Corporate finance & governance**
 - ECOI31233 *Microeconomics of Banking**
 - ECOI31253 *International Economics*
 - ECOI31260 Economie de la santé
 - ou ECOI31261 *Health Economics*
 - ECOI31271 *Game Theory**
 - ECOI31301 *L'Economie de marché au service de l'homme ? (NOUVEAU COURS 2016/2017)*
 - ECOI31421 *Business history (New Dept Seminar)*
 - FINM31162 *International Finance*
 - ou FINM31163 Finance internationale
 - IDSS31267 *Financial Econometrics**

+ les 2 cours non pris parmi la liste des cours obligatoires.

*Cours enseignés uniquement en anglais

Il est possible, après accord avec le responsable de la filière et le professeur du cours concerné, de prendre un ou deux cours du PhD ESSEC en «Economics», selon les modalités prévues par «l'inscription en mode auditeur» dans la section PhD in Business Administration.

Les étudiants intéressés par l'option Economie Appliquée doivent préparer une lettre de motivation précisant le cursus envisagé, un CV détaillé et un relevé de notes. Ce dossier doit être déposé auprès du secrétariat du département d'économie au cours du premier mois d'un trimestre en vue d'une intégration à partir du trimestre suivant. Il faut avoir validé, avec un minimum de 10/20, les cours ECOI31080/081 et IDSS31080/081 pour les étudiants AST, ou ECOI21020/021 et ECOA21030/031 et IDSS21020/030 pour les étudiant ASC.

Après un entretien avec le responsable de la filière, un tuteur du département économie conseillera l'étudiant dans la construction de son cursus et l'aidera dans son orientation professionnelle.

La validation du cursus est acquise dès lors que l'étudiant a validé les deux cours obligatoires et les trois cours optionnels avec une moyenne générale de 12/20.

2. Option Recherche

Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	12
Rapportant au total	12 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	12 UV

Cette orientation est conseillée aux étudiants envisageant sérieusement de poursuivre des études doctorales après l'ESSEC en vue d'une carrière de professeur-chercheur ou de conseiller au plan international, souhaitant travailler dans des organismes internationaux, des centres de recherche, etc. Cette option permet aux étudiants sélectionnés de suivre tous les cours du curriculum de la 1^{ère} année du PhD ESSEC en «Economics». Dans cette option, tous les cours, enseignés en anglais, sont orientés vers la recherche. L'accent est mis tant sur les théories que sur les méthodes de recherche empiriques. L'ensemble de ces cours permet de valider l'équivalent de 12 UV pour l'obtention du MSc (voir les conditions précises présentées dans myessec). Les étudiants admis dans cette option pourraient ainsi obtenir un «Master recherche économie et finance de l'université Cergy-Pontoise-ESSEC» simultanément au cycle Master. Ils auraient ensuite la possibilité de continuer en 2^{ème} année du PhD.

Les cours sont à choisir dans le cursus 1^{ère} année du PhD Economics (cf. brochure du PhD). L'admission dans l'option Recherche est soumise au règlement du PhD ESSEC (pour plus de détails voir la section PhD in Business Administration, caractéristiques du mode «double cursus»). La sélection a lieu *avant la fin avril* pour l'année académique qui suit. Prévoir un délai de quelques semaines pour la préparation du dossier d'admission (GRE ou GMAT, lettres de recommandation, relevés de notes...).

Après admission, un tuteur (academic advisor) du département économie conseillera l'étudiant dans la construction de son cursus et l'aidera dans son orientation professionnelle. La validation du cursus se fera selon les modalités mises en place par la direction pour l'ensemble des filières.

Filière Finance

Responsable – option 1 à 5 : Sridhar ARCOT, professeur ESSEC

Responsables – option 6 : Francis DECLERCK, Andrea RONCORONI, professeurs ESSEC

Assistante : Vanessa THOMAS – thomas@essec.edu – 01 34 43 37 74, département Finance

La filière Finance propose aux étudiants d'approfondir leurs connaissances dans le domaine en choisissant des cours selon la liste établie ci-après. La filière Finance offre 6 options (non exclusives).

Il est à noter que la validation de la filière est conditionnelle à la validation du séminaire Ethique et Déontologie des Métiers de la Finance (FING31402).

En plus des cours à valider selon la filière choisie, une liste de cours recommandés dans les domaines de la finance est publiée. La validation de ces cours n'est, toutefois, pas obligatoire pour l'obtention de la filière.

Veillez noter que **la participation aux conférences de la chaire ESSEC Finance est obligatoire pour la validation de la filière Finance** (voir descriptif de la chaire ESSEC Finance page 360). La filière est partenaire du CFA Institute (Chartered Financial Analyst).

Option 1 : Finance d'Entreprise (8 UV)

Option 2 : Finance de Marché (8 UV)

Option 3 : Finance Générale (10 UV)

Option 4 : Finance de Marché – Singapour (8 UV)

Option 5 : Finance d'Entreprise – Singapour (8 UV)

Option 6 : Energy and Commodity Finance (8 UV)

1. Options 1 & 2 - Finance d'Entreprise et Finance de Marché

Informations clés sur les options 1 et 2 :

Nombre de cours obligatoire(s)	5
Rapportant au total	5 UV
Nombre de cours optionnel(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre de séminaire(s)	7
Rapportant au total	0 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider les options 1 et 2 :	8 UV

Chaque option est composée de 5 cours obligatoires, les séminaires et 3 cours électifs choisis dans une liste propre à l'option.

▪ 5 cours obligatoires

Option 1 : Finance d'Entreprise

- FINE31123* *Principles of Finance*
- ou *FINE31124* Fondements de la finance
- CPTC31246* Analyse des états financiers
- ou *CPTC31247* *Financial Statement Analysis*
- FINE31126* Finance d'entreprise
- ou *FINE31128* *Corporate Financial Management*
- ou *FINE32109* *Corporate Financial Management*
- FINE31252* Fusions et acquisitions
- ou *FINE31253* *Mergers and Acquisitions*
- ou *FINE32218* *Mergers and Acquisitions*
- FINS31351* *Financial Policy*
- ou *FINS31353* Politique financière
- CPTC31355* *Strategic Business Analysis and Value Creation*

Option 2 : Finance de Marché

- FINE31123* *Principles of Finance*
ou *FINE31124* Fondements de la finance
FINM31164 Marchés financiers
ou *FINM31165* *Financial Markets*
FINM31260 Théorie du portefeuille et investissements
ou *FINM31261* *Portfolio Theory and Investment Analysis*
ou *FINM 32225* *Portfolio Theory and Investment Analysis*
FINM31270 *Options*
ou *FINM31271* Options
ou *FINM32107* *Options*
FINM31273 *Fixed Income*

Séminaires obligatoires

Chaire ESSEC Finance : participation à 6 séminaires au cours de la scolarité**

FING31402 Séminaire éthique en finance*

*Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance mais ne donne pas lieu à la validation d'une UV. L'inscription se fait sur bannier (sans mise de point).

**Concerne les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015

▪ **3 cours électifs parmi :**

Option 1 : Finance d'Entreprise

- ECOI31231* *Corporate Finance & Governance*
FINA32402 Gestion de patrimoine
FINE31130 Gestion financière court terme
FINE31254 Evaluation stratégique et financière
FINE32203 *Private Equity*
FINE32217 *Firm Valuation*
FINE32219 Financial Analysis
FING31259 Management bancaire
FINM31162 *International Finance*
ou *FINM31163* Finance internationale
ou *FINM32203* *International Finance*
FINM31164 Marchés financiers
ou *FINM31165* *Financial Markets*
FINM31208 Finance immobilière
FINM32206 Gestion bancaire
FING31421 *Finance Department Seminar: Applied Corporate Finance*

Option 2 : Finance de Marché

- ECO31205* *Sustainable Energy Economics*
FINA32402 Gestion de patrimoine
FINE32203 *Private Equity*
FINE32217 *Firm Valuation*
FINE32219 Analyse financière
FING31113 *Commodity Risk Management for Corporates*

- ou *FINM31115 Energy and Commodity Markets*
- FINM31259 Management bancaire*
- FINM31162 International Finance*
- ou *FINM31163 Finance internationale*
- ou *FINM32203 International Finance*
- FINM31208 Finance immobilière*
- FINM31213 Agri-food Commodity Markets*
- FINM31217 Advanced Options*
- FINM31266 Trading et organisation des marchés financiers*
- FINM32229 Hedge Funds*
- FINM31277 Options and Applications*
- FINM32206 Gestion bancaire*
- FINM32407 Risk Management Project*
- IDSD31375 Quantitative Risk Management*
- IDSM31183 Financial Mathematics*
- IDSS31263 Méthodes statistiques*
- ou *IDSS31267 Financial Econometrics*

2. Option 3 - Finance Générale

Informations clés sur l'option 3 :

Nombre de cours obligatoire(s)	7
Rapportant au total	7 UV
Nombre de cours optionnel(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre de séminaire(s)	7
Rapportant au total	0 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider l'option 3	10 UV

Cette option est composée de 7 cours obligatoires, les séminaires et 3 cours électifs choisis dans la liste des cours électifs de l'option 1 : Finance d'Entreprise et de l'option 2 : Finance de Marché.

▪ 7 cours obligatoires

Option 3 : Finance Générale

- FINE31123 Principles of Finance*
- ou *FINE31124 Fondements de la finance*
- CPTC31246 Analyse des états financiers*
- ou *CPTC31247 Financial Statement Analysis*
- FINE31126 Finance d'entreprise*
- ou *FINE31128 Corporate Financial Management*
- ou *FINE32109 Corporate Financial Management*
- FINE31252 Fusions et acquisitions*

- ou *FINE31253 Mergers and Acquisitions*
- ou *FINE32218 Mergers and Acquisitions*
- FINM31164 Marchés financiers*
- ou *FINM31165 Financial Markets*
- FINM31260 Théorie du portefeuille et investissements*
- ou *FINM31261 Portfolio Theory and Investment Analysis*
- ou *FINM32225 Portfolio Theory and Investment Analysis*
- FINM31270 Options*
- ou *FINM31271 Options*
- ou *FINM32107 Options*

- **Séminaires obligatoires**

Chaire ESSEC Finance : participation à 6 séminaires au cours de la scolarité**

*FING31402 Séminaire éthique en finance**

* Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance mais ne donne pas lieu à la validation d'une UV. L'inscription se fait sur banner (sans mise de point).

**Concerne les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015

- **3 cours électifs parmi les listes publiées pour les options**

Option 1 : Finance d'Entreprise

Option 2 : Finance de Marché

Ainsi que :

FINM31273 Fixed Income

FINS31351 Financial Policy

- ou *FINS31353 Politique financière*

CPTC31355 Bus. Analysis & Value Creation

- **Cours recommandés (pour toutes les options)**

Cours orientés : Finance d'Entreprise

CPTC31124 Info comptables et financières

- ou *CPTC31125 Financial Accounting and Reporting*

DEVD31120 Droit des sociétés

DEVD31132 Introduction au droit fiscal interne et international

DEVD31224 Droit européen des affaires

ECO31226 Analyse de conjoncture

ECOI31271 Game Theory

MGTE31364 Capital investissement

- ou *MGTE31365 Introduction to Private Equity*

Cours orientés : Finance de Marché

DEVD31132 Introduction au droit fiscal interne et international

DEVD31220 Droit de la banque et des marchés financiers

ECO31157 Monnaie et banque

ECO31226 Analyse de conjoncture

3. Option 4 - Finance de Marché – Singapour (T2)

Informations clés sur l'option 4 :

Nombre de cours obligatoire(s)	10
Rapportant au total	8 UV
Nombre de séminaire(s)	7
Rapportant au total	0 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider l'option 4 :	8 UV

- **3 cours obligatoires à Cergy (T1 ou avant)**

- FINE31123* *Principles of Finance*
- ou *FINE31124* Fondements de la finance
- FINM31164* Marchés financiers
- ou *FINM31165* *Financial Markets*
- FINM31270* *Options*
- ou *FINM31271* Options
- ou *FINM32107* *Options*

- **4 cours obligatoires à Singapour (3,5 UV) (T2)**

- FINM32217* *Advanced Options (1 UV)*
- FINM32219* *Commodity Markets and Energy Products (1 UV)*
- FINM32227* *Financial Risk Management (1 UV)*
- FINM 32500* *MathLab (0.5 UV)*

- **Cours électifs à Singapour au choix rapportant 1,5 UV(T2)**

- FINM32115* *Derivative Pricing and Trading (0.5 UV)*
- FINM32233* *Structuring Treasury Products Seminar (0.5 UV)*
- FINM32409* *Real Estate Finance (0.5 UV)*
- FINM32411* *Alternative Assets (0.5 UV)*
- FINM32413* *Project Finance (0.5 UV)*
- FINM32415* *Extreme Financial Risk (0.5 UV)*

- **Séminaires obligatoires à Cergy (T3 ou plus tard)**

- Chaire ESSEC Finance : participation à 6 séminaires au cours de la scolarité**
- FING31402* Séminaire éthique en finance*

*Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance mais ne donne pas lieu à la validation d'une UV. L'inscription se fait sur bannière (sans mise de point).

**Concerne les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015

4. Option 5 – Finance d'Entreprise – Singapour (Juil. – Sept.)

▼ Informations clés sur l'option 5 :

Nombre de cours obligatoire(s)	7
Rapportant au total	7 UV
Nombre de cours optionnel(s)	1
Rapportant au total	1 UV
Nombre de séminaire(s)	7
Rapportant au total	0 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider l'option 5 :	8 UV

- **1 cours obligatoire à Cergy (avant)**
FINE31123 Principles of Finance
 ou *FINE31124 Fondements de la finance*
- **5 cours obligatoires à Singapour**
*CPTC31247 Financial Statement Analysis**
FINE31128 Corporate Financial Management
FINE31253 Mergers and Acquisitions
FINM31162 International Finance
FINM31165 Financial Markets

*Please note that CPTC31124/125 "Finl Accounting & Reporting" is a prerequisite for CPTC31247 and needs to be validated before going to Singapore.

- **1 cours obligatoire à Cergy (avant ou après)**
CPTC31355 Strategic Business Analysis and Value Creation
- **1 cours électif à Cergy parmi (avant ou après)**
ECOI31231 Corporate Finance & Governance
FINE31130 Gestion financière court terme
FINE31254 Evaluation stratégique et financière
FINM31208 Finance immobilière
FINA32402 Gestion de patrimoine
FINE32203 Private Equity
FINM32206 Gestion bancaire
FINE32217 Firm Valuation
FINE32219 Analyse financière
- **Séminaires obligatoires à Cergy (avant ou après)**
 Chaire ESSEC Finance : participation à 6 séminaires au cours de la scolarité**
*FING31402 Séminaire éthique en finance**

*Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance mais ne donne pas lieu à la validation d'une UV. L'inscription se fait sur bannière (sans mise de point).

**Concerne les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015

5. Option 6 – Energy and Commodity Finance

Filière ouverte depuis l'année 2014-2015, elle répond aux besoins des professionnels du secteur et peut aussi compléter une autre option finance.

Opened in 2014-2015 to meet the professional needs of the sector, the track is complementary to other Finance tracks.

▼ Informations clés sur l'option 6 :

Nombre de cours obligatoire(s)	5
Rapportant au total	5 UV
Nombre de cours optionnel(s)	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre de séminaire(s)	7
Rapportant au total	0 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider l'option 6 :	8 UV

- **5 cours obligatoires**

ECO31205 Sustainable Energy Economics

FINE31123 Principles of Finance

ou *FINE31124 Fondements de la finance*

FING31113 Commodity Risk Management for Corporates

FING31115 Energy and Commodity Markets

FINM31213 Agri-food Commodity Markets

- **Séminaires obligatoires**

Chaire ESSEC Finance : participation à 6 séminaires au cours de la scolarité**

*FING31402 Séminaire éthique en finance**

ECOMFIN Webinars : participation à 6 séminaires au cours de la scolarité

*Ce séminaire est obligatoire pour la filière Finance mais ne donne pas lieu à la validation d'une UV. L'inscription se fait sur bannière (sans mise de point).

**Concerne les étudiants qui ont intégré l'ESSEC à compter de septembre 2015

- **3 cours électifs parmi**

ECO31123 Macroeconomic Theory and development

FINE31126 Finance d'entreprise

ou *FINE31128 Corporate Financial Management*

ou *FINE32109 Corporate Financial Management*

FINE32217 Firm Valuation

ou *FING31259 Management bancaire*

FINM31162 International Finance

ou *FINM31163 Finance international*

ou *FINM32203 International Finance*

FINM31164 Marchés financiers

ou *FINM31165 Financial Markets*

	<i>FINM32217</i>	<i>Advanced Options</i>
	<i>FINM31266</i>	Trading et organisation des marchés
	<i>FINM31270</i>	<i>Options</i>
ou	<i>FINM31271</i>	Options
ou	<i>FINM32107</i>	<i>Options</i>
	<i>FINM32229</i>	<i>Hedge Funds</i>
	<i>FINM32407</i>	<i>Risk Management Project</i>
	<i>IDSM31183</i>	<i>Financial Mathematics</i>
	<i>IDSS31263</i>	Méthodes statistiques
	<i>IDSS31267</i>	<i>Financial Econometrics</i>

■ Structure et fonctionnement

L'admission

Pour s'inscrire à la filière Finance et pour postuler à la filière à Singapour, les étudiants doivent avoir validé le cours fondamental *FINE31123/FINE31124 (Principles of Finance/Fondements de la finance)* avec une note de 12/20 au minimum et ce pour toutes les options.

Un étudiant peut s'inscrire et suivre plusieurs options et en valider plusieurs également.

Pour de plus amples renseignements sur la filière à Singapour et sur le processus de sélection, voir le chapitre Singapour. L'inscription à la filière Finance se fait en ligne directement via MSc. Program Center, onglet «Chairs and Tracks», sous-partie filière Finance.

La validation

Une fois tous les cours requis validés dans l'une ou l'autre option, l'étudiant est certifié par le département Finance dans l'option choisie. La validation de la filière Finance est mentionnée dans le supplément au diplôme de l'étudiant.

Excepté le cours fondamental de finance, **deux cours au maximum** peuvent être validés dans le cadre des échanges universitaires. Les étudiants doivent contacter le département Finance afin de faire valider ces deux cours.

Le partenariat avec le CFA Institute

La filière est partenaire du CFA Institute, ce qui signifie que 70 % du corpus des connaissances demandées pour préparer les examens du programme CFA Institute sont couverts.

Dans le cadre de ce partenariat, les meilleurs étudiants de la filière bénéficient également de bourses (au nombre de 5) permettant la prise en charge de près de 80 % du coût de la formation (offre des livres préparant aux examens, couverture partielle des coûts de présentation aux examens du CFA, possibilité de participation aux conférences et formations organisées par le CFA Institute).

Contact

Pour plus d'informations, contacter le secrétariat : Bureau A410
Vanessa THOMAS – thomas@essec.edu - 01 34 43 37 74

Le CFA Institute

CFA Program
Partner of



CFA Institute

Le CFA Institute est une association professionnelle globale créée il y a soixante ans. Le CFA Institute administre la certification CFA (CFA = Chartered Financial Analyst), reconnue comme un standard d'excellence mondiale. Le CFA Institute développe un programme et organise un examen en 3 niveaux à l'échelle mondiale et qui délivre une certification professionnelle partagée aujourd'hui par 95 000 membres dans 135 pays. Plus d'informations sont disponibles sur le site du CFA Institute : www.cfainstitute.org

Filière Actuariat – ESSEC-ISUP

Directrice : Marie KRATZ, Professeure ESSEC (bureau N320 ; kratz@essec.edu), Actuaire

Assistante : Frédérique JEAN-LOUIS (bureau N323 ; jeanlouis@essec.edu)

Laboratoire de recherche associé : CREAR (<http://crear.essec.edu/>)

Association des Actuaires : E3AR

<http://crear.essec.edu/actuary-track/association-actuaires-essec>

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	9 (T1 et/ou T2 et/ou T3)
Rapportant au total	9 UV
Nombre de cours optionnel(s) conseillés	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	9 UV

Un **actuaire** apparaît de nos jours **comme le spécialiste de la gestion des risques et de la finance quantitative**. De formation scientifique, l'actuaire doit maîtriser non seulement les méthodes et les outils de théorie économique et de théorie financière pour proposer des modèles mathématiques permettant de gérer l'évolution incertaine de l'environnement, mais également les aspects commerciaux, juridiques et comptables dans lesquels se situent ses interventions.

La filière Actuariat forme donc des étudiants ESSEC compétents à la fois en statistique, économétrie, finance et comptabilité, afin de comprendre la nature stochastique des problèmes rencontrés et comprendre les enjeux derrière les produits financiers.

Les actuaires ESSEC sont amenés à occuper des postes de directeurs financiers, gestionnaires de portefeuille, trader, risk-managers, directeurs techniques, chargés d'études actuarielles et du suivi de portefeuille, etc., en :

- Banque et finance
- Organismes financiers
- Assurance, réassurance
- Services/conseil en actuariat pour la gestion des retraites de grands groupes
- Cabinets d'audit français et anglo-saxons
- Conseil spécialisé en gestion de risques
- Organismes en relation avec l'analyse et les mesures de risques.

Parmi les formations en actuariat en France, 10 seulement sont accréditées par l'Institut des Actuaire (IA), dont une seule Business School, l'ESSEC, dans le cadre d'une convention entre l'ESSEC et l'ISUP-Paris VI (Institut de Statistique de l'Université Pierre et Marie Curie – Paris VI) - datant de 1991. Cette accréditation permet de décerner le titre d'Actuaire, après validation d'un certain nombre de matières déterminées par des accords entre l'Institut des Actuaire (IA) et les différentes écoles ou universités dispensant la formation, ainsi que d'un mémoire d'actuariat rédigé suite à un stage professionnel de 6 mois à présenter devant un jury de l'IA.

NB : La brochure annuelle de l'IA est disponible au secrétariat du département IDS.

■ **P**rocessus de candidature

La formation est réservée principalement aux étudiants admis sur concours option scientifique en première année (cycle Bachelor) et aux étudiants admis sur titre (AST) scientifiques en cycle Master (il est conseillé aux étudiants ASC de suivre une L3 de mathématiques parallèlement à leur cycle Bachelor).

Au plus **10 candidats ESSEC** sont retenus chaque année, l'**ultime** sélection étant faite à partir de la moyenne des notes obtenues aux 3 cours : Financial Mathematics, Méthodes statistiques et Financial Econometrics (signalés par un astérisque dans la liste ci-dessous ; une note moyenne supérieure ou égale à 12/20 est exigée pour chacun de ces cours).

Il est conseillé de valider ces 3 cours en 1^{ère} année de cycle Master.

L'étudiant candidat à cette filière devra faire acte de candidature auprès de la professeure Marie Kratz (cc à l'assistante) en envoyant :

- Un CV détaillé (avec relevé de notes pour toute matière quantitative)
- Une lettre de motivation

Cela peut être fait à tout moment de l'année précédant l'année de formation à l'ISUP (dans la limite des places disponibles).

Une plaquette de présentation de la filière est disponible au secrétariat du département (Bureau N323) et sur le site web de la filière : crear.essec.edu/actuary-track.

Des informations peuvent être également demandées aux ESSEC actuaire via E3AR.

■ **P**rogramme d'enseignement

➤ **A l'ESSEC**, les étudiants doivent valider **9 cours obligatoires** :

- **6 cours du département IDS :**

<i>IDSD31375</i>	<i>Quantitative Risk Management</i>
<i>IDSM31183</i>	<i>Financial Mathematics</i>
<i>IDSS31161</i>	<i>Introduction to Econometrics</i>

IDSS31165 *Big Data Analytics*
IDSS31263 *Méthodes statistiques*
IDSS31267 *Financial Econometrics*

- 3 cours du département FIN :

FINM31164 *Marchés financiers*
ou FINM31165 *Financial Markets*
FINM31260 *Théorie du portefeuille et investissements*
ou FINM31261 *Portfolio Theory and Investment Analysis*
FINM31270 *Options*
ou FINM31271 *Options*
ou FINM32107 *Options*

La liste des **cours optionnels** conseillés est à consulter sur le site de la filière :

[http:// essec.edu/crear-essec/actuary-track/description](http://essec.edu/crear-essec/actuary-track/description)

ou <http://ids-department.essec.edu/teaching/actuary-track>

Certains cours sont en commun avec la filière Finance, option «**Finance de marché**» ;

les deux filières peuvent donc être suivies conjointement, la filière actuariat nécessitant de maîtriser la finance de marché, mais ayant un spectre plus large.

- La formation se poursuit à l'**ISUP**, sur **2 semestres** pour suivre **10 cours obligatoires**:-
Mathématiques de l'assurance, Modèle de durée de vie, Règlementation des assurances,
Evolution des réglementations, Assurance Vie, Assurance de Groupe et Prévoyance
Sociale, Assurance Dommages, Réassurance, Comptabilité des assurances, Fonds de Pension.

NB : Dans le cadre de la demande d'accréditation internationale de l'IA pour le titre d'Actuaire, les syllabus des cours ESSEC et ISUP pourront être modifiés ainsi que la programmation des cours ISUP. Il est donc recommandé de consulter le site de la filière.

- Après validation de ces cours avec une moyenne supérieure à 12, un **stage d'actuariat/d'analyse et gestion des risques** est à effectuer pendant **6 mois** (à l'étranger ou en France), sous la responsabilité académique de l'ESSEC. Ce stage donne lieu à la rédaction d'un mémoire d'actuariat qui doit être validé et présenté devant un jury de l'Institut des Actuaire.

■ **Working Group on Risk (WG Risk) - Centre de Recherche Econofinancière et Actuarielle sur le Risque (CREAR)**

Il est également fortement recommandé pour les étudiants de participer au WG Risk coordonné par Marie Kratz, auquel académiques et professionnels se retrouvent pour discuter sur les sujets d'actualité. Ces meetings, généralement bimensuels, sont organisés avec le soutien du groupe Banque-Finance-Assurance de la Société Française de Statistique et, depuis mars 2012, de l'Institut des Actuaire qui les propose dans le cadre de son programme de Perfectionnement Professionnel Continu.

Pour plus d'information, vous pouvez consulter le site associé :

<http://crear.essec.edu/working-group-on-risk>

■ Pour toute information actualisée

- Sur la filière Actuariat :

[http:// essec.edu/crear-essec/actuary-track/description](http://essec.edu/crear-essec/actuary-track/description)

ou <http://ids-department.essec.edu/teaching/actuary-track>

NB : La convention ESSEC-ISUP étant en cours de modification, les étudiants devront consulter le site pour toute information à ce sujet.

- Sur le Working Group on Risk :

<http://crear.essec.edu/working-group-on-risk/>

- Sur le Centre de Recherche Econofinancière et Actuarielle sur le Risque (CREAR) :

<http://crear.essec.edu>

- Sur l'Institut des Actuaire : <http://www.institutdesactuaire.fr>

Business Analytics Methods Track

Referent: Laurent ALFANDARI, ESSEC Professor

Assistant: Frédérique JEAN-LOUIS – jeanlouis@essec.edu – 01 34 43 32 49, IDS Department

IMPORTANT: The track may be followed entirely in English

▼ Key information on the track:

Number of mandatory courses	4
Awarding	4 UV
Number of optionnal courses	2
Awarding	2 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	6 UV

■ Objectives

The Business Analytics Methods (B.A.M) track is designed for ESSEC students who have a strong mathematical background and who wish to apply their analytic skills to business decisions during their professional career. As the economic environment is more and more complex with increasing number of dimensions, parameters, products, customer segments, business units or rules involved in decision-making, companies search for high-potential business school graduates who combine managerial skills and rigorous quantitative techniques to face complexity, properly analyze data and optimize decision-making (planning, sizing, pricing...). Moreover, statistical models and risk-management techniques give the manager a valuable asset to face increasing uncertainty of markets and environment. The B.A.M track will be **useful to general managers and consultants**, as well as to ESSEC students who wish to start their career by a position of **business analyst or data scientist**. The Business Analytics Methods track is methodology-oriented and **focuses on quantitative models and methods**, contrary to the Accenture Strategic Chair Business Analytics which is more application-oriented.

■ Courses

- 4 mandatory courses:

IDSD31113 *Decision Analysis*
IDSS31161 *Introduction to Econometrics*
IDSS31165 *Big Data Analytics*
IDSD31375 *Quantitative Risk Management*

or *IDSD31376* *Transformation des conflits*

- 2 elective courses among:

CPTG31212 *Gestion stratégique des coûts*

or *CPTG31213* *Strategic Cost Management*

FINM31260 *Théorie du portefeuille et investissements*

or *FINM31261* *Portfolio Theory and Investment Analysis*

IDSI31224 *Langage C*

IDSI31406 *Programmation VBA*

or *IDSI31407* *VBA Programming*

IDSM31183 *Financial Mathematics*

IDSS31201 *Forecasting & Predictive Analytics*

IDSS31263 *Méthodes Statistiques*

IDSS31267 *Financial Econometrics*

IDSI31400 *Analyse prédictive avec SAS*

or *IDSI31401* *SAS Tools with Predictive Analytics*

MOP031213 *Supply Chain Analytics & Tools*

MKGF31221 *Marketing Analytics*

Information Systems Track

Coordinator: Nicolas PRAT, ESSEC Professor

Assistant: Patricia FERNANDEZ – fernandez@essec.edu – 01 34 43 32 45, IDS department

▼ Key information on the track:

Number of compulsory courses	4
<i>Awarding</i>	4 UV
Number of course to choose from list	2
<i>Awarding</i>	2 UV
Total number of credits (UV) required to validate the track	6 UV

■ Objectives

Information Systems (IS) and Information Technology (IT) are of strategic importance in organizations today. IT is impacting every aspect of business, and the world is digitalizing at an exponential rate.

The information systems track is open to students wishing to specialise in IS and IT during the MSc period, and capitalize on this expertise during their internship, apprenticeship, and/or their

profession. The track can be taken entirely in English. It is of special interest to students wishing to work in the IT sector, consulting or in an IS function after graduating from ESSEC.

The track complements and builds upon the core course (IDSI31134 Management de l'IT à l'ère numérique or *IDSI31135 Managing IT in the Digital Age*). This course is not a prerequisite, but is required to validate the track.

■ Prerequisites

To qualify for the track, students should have validated (or been exempted from), the following two courses:

- IDSI21020 Introduction à l'informatique
- or IDSI31088 Mise à niveau Informatique
- or *IDSI31089 Refresher Course Computing Skills*

■ Track curriculum

The track is composed of **6 courses**. These courses (with the IS/IT core course) are the minimum required from students to validate the track.

- **A concentration («major»), with 4 compulsory courses:**

- IDSI31129 Database Management*
- or IDSI31130 Base de données
- IDSI31132 Excel avancé pour managers
- or *IDSI31133 Advanced Excel for Managers*
- IDSI31341 e-Business Strategy & Operations*
- IDSI31377 Business Intelligence*

As a substitute for **one** of these four courses, students may conduct a research credit (supervised by an Information Systems Professor from the Department), on a topic directly related to the course).

- **1 course about Internet/e-business, chosen among the following:**

- IDSE31301 e-Business Entrepreneurship*
- IDSI31235 e-Business in Asia*
- IDSI31338 Création de sites Web
- or *IDSI31339 Website Creation*

- **1 course about Programming, chosen among the following:**

- IDSI31224 Langage C
- IDSI31406 Programmation VBA
- or *IDSI31407 VBA Programming*

■ Jobs and positions

The track is of special interest to students planning to work in the IT sector, in consulting, or in the IS/IT division of a large company. Typical positions are presented below (the list is not exhaustive):

- **In the IT sector:**
 - Any function within a hardware or software company (including marketing, sales, human resources, finance...)
 - Any function within an Internet-based company (e.g. IT entrepreneurs starting an on-line business).
- **In consulting:**
 - IT consultant
 - E-Business consultant
 - Business process consultant
 - Strategy and transformation consultant.
- **In an IS/IT (or related) division:**
 - Project manager
 - Programme/portfolio manager
 - Head of IT and IT strategy
 - Director of Business Development and Emerging Technologies.

Filière Entrepreneuriat

Responsable : Hamid BOUCHIKHI, professeur et Directeur du Centre Impact Entrepreneurship

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	6
Rapportant au total	6 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV

Cultiver le goût d'entreprendre et donner aux étudiants entrepreneurs les moyens de réussir.

Animée par le Centre Impact Entrepreneurship, la filière propose aux étudiants un ensemble d'enseignements destinés à stimuler leur esprit entrepreneurial et à leur fournir des méthodes et outils dont ils peuvent se servir dans de nombreux contextes professionnels.

Les étudiants engagés dans la création d'une entreprise, à but lucratif ou social, peuvent y trouver un environnement propice pour concrétiser leur projet.

Par leur nature multidisciplinaire et leur orientation pragmatique, les enseignements de la filière Entrepreneuriat permettent également aux étudiants de progresser vers la synthèse et la mise en pratique des connaissances acquises dans les cours de gestion.

La participation aux enseignements de la filière Entrepreneuriat est très fortement recommandée aux étudiants entrepreneurs désireux de bénéficier de l'accompagnement opérationnel du Centre Impact Entrepreneurship : incubation, coaching, mise en relation avec des acteurs de l'écosystème entrepreneurial, financement via le fonds ESSEC Ventures.

Ce parcours fait partie de la scolarité et contribue à l'obtention du diplôme.

Les étudiants sont tenus de suivre et valider :

- **6 UV parmi les cours suivants :**
 - DEVE31200 Droit et entrepreneuriat
 - IDSE31301 e-Business Entrepreneurship

- MGTE31281 *Internet-based Investing*
- MGTE31282 Créer, manager & céder une PME
- MGTE31360 Entrepreneuriat
- ou MGTE31361 *Introduction to Entrepreneurship*
- MGTE31362 Concevoir, valider et planifier un projet d'entreprise
- ou MGTE31363 *New venture design and planning*
- MGTE31364 Capital investissement
- ou MGTE31365 *Introduction to Private Equity*
- MGTE31369 *Cleantech Entrepreneurship*

L'Incubateur

Responsable Accompagnement Entreprises : Delphine BEAU
 Contact : Naima ESSKALI – esskali@essec.edu – 01 34 43 30 71
<http://www.essec.fr/lessec/essec-ventures>
 Twitter : @essecventures
 Facebook : [facebook.com/essecventures](https://www.facebook.com/essecventures)

■ Descriptif

Les étudiants qui élaborent un projet dans les cours d'entrepreneuriat et souhaitent le mettre en œuvre pendant leur scolarité peuvent candidater à l'Incubateur où ils bénéficieront d'une palette de services destinés à faciliter la création de leur entreprise. L'incubateur met à la disposition des créateurs les moyens suivants :

- Un suivi régulier d'avancement des projets permettant aux porteurs de projets de bénéficier des conseils, contacts et expériences d'une équipe d'entrepreneurs pour aider les jeunes étudiants à mettre le pied à l'étrier ;
- Une plate-forme logistique composée de locaux et d'équipements bureautiques,
- Des ressources documentaires comprenant des outils d'aide à la création : fiches pratiques sur les aspects juridiques, comptables, fiscaux ;
- Le soutien d'une trentaine de partenaires publics et privés. Grâce à ses partenaires, l'Incubateur vous propose un accompagnement sur mesure pour chacune des start-ups : conseils sur le business plan, la levée de fonds, les aspects juridiques et comptables, les montages financiers, le marketing, les ressources humaines, la R&D, et mentorat par des entrepreneurs expérimentés.

■ Validation des acquis professionnels

Le temps passé dans l'Incubateur est considéré comme une période d'acquisition d'expérience professionnelle, validée, selon les règles définies par le Centre de Validation de l'Expérience Professionnelle (CVEP) de l'ESSEC. L'Incubateur permet aux porteurs de projets d'obtenir une ou deux unités de valeur d'expérience professionnelle (UVEP).

B2B Relationship Management Track

Coordinator: Hubert FAUCHER, ESSEC professor

Assistant: Sylvie GALLET – gallet@essec.edu – 01 34 43 32 48

▼ Key facts on the track:

Number of mandatory courses	4
Awarding	4 UV
Number of optional courses	2
Awarding	2 UV
Total number of credits required for validation	6 UV

■ Introduction

Although little known by many, the B2B sector offers myriads of outstanding professional careers and experiences to those who dare to leave the well-paved avenues of retail sales and marketing. Little known indeed, yet countless, are the organizations acting at these levels of the economy, be they service or industrial companies, B2B distributors or wholesalers, capitalistic or non-profit organizations... The B2B activities represent the dominant part of a nation's economy, from cash-and-carry or suppliers to retail product manufacturers, up to the exploitation of natural resources.

It is characterized by the preeminence of demanding relationships between suppliers and customers whose individuals personally know each other and generally have to manage both diverging and converging stakes, most often in a mid-to-long term perspective, which calls for loyalty.

■ Objectives

The "B2B Relationship Management" track aims at training students to become seasoned B2B specialists, mastering the global complexity of business networks. They may be eventually interested by downstream/purchasing positions as Customers or upstream/commercial positions as Suppliers. After going through the track's curriculum, the participants will benefit from unique takeaways such as the ability to deeply understand the positions and stakes of the organizations and individuals situated across the B2B bond. After exploring numerous positions in turn, such as those of the sales representative, key account manager, marketing or product manager, procurement manager, supply-chain manager or lawyer, including the possible position of the consultant, they will be prepared to choose the B2B perspective that best suits them, and evolve from there on.

■ Track Curriculum

The track offers both compulsory and optional courses, which are listed below. These courses deal with five different aspects of this complex domain of expertise: the Supply side

(Marketing, Sales, Key Account Management), the Procurement side (Purchasing & Procurement), the Supply Chain Management approach (Supply Chain Tools & Applications), Negotiation (Negotiation workshop) and Law (International Business Law).

A validated training period in the domain is also required for validation (see below).

Note: the applicants are encouraged to validate the Marketing Management course (MKGM31128) or its French equivalent (MKGM31129) prior to application, although this course is not strictly compulsory at the time of application.

- **Mandatory courses:**

Four courses must be validated among the four following combinations:

- DEVN31140 Atelier de négociation
- or DEVN31141 *Negotiation Workshop*
- MKGF31237 *Key Account Management*
- MKGS31124 Marketing BtoB
- or MKGS31125 *B2B Marketing*
- or MKGS31228 *B2B Agri-food Marketing Policy*
- MOPP31231 *Purchasing and Procurement Management*

- **Optional courses:**

Two courses must be validated among the four following combinations:

- DEVD31126 Droit des affaires
- or DEVD31231 *International Business Law and Practice*
- MKGF31215 Gestion de la force de vente
- MKGS31223 *B2B Digital Marketing Management*
- MOPO31212 Pilotage de la Supply Chain: outils appliqués
- or MOPO31213 *Supply Chain Analytics & Tools*

■ Validation

The validation of the B2B Relationship Management track is conditional upon:

- The validation of the four compulsory course series
- The validation of two optional courses within those listed
- The validation of at least a three-month internship in one of the track's fields of expertise (pre-validation by the track's coordinator is recommended to avoid disillusion).

All students eligible to the ESSEC MSc diploma having validated the B2B Relationship Management track will be given a certificate both in French and English by the track coordinator.

Filière Business Design et Innovation

Responsable : Emmanuelle LE NAGARD, professeur ESSEC

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	2
Rapportant au total	3 UV et 2/3 d'UVEP
Nombre de cours optionnels	3
Rapportant au total	3 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV et 2/3 d'UVEP

La filière Business Design et Innovation a pour objectif de former les étudiants à la conception de produits et/ou de services innovants, avec une approche pluridisciplinaire très prisée des entreprises. Elle associe donc des cours de marketing avec des cours orientés conception ou design, dans une perspective globale de développement durable.

La filière Business Design et Innovation initiera ses étudiants aux derniers modes d'innovation tel que le Design Thinking, la génération de Business Models innovants ou encore le prototypage rapide. Les cours de la filière permettent d'étudier en profondeur les différents concepts qui seront mobilisés lors du travail sur les projets d'innovation confiés par les entreprises dans le programme CPI. Il est donc souhaitable que l'ensemble des cours de la filière soient suivis la même année.

■ Programme d'enseignement

■ 2 cours obligatoires

Le socle de son enseignement est le programme CPI, associant l'ESSEC, l'École Centrale Paris et Strate Design (école de design) que les étudiants sont tenus de suivre sur deux trimestres :

MKGF31230 Création de produit innovant 1 (T1)

MKGF31232 Création de produit innovant 2 (T2)

Le programme CPI permet aux étudiants de travailler en équipes pluridisciplinaires sur des projets concrets de conception de produits et services innovants, confiés par des entreprises, et qui ont pour ambition d'être mis sur le marché.

Pour de plus amples informations sur le programme CPI, merci de consulter le descriptif ci-avant.

■ 3 cours optionnels à choisir

L'étudiant inscrit dans la filière doit également suivre et valider trois cours optionnels à prendre parmi la liste suivante :

IDSE31301 e-Business Entrepreneurship

MGTM31256 Management d'Innovation

ou *MGTM31257 Innovation Management*

MKGF31222 Marketing de l'innovation (non proposé en 2016-2017)

MKGF31304 Design de produits et services

MOPI31201 Responsible Innovation

ou *MOPI31202 Innovation responsable*

Sport Business Track

Coordinator: Thierry LARDINOIT, ESSEC Professor – lardinoit@essec.edu

Contact: sport-business-track@essec.edu

Important: The Track may be followed entirely in English

▼ Key Information on the Track:

Number of mandatory courses	3
Awarding	3 UV
Number of optional courses (inc. optional Research UV)	3
Awarding	3 UV
Total number of credits required to validate the Track	6 UV

■ Introduction

The Track, previously International Sports Marketing Chair, was created as a response to growing demands from companies who play an active role in Sports Marketing who wish to recruit talented managers capable of defending the company's strategies when challenged by a committee of stakeholders and their expectations. Be it at an International or national level, sports is an important vector to be used as a strategic tool for companies, organisations or territories.

■ Objectives

The Track's objective is to train leaders capable of providing solutions to the ever growing expectations of a sector in constant need of professionalization and who are able to propose profitable strategic investments in Sports Marketing.

■ Curriculum

▪ 3 mandatory courses

MKGS31481 *Sport Marketing: the Organizer's point of view*

MKGS31485 *Economy, Governance and Organization of international sport*

MKGS31487 *Marketing Through Sports: Analysis of Company perspective*

▪ 3 elective courses to be chosen among the following:

MKGC31112 *Etudes en marketing*

or MKGC31113 *Marketing Research*

MKGC31125 *Comportement du consommateur*

or MKGC31126 *Consumer Behavior*

MKGS31124 *Marketing BtoB*

or MKGS31125 *B2B Marketing*

	<i>MGKS31203</i>	<i>Digital Marketing Strategy</i>
	<i>MOPI31203</i>	<i>Services Management</i>
or	<i>MOPI31204</i>	Management de Services
	<i>MGTM31226</i>	Management des organisations
or	<i>MGTM31227</i>	<i>Management of Organisations</i>
	<i>MGTP31204</i>	Ethique et décision
or	<i>MGTP31205</i>	<i>Business Ethics</i>
	<i>MGTS31261</i>	<i>International Strategy & Management</i>
	<i>CPTG31222</i>	Piloter plans et projets
or	<i>CPTG31223</i>	<i>Managing Plans and Projects</i>
	<i>FINE32217</i>	<i>Firm Valuation</i>
	<i>DEVN31140</i>	Atelier de négociation
or	<i>DEVN31141</i>	<i>Negotiation Workshop</i>

+ 1 *Research UV*

- **Research UV field work**

It is highly encouraged to participate in a research UV. You have the opportunity to realize a consulting-type project with one of the best actors of the sport business (UEFA, IOC, Heineken...), getting in touch with Alumni experts in their profession. The project helps to identify the necessary skills required in order to work on a specific mission pertaining to the company's strategic development and to learn the methods used in the best consulting companies.

- **Inscription & validation**

Inscription must be done by email to sport-business-track@essec.edu

The inscription to the 3 mandatory courses AND the Research UV allows the participant to take part in the Alumni Cercle ESSEC Sport Business events (ESSEC graduated involved in the sport business).

Filière Management des Opérations

Responsable : Félix PAPIER, professeur ESSEC

Assistante : Jennifer RODRIGUES DA SILVA - rodriguesdasilva@essec.edu – 01 34 43 32 08

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoire(s)	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre de cours optionnel(s)	2
Rapportant au total	2 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	6 UV
Stage obligatoire dans un des domaines de la filière	3 mois min.
Rapportant au minimum	1 UVEP

Tant dans le domaine des services que dans celui de la distribution ou de l'industrie, que ce soit dans les domaines BtoC ou BtoB, les entreprises donnent une place privilégiée aujourd'hui à la gestion des opérations (conception, achat, production, distribution, soutien...). Elle devient de plus en plus un moyen indispensable pour créer des avantages compétitifs.

La filière Management des Opérations est ouverte aux étudiants qui souhaitent acquérir une compétence approfondie dans les domaines du management des opérations. Elle doit notamment leur permettre de participer, tant sur le plan stratégique qu'opérationnel, à l'essor d'activités de conception de produits ou de processus, de production, de distribution physique, de gestion de la qualité, de gestion des risques, d'achat et d'approvisionnement, gestion des services, de gestion des supply chains et des opérations durables, etc.

La filière Management des Opérations contribue ainsi au développement de compétences transversales pour un management intégré et efficient des ressources physiques et intangibles de l'entreprise.

La filière s'adresse aux étudiants qui souhaitent :

- suivre une carrière de management dans une fonction opérationnelle dans une grande entreprise, comme par exemple le supply chain management, la gestion de qualité, les achats, la gestion de technologie, la logistique...
- acquérir des compétences profondes dans la gestion des opérations afin de créer leurs propres entreprises dans ce domaine.

Les étudiants ont la possibilité de suivre les cours de la filière MOP à Cergy ou de les suivre en partie à Singapour lors d'un trimestre (T1).

■ Programme d'enseignement à Cergy

Les étudiants sont tenus de suivre :

- **4 cours obligatoires, à choisir parmi les cours MOP suivants :**
 - Ou* MOPI31203 Management de Services
 - Ou* MOPI31204 Services Management
 - Ou* MOP031211 Revenue Management
 - Ou* MOP031212 Pilotage de la Supply Chain: outils appliqués
 - Ou* MOP031213 Supply Chain Analytics & Tools
 - Ou* MOPP31100 Management Supply Chain
 - Ou* MOPP31101 Supply Chain Management
 - Ou* MOPP31105 Operations Management
 - Ou* MOPP31107 Sustainable Operations Management
 - Ou* MOPP31230 Management des achats et approvisionnement
 - Ou* MOPP31231 Purchasing and Procurement Management
 - Ou* MOPP31232 Gestion de projet
 - Ou* MGTM31256 Management d'innovation
 - Ou* MGTM31257 Innovation Management
 - Ou* MOPI31201 Responsible Innovation
 - Ou* MOPI31202 Innovation responsable

- **2 cours optionnels parmi :**
 - (a) Les autres cours du département Management des Opérations mentionnés ci-dessus ou
 - (b) Les cours ci-dessous :
 - ou* CPTG31222 Piloter plans et projets
 - ou* CPTG31223 Managing Plans and Projects
 - ou* IDSD31375 Quantitative Risk Management
 - ou* MKGS31124 Marketing BtoB
 - ou* MKGS31125 B2B Marketing

■ Programme d'enseignement à Singapour

Les étudiants sont tenus de suivre et valider l'équivalent de 6 UV parmi les cours proposés ci-dessous :

- **4 cours obligatoires (rapportant 3 UV):**
 - MOPO32209* Operations Management (1 UV)
 - DEVN32201* Negotiation Workshop (0.5 UV)
 - MOPP32231* Industrial Strategy & Purchasing (0.5 UV)
 - NEW* Innovation Service Management (1 UV) (to be confirmed)

- **4 à 6 cours électifs à choisir parmi la liste suivante (rapportant 3 UV):**

Les cours électifs suivis à Singapour ne rentrent pas dans la validation de la filière Management des Opérations.

 - DEVN32203* Business Law in Asia (0.5 UV)
 - MGTM32233* Intercultural Management in Asia (0.5 UV)

<i>FINE32105</i>	<i>Financial Risk Management (0.5 UV) (to be confirmed)</i>
<i>MGTM32101</i>	<i>Managing International Business in Asia (0.5 UV)</i>
<i>MKGS32209</i>	<i>FMCG Product Management in Asia (1 UV)</i>
<i>FINE32500</i>	<i>Financial Management (1 UV)</i>

- **3 autres cours (à prendre avant ou après Singapour) parmi la liste du programme d'enseignement suivi à Cergy (2 cours du département Management des Opérations et 1 cours optionnel).**

■ **L** Le stage en entreprise

Les étudiants souhaitant suivre la filière devront effectuer un stage en entreprise de 3 mois minimum. Ce stage permet aux étudiants d'appliquer leurs connaissances acquises et de découvrir le monde professionnel du management des opérations. Le stage doit être effectué dans l'un des domaines du management des opérations (ex : management de la supply chain ou logistique, gestion de la qualité, gestion de projet, gestion de la production, développement de nouveaux produits, revenue management...).

Avant d'entreprendre ce stage, veuillez impérativement à contacter Jennifer Rodrigues Da Silva, assistante du département Management des Opérations, (par e-mail à : rodriguesdasilva@essec.edu) afin de confirmer son adéquation avec la filière.

■ **I** Inscription et validation de la filière Management des Opérations

Les étudiants souhaitant suivre la filière MOP devront obligatoirement s'inscrire auprès de Jennifer Rodrigues Da Silva (par e-mail à rodriguesdasilva@essec.edu), assistante du département Management des Opérations.

Les étudiants souhaitant participer aux cours offerts à Singapour devront postuler auprès du service des relations internationales (cf. chap. Singapour).

Une fois les cours et le stage validés, l'étudiant reçoit un certificat du responsable de la filière. Ce certificat est délivré en français et en anglais.

Vous trouverez plus d'informations sur le site web du département Management des Opérations. Pour toutes informations complémentaires, veuillez contacter Jennifer Rodrigues Da Silva.

Agri-food Track

Coordinators: Francis DECLERCK, Hubert FAUCHER, Olivier FOURCADET, Frédéric OBLE, ESSEC professors

IMPORTANT: Most of the courses are taught in English

▼ Main Information on the track:

Number of available courses	4 (T1 and T2)
Number of mandatory courses	3 (T1 and T2)
Awarding	3 UV
Number of seminar(s) offered	1
Awarding	0 UV
Total number of credits (UV) required for the Track graduation	3 UV

Preliminary note:

Any Master student may register to one or several courses of the Agri-food track as any other course of the MSc program.

A certificate, granted by ESSEC International Agri-food Management Institute (ESSEC-IMIA) may be requested by students who have met all the academic requirements of the track, that is, who have validated 3 courses of the track with a grade equal or superior to 10 out of 20.

■ Objective

The Agri-food track aims at offering an intensive program on the specificities of the international agri-food management to students interested in this sector.

■ Why?

The agri-food sector plays a major role in today's economy: it is the first manufacturing sector in terms of turnover and job offer.

The internationalization of these corporations since the 1990's leads to consider the challenges of an international management of the following markets - agricultural commodities, food ingredients, fast moving consumer goods (FMCG) - from consumer demand and from corporation supply, taking into account health, nutrition, agricultural and commercial policies.

For students, it is a personal step which enables them to check their motivation for a career in the agri-food sector by acquiring knowledge on its specificities and by meeting the companies of the sector interested by their profile.

■ Track Curriculum

In order to complete the Agri-food track, the student has to follow:

- 3 courses among 4 offered
- 1 seminar
- Conferences

These activities are linked with companies in the agri-food sector: international traders, manufacturers, catering, wholesalers and retailers.

■ Courses

The courses, taught in English, aim at studying management challenges:

- In the agri-food commodity market (raw material and futures markets)

FINM31213 Agri-food Commodity Markets

- In the ingredient and intermediate food product market

MKGS31228 B2B Agri-food Marketing Policy

- In the sustainable development in agri-business, catering and food retail.

MGTS31401 Agri-food Sustainable Development

- With the opportunity of new business development due to changes in consumer life and new technologies:

MGTS31403 New Business Development in the Agri-food Sector

■ Seminar in agri-food management : *Crisis management* – Olivier Fourcadet

This residential seminar about crisis management in the food industries offers a unique opportunity to share experience and insights on this topic with professionals. The seminar is organized around a simulation and discussions with crisis management specialists. During its 2015 Spring edition, Stephane Dufort (Crisis Manager from Groupe Carrefour) guided the participants into the learning process from the simulation; Christophe Dufour (Silliker-Mérieux Nutrisciences) discussed with participants crisis management policies. Finally, Serge Michels (Proteines'agency) provided a vision about the politico-media circus.

This seminar is given in French.

■ Conferences and Network

Students are invited to conferences organized by the ESSEC Advanced Master in Agri-food International Management (M.S. MIA) on Thursday morning from October to March.

Professionals introduce different jobs related to agri-food management. These conferences are often given in French.

Filière Immobilier-RICS

Directeur pédagogique : Ingrid NAPPI-CHOLET, professeur ESSEC

Assistante : Annabelle ALANOIX – alanoix@essec.edu - 01 34 43 30 03

www.essec-immobilier.com

▼ Informations clés sur la filière :

Nombre de cours obligatoires	4
Rapportant au total	4 UV
Nombre d'UV au total à obtenir pour valider la filière	4 UV

■ **P**résentation générale

La filière Immobilier est ouverte uniquement aux étudiants de la chaire Immobilier et Développement Durable qui souhaitent accéder au titre international de *Chartered Surveyor*. L'institution britannique RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors) a accrédité en 2008 puis réaccrédité en 2012, l'ESSEC filière Immobilier. Il s'agit de l'un des 6 programmes accrédités en France.

Cette accréditation permet aux étudiants diplômés de s'inscrire comme stagiaires à la RICS lorsqu'ils sont en activité. Cette filière de spécialisation au sein de l'ESSEC va permettre à des candidats en formation initiale de rejoindre l'institution des Chartered Surveyors (alors que la RICS requiert 10 ans d'expérience professionnelle pour les candidats souhaitant devenir membres et empruntant la voie d'accès normale).

■ **P**résentation de la RICS

La «Royal Institution of Chartered Surveyors», RICS, est un organisme international d'origine britannique qui a pour objet de valoriser, promouvoir et développer, notamment par la communication, les professions liées à l'immobilier et à la construction.

La RICS compte plus de 100 000 membres dans le monde entier, dans près de 146 pays. RICS France, créée en 1993, comprend plus de 1000 membres. Les Chartered Surveyors français viennent de la plupart des métiers de l'immobilier : l'expertise immobilière, la transaction, le conseil, la gestion d'actifs immobiliers, la promotion immobilière, l'urbanisme, l'immobilier agricole et rural... Ils exercent dans des sociétés de services du secteur privé, dans des organismes à caractère public ou à titre libéral.

■ **C**ours de la filière

Seront diplômés de la filière Immobilier-RICS, les étudiants ayant :

- **validé la chaire Immobilier et Développement Durable**
- **validé l'ensemble des fondamentaux de l'ESSEC**
- **et suivi et validé l'ensemble des cours ci-dessous :**
 - DEVC31208 Urbanisme et aménagement
 - DEVC31252 Droit de l'urbanisme, de l'immobilier et de l'environnement
 - DEVI31233 *International Property Market Analysis*
 - DEVI31250 Financement et montage d'opération immobilière
 - DEVI31254 Investissements immobiliers
 - FINM31208 Finance immobilière

Un des cours listé peut être validé pour une UV de recherche.

Cours optionnels ouverts aux étudiants de la filière Immobilier-RICS qui souhaitent les suivre :

MUI (Mastère Spécialisé Management Urbain et Immobilier)

- DEVI32210 L'immeuble, sa gestion et son occupation (0,5 UV)
- DEVI32212 Expertise immobilière (0,5 UV)

Autres programmes / Other programs

Programme CPI

Fondateur du programme : Jean-Claude CHARLET

Responsable pédagogique ESSEC : Emmanuelle LE NAGARD, professeur ESSEC

Directeur du programme : Julien FAYET

Assistant : Mathieu AGUESSE - mathieu@theschoolab.com - 06 65 36 84 81

Site web : <http://www.creationdunproduitinnovant.com>

Blog : <http://www.creationdunproduitinnovant.com/blog>

Un programme d'excellence, commun avec Centrale Paris et Strate (école de design industriel), pour tous ceux qui se passionnent pour l'innovation, l'intrapreneuriat et la conduite de projets concrets.

▼ Informations clés sur le programme :

Durée du programme CPI	6 mois
Nombre de cours obligatoires	2 (1 au T1, 1 au T2)
Rapportant au total	3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle.

■ Objectifs

Inspiré d'un cours de Stanford, le programme CPI (Création d'un Produit Innovant) vise à promouvoir les valeurs et méthodologies liées au Design Thinking, à l'Open Innovation, et à l'intrapreneuriat, via la réalisation de projets d'innovation concrets (création de nouveaux produits ou services) destinés à être déployés, pour le compte d'entreprises partenaires.

Le programme CPI crée ainsi des passerelles concrètes entre les étudiants des grandes écoles et les professionnels en faisant travailler des équipes mixtes d'étudiants des trois écoles autour de projets concrets proposés par des entreprises.

Deux cursus ont été développés en parallèle :

- **CPI Concept**, programme très professionnalisant qui fait vivre à ses étudiants un véritable accélérateur d'expérience en leur offrant la possibilité d'imaginer et de concevoir une innovation de A à Z pour le compte d'un vrai client entreprise qui souhaitera le plus souvent la commercialiser sur le marché.

- **CPI Imagine**, axé sur la prospective, autour de méthodologies issues des sciences humaines et du design, qui va proposer aux étudiants de se projeter dans des univers prospectifs autour des problématiques des entreprises et proposer un panel d'idées innovantes dans un horizon temporel plus lointain.

Les étudiants devront au début du programme se positionner sur l'un de ces deux cursus.

Les concepts issus du programme **Concept** ont une véritable vocation à être commercialisés : les élèves doivent ainsi réaliser un prototype et présenter le business plan associé lors du «Trade-Show CPI», événement ouvert au public et à la presse, qui a lieu dans le Grand Hall de

l'ESSEC fin mars. Les idées issues du programme **Imagine** ont pour ambition d'être un vrai levier pour influencer les options stratégiques des entreprises clientes.

CPI répond au manque chronique de liens et d'intégration entre ingénierie, business et design au niveau des études et dans la vie en entreprise, qui engendre des incompréhensions et un manque d'efficacité important dans la vie professionnelle des futurs diplômés, et pénalisent ainsi le développement de l'innovation. CPI est une opportunité unique pour les étudiants de travailler sur de véritables projets d'entreprise autour de problématiques d'innovation.

Ils pourront ainsi développer leurs capacités entrepreneuriales, leur sens des réalités économiques, financières, marketing et humaines de la gestion de projet.

■ **P**rogramme d'enseignement

Les étudiants, admis au programme CPI, sont tenus de suivre les 2 cours obligatoires suivants :

MKGF31230 Création de produit innovant 1 (T1)

MKGF31232 Création de produit innovant 2 (T2)

Les cours ont lieu le mardi et comportent :

- Partie académique : des séances organisées autour de thématiques relatives à l'innovation (créativité, observation terrain, marketing, ingénierie, business plan etc.) et animées par des professeurs des trois écoles ou des intervenants extérieurs partenaires du programme.

- Partie gestion de projets : chaque équipe travaille encadrée par un tuteur (professionnel, enseignant, ou entrepreneur lui-même) le reste du temps (fin de séance à 18h) sur son projet concret d'innovation à développer pour le compte d'une entreprise (l'entreprise-projet).

Au-delà des mardis et de certains temps forts du programme qui sont organisés sur une journée entière et dans des lieux différents, sources d'inspiration, les équipes définissent entre elles et avec leur client des modalités de travail «à la carte» (séance de travail entre étudiants, rencontre avec l'entreprise, enquêtes terrain...).

■ **O**rganisation du programme

Les cours ont lieu principalement à Paris.

Le choix de projets s'effectue chaque année parmi la liste proposée par les partenaires entreprises du programme. Les élèves émettent leurs choix en début de session selon une fiche-projet discutée en amont avec l'entreprise par l'équipe académique CPI, puis validée avec les étudiants au démarrage du projet.

Un «study trip» est organisé par les étudiants chaque année en juin (avec l'aide de l'équipe CPI). Les précédentes destinations ont été Stanford (Californie), Shanghai et Singapour.

■ **E**ncadrement

Chaque groupe d'étudiants bénéficie d'un fort encadrement pédagogique de professionnels chaque mardi. Des professeurs des trois écoles interviennent également sur les différentes facettes des projets suivant leurs expertises.

Plusieurs cabinets de conseil (en stratégie, innovation, tendances, design produits, développement durable) et entreprises sont associées au programme CPI.

▪ **P**rocédure de recrutement

Les étudiants doivent s'inscrire pour les 2 trimestres. Le suivi des deux programmes (Concept et Imagine) sur les 2 trimestres est validé par 3 UV et 2 mois d'expérience professionnelle.

Les candidatures sont à effectuer dès le mois de juin sur www.moncpi.com/candidature

Les candidats postuleront à cette adresse en choisissant le programme Concept ou le programme Imagine.

Les inscriptions sur myessec.com se font sans mise de point dès le 1^{er} tour des inscriptions.

Les étudiants non-admis sont désinscrits par le service des études début octobre.

Le programme CPI n'est pas compatible avec d'autres Chaires dont les cours ou séminaires auraient lieu le mardi au T1 ou T2. Il est recommandé de ne pas s'engager dans un cours le mardi matin.

Le programme CPI peut être compatible avec les stages et apprentissage, à condition néanmoins que les élèves se rendent disponibles tous les mardis, ainsi que sur quelques journées entières (dont les dates sont fixées au démarrage du programme), et puissent se rendre disponibles pour travailler avec l'entreprise et leur groupe étudiant quand de besoin, selon des modalités à définir entre eux.

Des témoignages d'étudiants ayant suivi le programme sont disponibles sur le site CPI :

http://www.creationdunproduitinnovant.com/participer_etudiant.html

Compte tenu des engagements forts et de l'implication des entreprises, ne seront retenues que des candidatures d'étudiants extrêmement motivés par le travail

en équipe multidisciplinaire, ouverts, autonomes, curieux, enthousiastes, et prêts à s'investir pleinement dans un projet très demandeur en temps mais dont tous les participants s'accordent pour dire qu'il représente une expérience réellement unique dans le cursus de la scolarité !

Aucun abandon du programme CPI n'est possible en cours d'année.

PhD in Business Administration

Dean of the PhD: Anca METIU, ESSEC professor

Director of Administrative Affairs: Lina PREVOST – prevost@essec.edu – 01 34 43 30 85

Program Assistant: Christine GIL – gil@essec.edu – 01 34 43 32 50

The PhD is meant for students who wish to embrace an academic career as a researcher and professor in Management or Economics in international institutions at top international level. The program, entirely in English, meets the highest international standards and leads to a PhD in Business Administration (with the possibility of a French doctorate in the joint doctoral school with the University of Cergy-Pontoise).

The goal of the PhD Program is to prepare students not only to master methodologies, but also to advance knowledge and play an active role in the international academic community.

Before starting their dissertation work, students must follow a two-year program of courses and seminars that ends with Preliminary Examinations and a Dissertation Proposal. The curriculum starts with an intensive period of interdisciplinary training common to all students.

This is followed by rigorous research training for the chosen field of specialization.

Former students of the PhD Program are now professors at prestigious French and overseas universities or work in international research institutions.

■ **C**oncentration of the PhD Program

Six concentrations are offered entirely in English:

- **Management** (Strategy, Organizational Behavior, Human Resource Management, Management Control, Information Systems)
- **Operations Management and Decision Sciences** (Operations Management, Operations Research, Risk and Data Analysis)
- **Marketing** (Behavioral and Modeling)
- **Economics** (Industrial Organization, International Economics -macro or micro-, Public Economics)
- **Accounting and Auditing** (Empirical Financial Accounting, International Financial Reporting, Auditing, Financial Statement Analysis, Organizational and Social Aspects of Accounting).
- **Finance** (Asset Pricing and Investments, Corporate Finance, Financial Econometrics, Market Microstructure, Risk Management)

■ **A**pplication

There are two ways to apply for the PhD Program:

A. Mode "double curriculum": You will substitute your last year of MSc studies to the first year of PhD. You will be credited with 12 management courses for the validated PhD courses. Then you will follow the PhD Program normally, according to the PhD Program's rules.

B. Mode "auditor": You will choose some courses of the PhD first year curriculum and validate them as credits for your MSc degree.

Of course, you may also apply to the PhD program after graduating from the MSc program.

1. **"Double curriculum" mode**

- a. You should have already validated 12 credits, including the 8/9 core courses, before you start the PhD courses/seminars. You will have to send your application file before the end of April of your 2nd year in the MSc to the PhD office. We recommend you to validate more than 12 elective courses (13 or 14).
- b. It should include the application form, a motivation letter, MSc grades, GMAT and TOEFL scores, and 3 recommendation letters from professors.
- c. Based on the Head office of Academic Affairs recommendation, students are selected by the PhD admission Committee.
- d. Your 1st year in the PhD Program will be validated as your last year of MSc studies.
- e. You will get 12 management elective credits in your MSc curriculum if you validate all the courses/seminars taken during the first year of the PhD program in your concentration.
- f. You are admitted in the second year of the PhD Program upon the decision of the Dean of the PhD program. If you do not validate the 1st year of the PhD program, you'll receive credits only for the courses/seminars you have passed.
- g. No additional tuition fees are required.

- h. If you are admitted to pursue in the PhD program after this 1st year, you will be bound by the PhD program's general rules (with the opportunity of a scholarship which will cover tuition fees and a research scholarship for the next three years).

2. "Auditor" mode

- a. You have to send a letter explaining your motivations for applying to the courses you'll have selected with a transcript of your MSc grades, and a curriculum vitae, to the PhD office before March, 31st.
- b. The Dean of the PhD will select applicants.
- c. 2 to 3 courses may be chosen among the courses offered in year 1 of the PhD program. Each course validates one MSc credit (UV) unless exception.
- d. No additional tuition fees are required.

▪ **C**ontacts

Lina PREVOST – Director of Administrative Affairs – prevost@essec.edu

Christine GIL – Assistant PhD Program – gil@essec.edu

For more information, you may refer to the website www.essec.edu/phd or ask for the brochure at the PhD office.

Summer Module "The Global Manager in Europe"

Contact: Axelle MAUDUIT – Summer Module Manager

Tel. 01 34 43 39 56 – mauduita@essec.edu

The Summer Module "The Global Manager in Europe" is offered each year to a group of international MBA participants (between 35 and 40) who are interested in learning about some specific aspects of the European business environment. **A few spots are also opened to ESSEC students.** The module offers interactive sessions on specific management skills and their application in different cultural environments. It also focuses on Europe's geopolitical and economic dimensions as well as on one of the main fields of expertise of ESSEC: Luxury Brand Management. Some cultural visits and activities are also scheduled.

The program is taught in an intensive format over three weeks at the end of June/beginning of July on the ESSEC campus in Cergy. Over the past years, it has welcomed students from Chicago Booth, Kellogg, Duke, Kenan Flagler, Melbourne Business School, Nanyang, NUS, PUC-Peru, etc.

At the end of the module, participants are granted 2 credits (UV) and receive a "Global Manager in Europe" certificate.

Students receive all the details on the program and on the application process by email in January.

Annexe Appendix

Index Provider: $\beta_H = 0.2, \bar{M}_H = 0.15$ $= w_1 \beta_1 + (1-w_1)$

you can invest in index funds that represent M

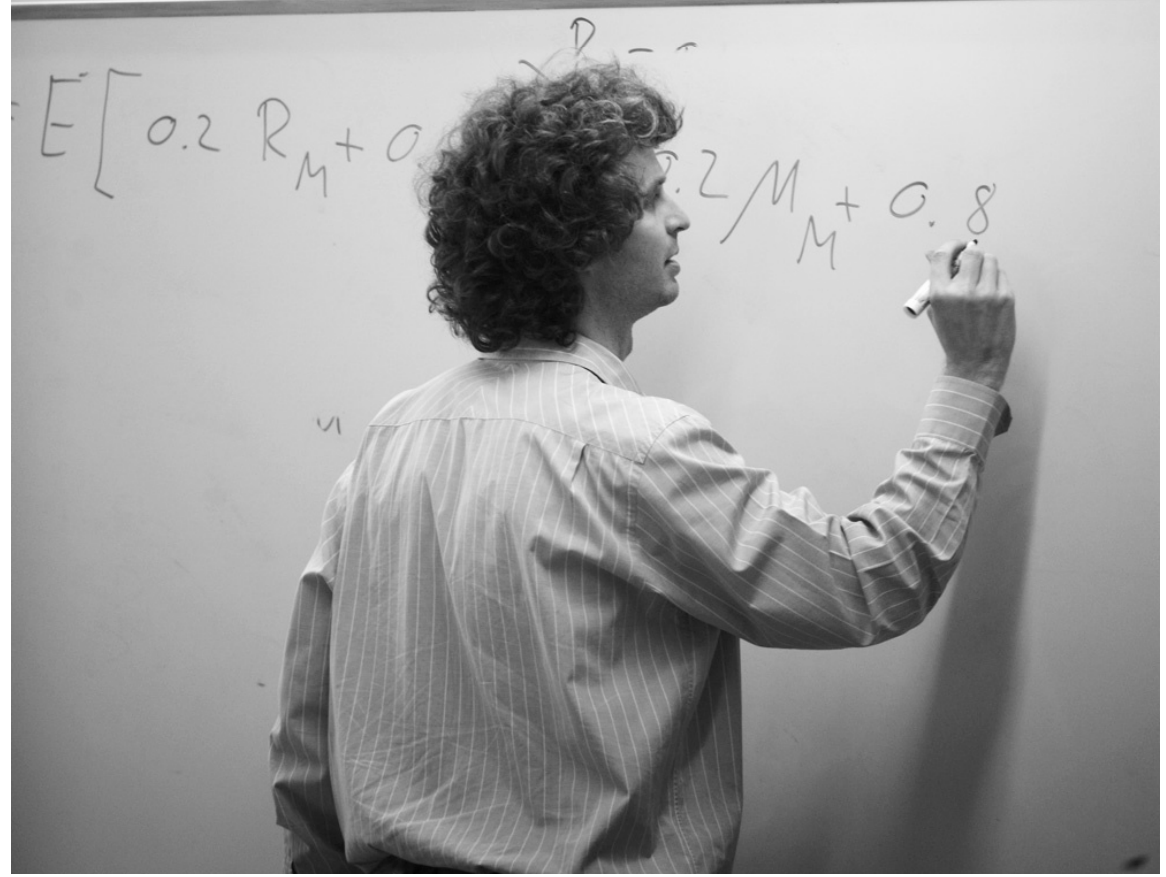
Use $R_F; M;$

want to achieve the same risk as S1:

want $\beta_{\pi} = 0.2$

w in M; 1-w in R_F : $\beta_{\pi} = w \beta_M + (1-w) \beta_{R_F} = \underline{w = 0}$

- 0.2 in M
- 0.8 in R_F



Professeurs permanents (ordre alphabétique)

Faculty Members (alphabetical order)

NOM/NAME	PRÉNOM/FIRST NAME	DÉPARTEMENT/DEPARTMENT
AFTALION	Florin	Finance/ <i>Finance</i>
ALFANDARI	Laurent	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
ALTHUIZEN	Niek	Marketing/ <i>Marketing</i>
ANCELIN-BOURGUIGNON	Annick	Hors département/ <i>Faculty at large</i>
ARCOT	Sridhar	Finance/ <i>Finance</i>
AVISON	David	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
BARONI	Michel	Finance/ <i>Finance</i>
BARTHELEMY	Jérôme	Management/ <i>Management</i>
BEMMAOR	Albert	Marketing/ <i>Marketing</i>
BERLINGIERI	Giuseppe	Economie/ <i>Economics</i>
BERNARD	Alain	Management/ <i>Management</i>
BIBARD	Laurent	Management/ <i>Management</i>
BITO	Christian	Finance/ <i>Finance</i>
BOUCHIKHI	Hamid	Management/ <i>Management</i>
BOULLAND	Romain	Finance/ <i>Finance</i>
BOURGEON	Laurent	Management/ <i>Management</i>
BOUTHINON-DUMAS	Hugues	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
BRIOLAT	Dominique	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>

		<i>Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
BRONNER	Martine	Marketing/ <i>Marketing</i>
BUISSON-BENMELOUKA	Véronique	Finance/ <i>Finance</i>
BUTORI	Raphaëlle	Marketing/ <i>Marketing</i>
CAVARRETTA	Fabrice	Management/ <i>Management</i>
CAVELIUS	Florence	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
CELIK	Gorkem	Economie/ <i>Economics</i>
CERDIN	Jean-Luc	Management/ <i>Management</i>
CHAI	Sen	Management/ <i>Management</i>
CHAN	Frank	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
CHARLETY	Patricia	Economie/ <i>Economics</i> , Finance/ <i>Finance</i>
CHATTERJEE	Arijit	Management/ <i>Management</i>
CHEVILLON	Guillaume	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
CHO	Charles	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
CHRISTENSEN	Mark	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
COLSON	Aurélien	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
CONTENSOU	François	Economie/ <i>Economics</i>
COMYN-WATTIAU	Isabelle	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
DARMON	René	Marketing/ <i>Marketing</i>

DE BEAUFORT	Viviane	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
DE BRUYN	Arnaud	Marketing/ <i>Marketing</i>
DE CARLO	Laurence	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
DE GIOVANNI	Pietro	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>
DE POUVOURVILLE	Gérard	Chaire ESSEC Santé/ <i>Health Chair</i>
DE TISSOT	Olivier	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
DECLERCK	Francis	Finance/ <i>Finance</i>
DELGA	Jacques	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
DEMEESTERE	René	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
DESMET	Pierre	Marketing/ <i>Marketing</i>
DICK	Wolfgang	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
DINASQUET	Roger	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
DION	Delphine	Marketing/ <i>Marketing</i>
DONADA	Carole	Management/ <i>Management</i>
DORNIER	Philippe-Pierre	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>
DOSIS	Anastasios	Economie/ <i>Economics</i>
DUBOULOY	Maryse	Management/ <i>Management</i>

DUSSAIX	Anne-Marie	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
ELEMES	Tassos	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
EL OUARDIGHI	Fouad	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>
ENDENICH	Christoph	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
ESPOSITO VINZI	Vincenzo	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
FAUCHER	Hubert	Marketing/ <i>Marketing</i>
FILIP	Andrei	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
FOURCADET	Olivier	Management/ <i>Management</i>
FOURÇANS	André	Economie/ <i>Economics</i>
FULOP	Andras	Finance/ <i>Finance</i>
GASPAR	José Miguel	Finance/ <i>Finance</i>
GLADY	Nicolas	Marketing/ <i>Marketing</i>
GOMEZ	Marie-Léandre	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
GORDIN	Michel	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
GRÖSCHL	Stefan	Management/ <i>Management</i>
GUPTA	Reetika	Marketing/ <i>Marketing</i>
GUYOT	Marc	Economie/ <i>Economics</i>
HELLERINGER	Geneviève	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>

HOANG	Ha	Management/ <i>Management</i>
HONG	Jieying	Finance/ <i>Finance</i>
INDJEHAGOPIAN	Jean-Pierre	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
JANDHYALA	Srividya	Management/ <i>Management</i>
JEANJEAN	Thomas	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
JENKINS	Alan	Management/ <i>Management</i>
JENNY	Frédéric	Economie/ <i>Economics</i>
JENY	Anne	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
KOENIG	Christian	Management/ <i>Management</i>
KOH	Ping – Sheng	Comptabilité – Contrôle de gestion
KRATZ	Marie	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
KUDE	Thomas	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
LAMIRAUD	Karine	Economie/ <i>Economics</i>
LANGOHR	Patricia	Economie/ <i>Economics</i>
LARDINOIT	Thierry	Marketing/ <i>Marketing</i>
LECA	Bernard	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
LE NAGARD	Emmanuelle	Marketing/ <i>Marketing</i>
LEPOUTRE	Jan	Management/ <i>Management</i>
LESCOURRET	Laurence	Finance/ <i>Finance</i>

LI	Junye	Finance/ <i>Finance</i>
LI	Yan	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
LINDER	Stefan	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
LJUBIC	Ivana	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
LONGIN	François	Finance/ <i>Finance</i>
LORINO	Philippe	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
LUI	Daphne	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
MALAURENT	Julien	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
MARTEL	Jocelyn	Finance/ <i>Finance</i>
Mc FARLAND	Richard	Marketing/ <i>Marketing</i>
MELL	Julija	Management/ <i>Management</i>
METIU	Anca	Management/ <i>Management</i>
NANDAKUMAR	Anand	Management/ <i>Management</i>
NAPPI-CHOLET	Ingrid	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
NESTOROVIC	Cedomir	Management/ <i>Management</i>
NOISETTE	Patrice	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
NYECK	Simon	Marketing/ <i>Marketing</i>

OBLE	Frédéric	Marketing/ <i>Marketing</i>
O'CONNOR	Peter	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
ÖNÇÜLER	Ayse	Marketing/ <i>Marketing</i>
ONDRUS	Jan	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
OPERTI	Elisa	Management/ <i>Management</i>
PACHE	Anne-Claire	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
PAPIER	Félix	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>
PAVIE	Xavier	Management des opérations/ <i>Operations Management</i>
PEPITO	Nona	Economie/ <i>Economics</i>
PERETTI	Jean-Marie	Management/ <i>Management</i>
PONCET	Patrice	Finance/ <i>Finance</i>
PORTAIT	Roland	Finance/ <i>Finance</i>
PRAS	Bernard	Marketing/ <i>Marketing</i>
PRAT	Nicolas	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
PROKOPEC	Sonja	Marketing/ <i>Marketing</i>
RAJAN	Ramkishen	Economie/ <i>Economics</i>
RAMASWAMI	Aarti	Management/ <i>Management</i>
RAMIREZ	Carlos	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>

RAMOS	Sofia	Finance/ <i>Finance</i>
RICHARD	Chrystelle	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
ROMBOUTS	Jeroen	Systèmes d'Information, Sciences de la Décision et Statistiques/ <i>Information Systems, Decision Sciences and Statistics</i>
RONCORONI	Andrea	Finance/ <i>Finance</i>
SALLEZ	Alain	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
SANTACREU-VASUT	Estefania	Economie/ <i>Economics</i>
SGOUREV	Stoyan	Management/ <i>Management</i>
SIBIEUDE	Thierry	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
SINACEUR	Marwan	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
SOM	Ashok	Management/ <i>Management</i>
STRAUSS	Karoline	Management/ <i>Management</i>
TAKAGI	Junko	Management/ <i>Management</i>
TARONDEAU	Jean-Claude	Management/ <i>Management</i>
TEDONGAP	Roméo	Finance/ <i>Finance</i>
TERRA	Cristina	Economie/ <i>Economics</i>
THEVENET	Maurice	Management/ <i>Management</i>
TIXIER	Maud	Chaire Communication et Management/ <i>Communication and Management Chair</i>
VALLUREGO	Franck	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private policy</i>
VAN WIJK	Gilles	Management/ <i>Management</i>

VIENS	Gérard	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
VON GOLDBECK	Andreas	Droit & Environnement de l'Entreprise/ <i>Public and Private Policy</i>
VRANCEANU	Radu	Economie/ <i>Economics</i>
WALTON	Peter	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and Management Control</i>
WEBER	André-Paul	Economie/ <i>Economics</i>
WORKIEWICZ	Maciej	Management/ <i>Management</i>
XU	Peng	Finance/ <i>Finance</i>
XUEREB	Jean-Marc	Marketing/ <i>Marketing</i>
YADAV	Vijay	Finance/ <i>Finance</i>
YAKUBOVICH	Valery	Management/ <i>Management</i>
YONG	Kevyn	Management/ <i>Management</i>
ZICARI	Adrian	Comptabilité-Contrôle de gestion/ <i>Accounting and management Control</i>

Au moment d'imprimer ce volume, toutes les précautions ont été prises pour que les informations données soient les plus précises possibles.

L'ESSEC se réserve cependant le droit d'apporter sans préavis tous changements jugés nécessaires concernant notamment, et sans que ce soit limitatif, les divers règlements, les conditions de la scolarité, les cours ou tout autre élément concernant la vie de l'école.

© GROUPE ESSEC / SERVICE ETUDES ESSEC - JUIN 2016

PARIS

ESSEC Business School

3, avenue Bernard-Hirsch - CS 50105 Cergy
95021 Cergy-Pontoise Cedex - France
Tél. +33 (0)1 34 43 30 00
www.essec.edu

ESSEC Executive Education

CNIT BP 230 - 92053 Paris-La Défense - France
Tél. +33 (0)1 46 92 49 00
www.executive-education.essec.edu

ESSEC Asia-Pacific

5 Nepal Park - Singapore 139408
Tél. +65 6884 9780
www.essec.edu/asia

SINGAPOUR



affilié à la

