



Master 1 Mix FR / EN

Course overview

Fall semester 2026

Nouveaux business models - 30h / 4 ECTS

Description du cours

La numérisation des organisations a donné naissance à de nouveaux modèles économiques (NBM). Des secteurs d'activité entiers ont été « perturbés ». Nous pensons ici à des exemples tels que l'hôtellerie avec AirB&B ou les taxis avec Uber. Ces secteurs d'activité matures, oligopolistiques voire monopolistiques, se croyant à l'abri derrière des barrières à l'entrée et l'isomorphisme organisationnel, ont vu la majorité de la valeur ajoutée captée par de nouveaux entrants. L'objectif de ce cours est d'abord de vous permettre de déchiffrer un modèle économique existant, puis d'appliquer ces nouveaux types de modèles économiques à un secteur d'activité existant.

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Comprendre ce qu'est un modèle d'entreprise (définition, composantes), de classer les différents types de modèles d'entreprise (5 types principaux) et enfin de créer une base de données d'exemples archétypaux réels pour chaque catégorie de modèle d'entreprise.
- Esprit critique : appliquer ces concepts à un secteur d'activité existant.

Finance for managers - 30h / 4 ECTS

Course description

In this course, we intend to impart accurate information regarding key financial factors, including various uncertainty and financial stress indicators. In the current uncertain circumstances, risk shocks originating in a financial market can yield to significant fluctuations in investor sentiments, which in turn affect asset prices in other markets (Alomari et al., 2024). Accordingly, a deeper analysis of how international markets are interdependent and shocks are transmitted following unforeseen events has attracted particular attention around the world. Understanding interlinks among different markets in periods of volatility spikes is important for investors, policymakers, and other market participants seeking to manage risk, make investment decisions, or formulate policy responses to global economic and environmental challenges. Interestingly, students will have fresh insights into the sustainability challenges facing business and financial systems. Moreover, the rapidly increasing use of artificial intelligence (AI) has significantly enhanced efficiency in the delivery of financial services, but only at the expense of new menaces to financial stability.

Nowadays, the private sector utilizes AI to improve different tasks including risk management, asset allocation, credit decisions, fraud detection, and regulatory compliance.

40% continuous assessment / 60% final exam

Learning outcomes

i) Offer an advanced approach to the assessment of investment and financing decisions to be taken by corporations, while considering their interlinks with financial markets and their exposures to different kinds of risks (economic and financial crises, health crisis, geopolitical risks and climate risks). ii) Develop an understanding of key financial decisions in an international, uncertain context, incorporating the role of emotions and behavioral biases in shaping investor and managerial behavior. iii) Evaluate the future of banking in the context of a fast-changing environment. iv) Assess the potential of AI to help businesses innovate and develop new business models to transform the future of finance owing to the compelling efficiency and cost advantages it provides. v) Enrich your understanding on how sustainability is rewiring financial systems to benefit society and business.

Business analytics - 30h / 4 ECTS

Course description

Data analysis plays a key role in decision-making in today's world of business and finance. Probability and statistical inferencing are required in decisions as varied as whether or not to launch a new product, which clients need to be targeted in the marketing campaign, and how much pay raise and bonuses to award. This course focuses on these two important aspects of statistics. Concepts of conditional probability, discrete and continuous probability distributions as well as methods of statistical inferencing and hypothesis testing are presented.

40% continuous assessment / 60% final exam

Learning outcomes

The findings from data analysis are vital to effective management. This course caters to individuals with the skills to present complex data clearly and understandably, enhancing communication with stakeholders, team members, and senior management. By mastering these techniques, participants can ensure that important insights are conveyed accurately and persuasively, leading to more informed decision-making and improved organizational outcomes.

Data help managers make informed decisions. This course provides individuals with advanced analytical skills to interpret complex datasets, enabling them to derive valuable insights that guide strategic decision-making. Through this program, participants will learn to harness the power of data, transforming raw information into actionable strategies that drive business success. By mastering these skills, managers can enhance their ability to make sound decisions that are backed by empirical evidence and tailored to the ever-evolving business landscape.

éklosion - Entrepreneuriat multiculturel - 15h / 2 ECTS

Description du cours

Le projet Éklosion vise à promouvoir et à développer les initiatives individuelles et personnelles des étudiants. Reconnaissant le succès de l'économie des loisirs et le temps consacré aux activités en dehors du travail, ce cours vise à cultiver les compétences générales et les compétences de vie à travers divers projets personnels tels que le sport, la philanthropie, les activités culturelles, la formation professionnelle, la planification d'événements ou l'engagement communautaire.

Ce semestre sera particulièrement axé sur l'entrepreneuriat multiculturel.

100% contrôle continu

Objectifs pédagogiques

- Compétences en planification de projet
- Identification et gestion des ressources
- Gestion du temps et productivité personnelle.
- Amélioration de la gestion de la productivité et de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée
- Mise en œuvre des compétences de vie

Culture & management - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Le cours de culture générale vise à fournir une compréhension approfondie de la dynamique des relations internationales, en mettant particulièrement l'accent sur les questions de pouvoir. Les étudiants exploreront les facteurs politiques, économiques, culturels et stratégiques qui façonnent les interactions entre les États, tout en développant des compétences analytiques critiques pour évaluer les défis contemporains auxquels le monde est confronté.

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Analyser et questionner de manière critique des situations internationales complexes en mobilisant des cadres théoriques en relations internationales, afin d'identifier les tensions, les limites et les contradictions entre les approches théoriques et les réalités.
- Évaluer et intégrer de manière transversale les dimensions économiques, politiques, technologiques et environnementales dans l'analyse d'une question géopolitique contemporaine, afin de formuler un diagnostic raisonné et des recommandations cohérentes.

Business English for managers - 30h / 4 ECTS

Course description

This course develops the English communication skills required for effective management in an international environment. It focuses on practical, high-impact workplace situations such as leading meetings, managing team communication, negotiating, handling difficult conversations, presenting strategies and results, and writing clear professional emails and reports. Students strengthen fluency, accuracy, and confidence, with targeted work on business vocabulary, tone, diplomacy, and intercultural communication. The approach is highly applied: role-plays, simulations, case-based discussions, short presentations, and personalized feedback to help managers communicate with clarity, authority, and professionalism in real-world contexts.

100% continuous assessment

Learning outcomes

- Lead and participate in managerial interactions in English (meetings, 1:1s, performance discussions, problem-solving, decision-making) using clear structure, appropriate tone, and effective facilitation language
- Deliver concise, persuasive business messages through presentations and briefings (strategy, KPIs, project updates), adapting language to audience and purpose, and managing Q&A with confidence
- Write professional managerial communication

Strategy & decision - 30h / 4 ECTS

Course description

This course has several objectives - (a) understanding what a strategy is, (b) how do we use strategy in the context of organizations, (c) how can effective decisions be made using strategic management, (d) using a business game simulation implementing the learning of this course.

During this course, students will learn how to take decisions that align with organizational goals, objectives, resources, environmental expectations and pressures.

40% continuous assessment / 60% final exam

Learning outcomes

- Whether student can integrate knowledge of the core business functions to make sound decisions. Given the subject matter of this course – highly practical and applied, the primary competency attained through this course is applied business knowledge. If the students are capable of applying the concepts of business sustainability seen during the course in business scenario.
- Whether the student is able to reflect critically on practical and theoretical issues in the business context. Being able to apply the practical knowledge to real organizational scenarios and being able to analyze organizations in the light of knowledge learnt in this course is the basis for the second competency attained through this course – critical thinking.

Business game - Strategic plan - 30h / 4 ECTS

Course description

The business game allows them to implement their strategic plan (seen in the rest of the module), with managerial skills and teamwork. In this game, students will work in teams of 5-6 students to manage a wetsuit manufacturing company. Student teams will have to implement their strategic plan by making decisions relating to all company functions: purchasing, production, marketing positioning, distribution channel, HR organization, finance. The game is played over a short period of time, requiring students to build the business management tools they need to make quick, informed decisions.

100% continuous assessment

Learning outcomes

- Application of knowledge acquired in previous management courses: market analysis, price and quality positioning, purchasing, production, profitability analysis, investment decisions, HR decisions.
- Teamwork and organization are two essential factors for success in this game.
- Student teams will have to adapt their strategy to changes in the market in which their company operates. They will have to make decisions and analyze their commercial and financial impact.

Contrôle de gestion - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours présente la maîtrise des coûts : comptabilité analytique et méthode de calcul des coûts, avec élaboration de budgets, de tableaux de bord et discussion autour du métier de CG
40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Identifier les types de coûts et les charges organisationnelles
- Analyser une structure de coûts
- Utiliser des outils et méthodes quantitatifs et qualitatifs pour soutenir la prise de décision organisationnelle.

Outils de reporting & analyse - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours vient en soutien du cours de contrôle de gestion et met en application les concepts de calcul des coûts et optimisation du résultat. Les étudiants devront proposer le business plan d'un projet d'entreprise cohérent avec le tissu économique régional et élaborer les tableaux de bord en prévoyant plusieurs situations économiques, environnementales et financières
40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Après présentation d'un projet défini, les étudiants seront confrontés à des scénariis qui les obligeront à revoir leurs anticipations
- Emettre des recommandations alignées avec la stratégie de l'entreprise en utilisant des outils de management avancés et en tenant compte de l'environnement de l'organisation.

Marketing en action - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours a pour objectif de former les étudiants à l'élaboration d'un plan d'actions marketing opérationnel, en tenant compte des enjeux contemporains : volatilité accrue des marchés, évolution des comportements de consommation, intégration des contraintes réglementaires et des exigences liées à la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), intensification de la concurrence et transformation digitale portée notamment par l'intelligence artificielle. Il s'agit de positionner le marketing opérationnel dans la continuité du marketing d'étude et du marketing stratégique, afin d'en appréhender le rôle, les spécificités et les modalités de mise en œuvre. Les compétences développées porteront sur : - L'analyse et la reformulation d'une problématique marketing, - La collecte et le traitement des informations pertinentes pour y répondre, - La conception et la planification d'actions marketing opérationnelles, - La mise en œuvre et l'évaluation de ces actions. La pédagogie adoptée combinera des apports théoriques, l'étude de cas pratiques (notamment à travers un projet d'implantation de magasin en équipe) ainsi que des témoignages de professionnels, permettant aux étudiants d'articuler connaissances académiques et retours d'expérience du terrain.

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Maîtrise des concepts du marketing opérationnel et de leur utilité en entreprise.
- Compétence à savoir évaluer une situation de gestion au regard des concepts du marketing opérationnel.

Go live marketing case - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours immersif met les étudiants en situation de consultants / chefs de projet marketing : à partir d'un brief réel ou réaliste (entreprise, association, start-up, marque), ils conçoivent puis "mettent en production" un plan d'activation orienté résultats.

L'objectif est de passer de la stratégie à l'exécution opérationnelle : choix des canaux, messages, contenus, budget, calendrier, KPI etc.

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Traduire une stratégie en plan d'activation
- Concevoir une campagne "ready to launch"
- Piloter par la donnée
- Travailler en mode projet

Ecosystème du sport et territoire - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours a pour objectif de définir des notions, concepts et définitions, histoire et géographie, approche systémique et territoriale, contexte, enjeux et problématiques, fonctionnement du sport (en France, à l'étranger), localement et mondialement, approche micro et approche macro avec les interactions entre elles, natures et types de structures, stratégies et management, perspectives et innovations, etc. Le lien entre sport et territoire est un aspect important du cours.

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Appropriation exhaustive des théories, concepts et outils opérationnels utiles à l'analyse des environnements
- Maîtrise et co-construction des démarches de Développement Durable, RSE/RSO
- Développer des compétences concrètes et applicables pour la définition et/ou l'optimisation de stratégies de Développement Durable du Sport, et pour l'accompagnement/conseils stratégiques d'organisations et de dirigeants

Projet appliqué sportif - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Vision à 360° d'un club sportif avec mise en situation sur une problématique réelle confiée par un porteur de projet

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Cas collectif en mode projet : émettre des recommandations alignées avec la stratégie de l'entreprise en utilisant des outils de management avancés et en tenant compte de l'environnement de l'organisation.
- Communiquer avec le porteur de projet et le convaincre : identifier et analyser des problèmes et opportunités business et formuler des recommandations de plan d'action.