



Master 1 Français Course overview

Spring semester 2027

Culture juridique - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours doit permettre aux étudiants de saisir les concepts clés du droit et leur importance dans le milieu des affaires. Il va permettre d'appréhender les concepts clés du droit et leur importance dans le milieu des affaires. Les étudiants pourront développer leur capacité d'analyser des situations juridiques complexes et d'en évaluer les implications pour les entreprises. De plus ce cours renforcera la culture juridique des étudiants pour les préparer à prendre des décisions éclairées dans un contexte professionnel. Enfin il permettra d'encourager l'application des principes juridiques à des cas concrets rencontrés dans le monde des affaires.

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Maîtrise des grandes questions juridiques en faisant appel à des connaissances fondamentales en droit
- Analyser des textes juridiques et à interpréter leur portée.
- Identifier les risques juridiques et à élaborer des stratégies pour les atténuer.
- Communiquer efficacement des concepts juridiques à des non-juristes.

Ethique, IA & entreprise - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours aborde les enjeux éthiques auxquels sont confrontées les entreprises modernes, en mettant un accent particulier sur la communication, la responsabilité sociale des entreprises (RSE), et l'impact des actions sur les parties prenantes. Il vise à former des managers capables de concilier performance économique et responsabilité éthique dans leurs pratiques professionnelles.

Le cours met aussi en lumière les dilemmes éthiques et stratégiques liés au développement et à l'usage des technologies d'IA en entreprise. L'objectif est de former des managers capables de comprendre les implications éthiques et organisationnelles de l'IA, d'anticiper les risques et opportunités associés, et de concilier performance économique, responsabilité éthique et adoption maîtrisée des technologies numériques

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Sensibiliser les étudiants aux questions d'éthique dans les affaires et à la communication responsable.
- Développer une capacité à identifier, analyser et résoudre des dilemmes éthiques dans le contexte des entreprises.
- Collaborer sur des études de cas et projets, favorisant le partage de perspectives.
- Étudier des dilemmes éthiques courants dans les affaires (corruption, confidentialité, respect des droits humains).
- Analyser des tensions entre rentabilité et éthique.
- Être capable d'analyser et d'évaluer de manière critique l'usage de l'intelligence artificielle en entreprise.

Recherche pour managers - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Dans un contexte d'abondance informationnelle, d'effet polarisant des algorithmes des réseaux sociaux, de "vérités alternatives", de guerre informationnelle avec toutes les manipulations que cela implique, de la généralisation de l'utilisation des IA sans en connaître les fondements, reconnaître le vrai du faux devient de plus en plus difficile, y compris dans les organisations. Ce cours a pour vocation de donner les clés aux étudiants pour concevoir un processus scientifique de construction/validation de la connaissance. Il s'agit ici de donner aux étudiants une première approche de la méthodologie de recherche

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les principes fondamentaux de la recherche.
- Apprendre à formuler des questions de recherche et à concevoir des projets de recherche. - Développer des premières connaissances en méthodologie de recherche
- Assimiler le vocabulaire de la méthodologie de recherche
- Connaître les éléments indispensables qu'il doit y avoir au sommaire d'un rendu de recherche scientifique
- Savoir poser (justifier) une problématique
- Comprendre les différences entre méthodologie qualitative et méthodologie quantitative

éklosion - Sprint entrepreneurial - 15h / 2 ECTS

Description du cours

Le projet éklosion vise à valoriser et développer les initiatives individuelles et personnelles des étudiants. Ce cours reconnaissant le succès de l'économie des loisirs et le temps consacré aux activités en dehors du travail vise à cultiver les compétences douces (soft skills) et les compétences de vie (life skills) à travers divers projets personnels tels que le sport, la philanthropie, les activités culturelles, la formation professionnelle, l'organisation d'événements ou l'engagement communautaire.

Ce semestre sera basé en particulier sur la gestion des projets entrepreneuriaux.

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

Impact marketing - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours de marketing fait le lien entre les différents niveaux de décision dans l'entreprise et les décisions marketing (Lien entre mission, choix des domaines d'activité stratégique, stratégie générale, stratégie marketing, marketing opérationnel). Il détaille ensuite la nature et le contenu des décisions au niveau stratégique du marketing. Puis il définit les principaux indicateurs chiffrés en marketing analytique. Enfin, il établit le lien entre les indicateurs chiffrés du marketing analytique et les décisions stratégiques en marketing.

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Utiliser des indicateurs chiffrés et comprendre des composantes des décisions stratégiques sont nécessaires à la définition de recommandations stratégiques en marketing.
- Comprendre le lien entre les décisions marketing et les décisions générale de l'entreprise. Et formuler des recommandations cohérentes avec l'ensemble de ces dimensions.
- Formuler des recommandations en articulant indicateurs chiffrés, stratégie générale de l'entreprise, stratégie marketing.

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

Corporate finance - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours fournit une compréhension approfondie des principes de la finance d'entreprise, en se concentrant sur les processus de prise de décision financière au sein des entreprises. Le cours couvre l'analyse financière, l'évaluation, la structure du capital, la politique de dividendes et la gestion financière stratégique, en mettant l'accent sur l'application des concepts théoriques à des situations réelles.

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Appliquer les connaissances fondamentales de la comptabilité (résultat, trésorerie, états financiers) pour procéder à une analyse financière d'une entité.
- S'appuyer sur l'analyse financière pour prendre des décisions d'investissement

Prévisions financières - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours vient en appui du cours de corporate finance et propose des case study aux étudiants sur les problématiques de l'évaluation d'entreprise et de décisions d'investissement

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Les étudiants développeront leur sens critique en cherchant à appliquer les décisions financières optimales.
- Utiliser des outils et méthodes quantitatifs et qualitatifs pour soutenir la prise de décision organisationnelle.
- Savoir déployer l'arsenal de méthodes et outils d'analyse pour prendre les décisions optimales

Plan d'action marketing & média - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Cette intervention donne les stratégies portant sur la communication, le media-planning et les stratégies de prix :

- la fonction de la publicité sur l'attitude du consommateur
- les figures rhétoriques utilisées en publicité
- l'attention portée à la polysémie
- le plan de communication
- le media-planning
- les stratégies de prix en marketing, avantages et risques

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Savoir construire un plan de communication et une stratégie prix
- Savoir apprécier la valeur marketing du travail créatif de l'agence de communication; savoir apprécier les recommandations et pratiques des négociateurs dans la création de valeurs.
- Savoir maîtriser les fondamentaux de la persuasion publicitaire et de la stratégie de prix

E-commerce international - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours propose une approche opérationnelle et orientée business du e-commerce : comment concevoir, lancer et piloter une activité de vente en ligne performante. Les étudiants apprennent à articuler stratégie commerciale, expérience utilisateur (UX), acquisition de trafic, conversion, paiement, logistique, service client et mesure de la performance (KPI). Le cours s'appuie sur des cas concrets, des ateliers (audit, optimisation, mini plan d'action) et la production de livrables "prêts à l'emploi".

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les modèles e-commerce
- Construire une proposition de valeur et une offre e-commerce
- Cartographier et optimiser le tunnel de conversion
- Déployer une stratégie d'acquisition omnicanale
- Piloter la performance avec les KPI
- Intégrer les enjeux opérationnels

Sports techniques, technologies & performance - 30h / 4 ECTS

Description du cours

Ce cours propose une approche intégrée de l'analyse des données sportives et de l'évolution technologique dans le sport. Il couvre les méthodes statistiques et analytiques appliquées aux données (analyses descriptives, régressions, tests, ACP, Big Data) ainsi que les enjeux liés à l'innovation technologique, tels que la performance augmentée, les nouvelles formes de compétitions et leurs implications éthiques et sociétales. L'objectif est de développer des compétences techniques tout en favorisant une réflexion critique sur la durabilité et l'éthique dans le sport.

40% contrôle continu / 60% examen final

Objectifs pédagogiques

- Comprendre et appliquer les concepts fondamentaux de l'analyse statistique et des technologies émergentes dans le sport afin d'interpréter les données, soutenir la prise de décision et évaluer les impacts éthiques et sociétaux des innovations.
- Identifier les enjeux, les limites et les implications éthiques ou sociétales des innovations technologiques dans le sport

Club sportif pro - 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 : 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.
- 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.