

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2	AT ARTEM	
Title			Code	
Atelier Santé et Environnement			AT/RSE/S3-4	
Leader	Level	Credits	Volume	Language
Guy MANGIN - Gérald DUFFING	-	12	90	FRA

Course description

La problématique de meilleure connaissance des tumeurs cérébrales s'est accélérée depuis les années 2000 à un niveau international alors que l'augmentation de leur incidence a été mise en évidence ces dernières années sans qu'aucune étiologie précise ne puisse être évoquée. Les champs de recherche coordonnés en partie au CHU de Nancy impliquent l'axe épidémiologique qui nécessite de nombreuses enquêtes et la capacité de communiquer. Participation méthodologique et pratique aux études d'environnements et d'expositions menées en coordination avec le Réseau d'Etude des Gliomes et l'axe épidémiologique de l'ANOCEF couplées aux travaux sur les tumeurs cérébrales visant à préciser les susceptibilités génétiques et à la mise en place d'un observatoire européen.

Contenu

- . Caractérisation des environnements statistiquement identifiés à risques pathogènes, sous les angles à la fois technologiques et économiques, ergonomiques et/ou de pénibilité, sociaux voire psycho-fonctionnels.
- . Suivi de populations à risques par des enquêtes multifactorielles sur la base de travaux épidémiologiques coordonnés par le REG et l'axe épidémiologie de l'ANOCEF et sur les facteurs multiplicateurs de risques ou d'exposition à des risques associés à forte suspicion génétiques.
- . Contribution par une pratique interdisciplinaire aux travaux de recensement national des tumeurs du système nerveux, à l'étude de répartition géographique nationale des tumeurs et à l'analyse des liens entre lésion tumorale, facteurs génétiques, environnementaux et fonctionnels.
- . Réalisation d'actions de communication et d'appui à toutes formes de campagnes médiatiques aux fins de communiquer sur les travaux engagés ou en état de lancement et sur les besoins de la recherche.
- . Participation à l'organisation de manifestations nationales et internationales en rapport avec les thèmes retenus.

Reference

- . Bauchet L et al. French brain tumor data bank: Methodology and first results on 10000 cases. J Neurooncol 2007, 84:189-199.
- . Offerlé Michel et Rouso Henry: La Fabrique interdisciplinaire. Histoire et science politique, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2008, 283 p.
- . Passet René: le développement durable- de la transdisciplinarité à la responsabilité, CIRET-UNESCO, 1997

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2	AT ARTEM	
Title			Code	
Art, Science and Business			AT/ASB/S3-4	
Leader	Level	Credits	Volume	Language
N. LE ROUVILLOIS / S. PENEY	-	12	90	FRA

Course description
<p>Le cadre pédagogique de cet atelier se construit sur l'articulation d'apports conceptuels du design des lieux de vie (vie sociale, personnelle et professionnelle) et la découverte en pratique de ces espaces de vie. Plus précisément, l'atelier s'appuie sur un parcours de découverte de l'architecture contemporaine en Grande Région.</p> <p>L'atelier Art, Science and Business propose une alternance de séquences de conférences préparatoires et de visites de sites. Ces visites permettent notamment aux étudiants de collecter le matériau nécessaire pour l'élaboration de leur projet.</p>
Content
<p>Séminaire 1 : Design et vie personnelle Les intérieurs de la Cité Radieuse à Briey (54) - Le Corbusier</p> <p>Séminaire 2 : Design et vie culturelle Beaubourg à Metz (57) - Shigeru Ban La Philharmonie à Luxembourg - De Portzampac Le MUDAM à Luxembourg - IM Pie</p> <p>Séminaire 3 : Design et vie professionnelle La rénovation des Hauts Fourneaux à Uckange (57) - C. Lévêque Salle de marchés BNP Paribas - Luxembourg</p>
Reference
<p>Working Spaces Editor : Simone SCHIEIFER</p>

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2	AT ARTEM	
Title			Code	
Atelier Anglo-Saxon Project Management			AT/ASPM/S3-4	
Leader	Level	Credits	Volume	Language
Bertrand AGOSTINI	-	12	90	ENG

Course description
To tutor students in a professional project involving the introduction onto an Anglo-saxon market of a new product or service; to introduce students to the business environment in countries where the Anglo-saxon influence is, or historically has been, strong; to introduce students to aspects of business culture in the target country; to introduce students to the theories, models and practices pertaining to conducting business outside of France.
Content
Business Culture: Attitudes, Behaviour, Values Cultural and Business environments (in UK, USA, Canada, India and Ireland) Project management International Marketing Strategy Creative thinking in Business In each of the countries studied, discussion will include aspects of the market, entrepreneurship, and consumer behaviour.
Learning objectives
(1.3) Use critical thinking in order to select the obvious elements of a problem and summarize them critically and argumentatively ; (2.2) Apply creative methods in order to be able to imagine an innovative solution ; (3.3) Make decisions after a scrupulous analysis of its consequences and provide justification ; (4.1) Write professional, documented and argued reports ; (4.3) Savoir convaincre dans le cadre d'entretien ou de présentations de tous types ; (5.1) Decypher the codes of a different cultural environment; (6.4) Build a start up project in a different cultural environment.
Reference
Beamer, Linda and Varner, Iris, Intercultural Communication in The Global Workplace, Mcgraw-Hill, 2008. (58 €).

Prerequisite & Evaluation	
Prerequisite	Assessment
None	Semester 1: Written exam 3h - 20%; Initial proposal report 30%; Initial proposal presentation - 50% Semester 2: Written exam 3h - 20%; Final project report - 30%; Final project presentation - 50%

Teaching methods					
	Lecture	Directed Work	e-Learning	Other	
Volume					

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2	AT ARTEM	
Title			Code	
Atelier Conseil en organisation			AT/CEO/S3-4	
Leader	Level	Credits	Volume	Language
Patricia APANGU	-	12	90	FRA

Course description
<p>Les participants doivent mener à bien une mission de conseil en organisation ou d'innovation, proposée par une ou plusieurs entreprises. Le temps présentiel permet l'acquisition des méthodes et outils nécessaires et une large place est laissée au travail sur la mission, qui est supervisée par un tuteur.</p>
Content
<p>Méthodologie et posture du consultant. Rédaction d'un cahier des charges. Techniques de présentation. Gestion de projet. Gestion du changement.</p>
Reference
<p>BENOIT-CERVANTES G. : La boîte à outils de l'Innovation. Dunod, 2008. RASIEL E. M. : The McKinsey Way. McGraw-Hill, 1998. STERN P, TUTOY, P. : Le métier de consultant, principes, méthodes, outils. Ed. D'organisation, 2003.</p>

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2	AT ARTEM	
Title			Code	
Atelier CFA			AT/CFA/S3-4	
Leader	Level	Credits	Volume	Language
Jacky KOEHL	-	12	90	FRA

Course description
<p>Cet atelier a pour objet de préparer les étudiants aux examens professionnels en Finance (CFA principalement). Il se focalise tout particulièrement sur les connaissances nécessaires pour présenter le niveau 1. Les enseignements dans le cadre de cet atelier seront dispensés pour une part en français et pour une part en anglais. Les méthodes pédagogiques utilisées sont conformes aux modalités de passage de ces examens</p>
Content
<p>Les principaux thèmes des examens professionnels de premier niveau seront abordés au cours des différentes séances de cours.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Déontologie et pratiques professionnelles <input type="checkbox"/> Méthodes quantitatives pour financiers <input type="checkbox"/> Analyse économique <input type="checkbox"/> Analyse financière <input type="checkbox"/> Evaluation <input type="checkbox"/> Gestion de portefeuille
Learning objectives
<p>Acquisition des connaissances nécessaires pour se présenter à l'examen du CFA.</p>
Reference
<p>CFA © Programme Curriculum Vol 1 à 6 Pearson Custom Publishing Manuels de préparation du CFA</p>

Prerequisite & Evaluation	
Prerequisite	Assessment
Aucun	5 QCM en ligne contrôle continu (75%) 1 QCM final en ligne (25%)

Teaching methods					
	Lecture	Directed Work	e-Learning	Other	
Volume					

Programme	Year	Route		
ICN Grande Ecole	2	AT ARTEM		
Title			Code	
Atelier CORA : Conseil en Organisation appliquée à la grande distribution			AT/CORA/S3-4	
Leader	Level	Credits	Volume	Language
Michel MAKIELA	-	12	90	FRA

Course description

L'entreprise partenaire CORA propose d'étudier cette année :

- le développement du segment BIO
- le développement du service DRIVE (faire ses courses en ligne et les retirer ensuite sur un point « drive » de l'enseigne)

Content

Le cursus se déroule de la manière suivante :

- prise de connaissance du secteur de la grande distribution et de l'entreprise CORA
- étude de zone de chalandise du grand Nancy et méthodes d'étude de clientèle
- présentation de chaque famille de produits par les responsables marketing de l'entreprise CORA

Après ce tronc commun, les étudiants sont répartis en groupes de 4 à 6 personnes afin d'étudier sur le terrain une famille de produits particulière :

- étude de marché et étude de clientèle
- analyse des ventes des magasins Cora de Nancy
- benchmark des concurrents de la grande distribution alimentaire et de la distribution spécialisée
- diagnostic (matrice SWOT, Facteurs clés de succès, ..)
- préconisations et plan d'actions pour mettre en place un nouveau concept

Reference

Ce travail sur le terrain se fait en relation directe avec les interlocuteurs CORA (directeurs de magasin, contrôleur de gestion, responsables de marché, managers de rayons, responsable produits marketing ..). Ceci nécessite quelques déplacements dans les magasins autour de Nancy (questionnaire, enquêtes, ...).

Contacts anciens Mines : Benjamin Courtot, Sylvain Jouhannau, Sylvain Rousson, Raphaël Weisemberger

Contacts anciens ICN : Cedric Blum, Marjorie Hubler, Maxence d'Haveloose, Karen Philbert

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2	AT ARTEM	
Title			Code	
Atelier Gestion maîtrisée innovation technologique			AT/GMIT/S3-4	
Leader	Level	Credits	Volume	Language
Gérald DUFFING	-	12	90	FRA

Course description
<p>Cet atelier Artem plonge des étudiants dans la réalité d'un projet à mener dans un contexte d'innovation pour des entreprises de type PMI/PME. Il vise à former les participants à la gestion de projet innovants. Le caractère multidisciplinaire de ces projets sera l'occasion d'un brassage des compétences des étudiants d'origines différentes et des acteurs industriels associés. Chaque acteur du projet apportera les points de vue associés à son expérience, à sa formation et à ses savoir-faire. Il s'agit donc d'un véritable apprentissage par l'action.</p>
Content
<p>Semestre 1 : Réflexion préalable sur le projet et apports théoriques (ceci peut varier en fonction des projets) :</p> <p>Approche stratégique des organisations et de l'innovation Pratique de la gestion de projet. Pratique de la gestion de l'innovation. Interventions professionnelles.</p> <p>Semestre 2 : Mise en œuvre opérationnelle du projet, avec apports complémentaires si besoin. L'opérationnalisation s'articule autour d'une véritable collaboration entre les étudiants et les entreprises, impliquant une immersion au sein de ces entreprises et une collaboration rapprochée avec les managers écoles.</p>
Learning objectives
<p>Organiser une réflexion sur un projet innovant. Appliquer les outils et méthodes de gestion de projet. Savoir travailler en équipe multi-disciplinaire. S'intégrer et contribuer à un projet d'entreprise complexe. Construire un cahier des charges Défendre publiquement sa proposition.</p>
Reference
<p>G. Benoit-Cervantes. La boîte à outils de l'Innovation. Dunod, 2008. S. Fernandez-Walch, F. Romon. Management de l'innovation. De la stratégie aux projets. Vuibert, 2006.</p>

Prerequisite & Evaluation	
Prerequisite	Assessment
Aucun	<p>Pour chaque semestre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluation de la gestion du projet : 30% - Rapport et soutenance finale : 70%

Teaching methods					
	Lecture	Directed Work	e-Learning	Other	
Volume					

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2	AT ARTEM	
Title			Code	
Atelier Le Manager CréaCtif			AT/MC/S3-4	
Leader	Level	Credits	Volume	Language
Nicole LE ROUVILLOIS	-	12	90	FRA

Course description

Comment valoriser la valeur ajoutée "human-ware" de l'entreprise ?

Content

Le développement du capital humain de l'entreprise
 La vision, les valeurs et les principes
 Les bases de la communication et de la relation
 La motivation : définition, recherche, différence avec la manipulation
 La félicitation, première démarche de respect de l'autre
 La délégation - Les entretiens de développement personnel
 La prise de décision et la reconnaissance de l'erreur
 La réunion - La réprimande- La gestion des conflits
 La créativité et la prise d'initiative
 L'expression orale et la prise de parole en public
 La gestion du temps et l'organisation personnelle - la gestion de son stress

Reference

Quel Manager êtes-vous ? Daniel EPPLING - Laurent MAGNIEN - Editions d'Organisation, 2006

Programme		Year	Route		
ICN Grande Ecole		2	AT ARTEM		
Title				Code	
Atelier ARTEM Intelligence économique et décision				AT/IED/S3-4	
Leader		Level	Credits	Volume	Language
Carine SONNTAG		-	12	90	FRA

Course description
« L'intelligence économique est l'ensemble des actions coordonnées de recherche, de traitement, de distribution, de maîtrise et de protection de l'information en vue de son exploitation utile aux différents acteurs économiques ». Pour ce faire, le processus d'IE implique différentes phases qui seront traitées dans l'atelier : 1) la collecte, l'évaluation et le traitement de l'information, 2) la compréhension et la gestion des leviers d'influence et enfin 3) la protection de l'information. L'IE s'applique aussi bien au niveau de l'entreprise, que du secteur, que de la politique publique et son objectif est l'anticipation et la prise de décision en contexte risqué
Content
<p>Partie 1 : Collecte, évaluation et traitement de l'information Apprentissage et mise en œuvre d'outils de collecte et d'évaluation de l'information à partir de petits cas concrets et d'un sujet de recherche à traiter en groupes (recherche avancée sur internet, mise en place d'outils de veille, mind mapping, création et exploitation d'un service d'IE) Techniques de classification et hiérarchisation de l'information</p> <p>Partie 2 Compréhension et gestion des leviers d'influence Comprendre les interactions entre les différents acteurs économiques (géopolitique, pouvoirs publics, lobbying, renseignement) et mettre en œuvre des outils de cartographie des zones d'influence</p> <p>Partie 3 La Protection de l'information et la gestion de sa communication Comment les grandes entreprises, services de l'état, et spécialistes de la protection de l'information organisent-ils leur politique? Comment organiser sa sécurité informatique?</p>
Learning objectives
<p>(1.2) Mobiliser les outils analytiques utiles pour identifier un problème de gestion et le problématiser (3.2) Identifier les situations à risques et évaluer les conséquences d'une démarche non éthique (4.1) Réaliser des rapport professionnels, documentés et argumentés (5.3) Savoir s'insérer dans une équipe pluri-disciplinaire, comprendre la contribution de chacun et y apporter la sienne propre (7.1) Bâtir un projet en définissant des objectifs qui prennent en compte les intérêts des commanditaires et de la communauté, et savoir leur rendre compte de l'avancement des travaux</p>
Reference
<ul style="list-style-type: none"> • BOUCHET : Intelligence économique et gestion des risques, Pearson. • BOURNOIS et ROMANI, L'intelligence économique et stratégique dans les entreprises françaises, Economica. • DAGUZAN et MASSON : L'Intelligence économique : Quelles perspectives ?, L'Harmattan. • Du MANOIR de JUAYE : Droit de l'intelligence économique, LITEC. • IHDN : Comprendre l'Intelligence économique, Economica

Prerequisite & Evaluation	
Prerequisite	Assessment
Aucun	Semestre 1: Dossier 1 (10%), Dossier 2 (30%) Semestre 2: Dossier 3 (40%) Oral (20%)

Teaching methods					
	Lecture	Directed Work	e-Learning	Other	
Volume					

Programme		Year	Route	
ICN Grande Ecole		2	ARTEM	
Title			Code	
Atelier Modélisations financières			AT/MF/S3-4	
Leader	Level	Credits	Volume	Language
Sandrine PENEY	-	12	90	FRA

Course description

Le cadre pédagogique de cet atelier se construit sur l'articulation des apports conceptuels et méthodologiques de la modélisation et une mise en œuvre pratique en utilisant des outils informatiques professionnels dans le cadre de projets.

L'atelier modélisation financière est composé de trois parties. Chaque partie est construite sur le même modèle pédagogique : alternance de séquences de formation et de tutorat permettant une mise en pratique encadrée.

Content

PARTIE 1 : Modélisation économétrique : Etudes d'événements

Durant cette première partie, les étudiants se familiarisent avec les bases conceptuelles des modèles économétriques et la mise en œuvre des différentes étapes d'une étude d'événements.

PARTIE 2 : Optimisation de portefeuilles

En se fondant sur la théorie de la gestion de portefeuille, l'atelier aborde les différentes phases d'évaluation d'un portefeuille : constitution des données, évaluation de l'aversion au risque de l'investisseur, construction de la frontière d'efficience, calculs de performance des portefeuilles.

PARTIE 3 : Modélisation prévisionnelle

Dans cette partie, sont présentés les méthodes et les outils de la prévision financière fondée sur les états financiers de l'entreprise. S'appuyant sur le diagnostic financier qui traduit les évolutions passées, l'objectif est formuler des projections de 3 à 5 ans des flux financiers.

Reference

Hubler J. "Les méthodologies d'études d'événements" guide méthodologique (remis aux étudiants).
Bellalah M. "Gestion de portefeuille" Pearson.
Vernimmen P. "Finance d'entreprises", Dalloz.