

| Programme | | Year | Route | | |
|---------------------------|--|-------|---------|--------|----------|
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | | |
| Title | | | | Code | |
| Commerce équitable | | | | A911 | |
| Leader | | Level | Credits | Volume | Language |
| Christine MORIN ESTEVES | | - | 2 | 15 | FRA |

| Course description |
|---|
| <p>Le cours aide à apporter des réponses aux questions suivantes : Comment généraliser l'éthique dans les échanges commerciaux? Comment appliquer les principes du Commerce Equitable aux échanges Nord-Nord, ou Sud-Sud? Et le cours démontre que le commerce équitable est bien un enjeu de développement durable.</p> |
| Content |
| <p>1) Qu'est-ce que le commerce équitable? les textes fondateurs, les règles internationales, les liens avec le développement durable</p> <p>2) Pourquoi développer le commerce équitable? questionnement par rapport au fonctionnement classique du marché, impact sur la protection de l'environnement (recyclage, produits biologiques), impact sur la place de l'individu (la question de la place de la femme au travail dans l'hémisphère sud, l'alphabétisation, ...), impact sur le développement interne et externe de l'entreprise, impact sur les relations internationales.</p> |
| Learning objectives |
| <ul style="list-style-type: none"> - Dégager les caractéristiques de l'environnement d'un problème (1.1) - Identifier les situations à risques et évaluer les conséquences d'une démarche non éthique (3.2) - Décrypter les codes d'un environnement, éventuellement différent d'un point de vue disciplinaire ou culturel (5.1) |
| Reference |
| <ul style="list-style-type: none"> - Pour un commerce mondial plus juste, Joseph E. Stiglitz et Andrew Charton, 2007 (Poche 2010) - Le Commerce équitable, Lecomte Tristan, Eyrolles, 2004 |

| Prerequisite & Evaluation | |
|---------------------------|--|
| Prerequisite | Assessment |
| Aucun | Dossiers à réaliser par groupe de 2 étudiants (100%) |

| Teaching methods | | | | | |
|------------------|---------|---------------|------------|-------|--|
| | Lecture | Directed Work | e-Learning | Other | |
| Volume | | | | | |

| Programme | | Year | Route | | |
|--------------------------------|-------|---------|--------|----------|--|
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | | |
| Title | | | | Code | |
| Doing business in China | | | | A902 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language | |
| Carine SONNTAG | - | 2 | 15 | ENG | |

| Course description |
|--|
| In depth learning of the chinese culture and specificities through news and current economic and political questions. |
| Content |
| <p>Pieces of questions that could be adressed during the class:</p> <p>INTRODUCTION : China's latest news Where to find relevant informations about China ? Why are they so many failures ? Case study : Danone in China The chinese way : a (very) short history of China and the importance of history (case study) Who has made money in China ? Is China ready for a world leadership ? How is China acting on the international scene ? Did our views change during this program ?</p> |
| Learning objectives |
| <p>(5.1) Décrypter les codes d'un environnement, éventuellement différent d'un point de vue disciplinaire et culturel (6.1) Savoir investiguer un champ de connaissance et en faire la synthèse (6.3) Démontrer une connaissance suffisante de l'actualité et sa mise en perspective par rapport au monde des affaires</p> |
| Reference |
| Dreyer, 2010, China's Political System, 7/E , Pearson edition |

| Prerequisite & Evaluation | |
|---------------------------|--------------|
| Prerequisite | Assessment |
| Done | Dossier 100% |

| Teaching methods | | | | | |
|------------------|---------|---------------|------------|-------|--|
| | Lecture | Directed Work | e-Learning | Other | |
| Volume | | | | | |

| | | | | |
|------------------------|-------|---------|--------|----------|
| Programme | | Year | Route | |
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | |
| Title | | | Code | |
| Finance éthique | | | A901 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language |
| Sondes MBAREK | 3 | 2 | 15 | FRA |

| Course description |
|---|
| <p>La finance éthique est souvent mise en avant comme étant un moyen d'apporter une réponse aux scandales qui ont récemment agité l'économie et la finance. L'objectif de ce cours est donc de faire un tour d'horizon de la finance éthique: son rôle, ses principes, son contenu, ses acteurs, ses enjeux, etc. Les raisons de la promotion de la finance éthique ainsi que les éventuels écarts entre le discours et la pratique seront également analysés</p> |
| Content |
| <ul style="list-style-type: none"> - Définition des concepts clés - Les principaux acteurs de la finance éthique - Les perspectives de la finance éthique - Les différentes formes de finance éthique (l'investissement socialement responsable, la finance islamique, les fonds éthiques, etc.) |
| Learning objectives |
| <p>2.1 Identifier les champs disciplinaires, les méthodes et les outils pour la résolution de problème 3.1 Connaitre les cadres réglementaires des affaires et les codes de conduite</p> |
| Reference |
| <ul style="list-style-type: none"> - Finance éthique : Structures, acteurs et perspectives en France, M. Roux et O. Pastré, 2005 - Finance islamique : une illustration de la finance éthique, François Guéranger, 2009 |

| Prerequisite & Evaluation | |
|---------------------------|---------------------------|
| Prerequisite | Assessment |
| Aucun | Examen final de 2h (100%) |

| Teaching methods | | | | | |
|------------------|---------|---------------|------------|-------|--|
| | Lecture | Directed Work | e-Learning | Other | |
| Volume | | | | | |

| Programme | | Year | Route | | |
|---|-------|---------|--------|----------|--|
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | | |
| Title | | | | Code | |
| Approches systémiques des zones émergentes | | | | A904 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language | |
| Alexandra MOES | - | 2 | 15 | FRA | |

| Course description |
|---|
| <p>Trois intervenants différents spécialistes de la zone alternent entre apports théoriques et discussions avec le groupe.</p> <p>Ainsi les étudiants connaîtront trois zones en émergence, sur trois continents différents, Europe, Asie, Afrique, leurs aspects culturels et comprendront enfin quelles sont les opportunités qui s'offrent aux entreprises françaises pour développer leurs exportations dans ces zones</p> |
| Content |
| <p>- L'Afrique du Sud : présentation du pays : pays, hommes et événements majeurs ; l'Afrique du Sud une société multiraciale encore cloisonnée ; l'économie du pays ; l'entreprise sud-africaine et son environnement ; les entreprises sud-africaines à l'échelle internationale.</p> <p>- L'Inde et ses perspectives d'avenir : importance des aspects culturels ; les principaux secteurs d'activités ; les opportunités commerciales</p> <p>-l'Amérique Latine : importance des aspects culturels ; les principaux secteurs d'activités ; les opportunités commerciales.</p> |
| Learning objectives |
| <p>Décrypter les codes d'un environnement, éventuellement différent d'un point de vue disciplinaire ou culturel</p> <p>Adapter ses manières de faire en fonction des caractéristiques de l'environnement et savoir adopter d'autres méthodes de travail</p> <p>Démontrer une connaissance suffisante de l'actualité et sa mise en perspective par rapport au monde des affaires</p> |
| Reference |
| <p>REVUE HERODOTE, Revue de géographie et de géopolitique Editions La Découverte PARIS</p> <p>- Amérique Latine, Nouvelle géopolitique 2006 - Amérique, Nations Hispaniques 2000</p> <p>Les entreprises sud-africaines découvrent le management interculturel. LE MOCI, 04/2004 Faites rêver le consommateur sud-africain !/ LE MOCI, septembre 2001, Le Black Business séduirait-il enfin les étrangers? LE MOCI, 01/99</p> |

| Prerequisite & Evaluation | |
|---------------------------|--|
| Prerequisite | Assessment |
| Aucun | - QCM à la fin de chaque intervention (1/3 de la note finale pour chaque QCM). |

| Teaching methods | | | | | |
|------------------|---------|---------------|------------|-------|--|
| | Lecture | Directed Work | e-Learning | Other | |
| Volume | | | | | |

| Programme | | Year | Route | |
|--|-------|---------|--------|----------|
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | |
| Title | | | Code | |
| La Télévision : Stratégie et Management | | | A905 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language |
| Nicole LE ROUVILLOIS | - | 2 | 15 | FRA |

Course description

La télévision occupe aujourd'hui une place prépondérante dans notre société. L'objet de ces interventions est de permettre à l'auditeur d'appréhender les processus de création et de production, mais aussi les stratégies de communication (et de management) permettant la réalisation d'un objet filmique et cela à travers plusieurs approches pluridisciplinaires.

Content

Les approches sont multiples : (intervention de nombreux professionnels de l'image)

- comprendre les relations interprofessionnelles entre les domaines artistiques et administratifs : production, réalisation, encadrement
- comment le management est-il vécu au sein d'une chaîne de télévision ?
- définir les liens qui unissent réalisateurs et producteurs de documentaires et magazines télévisuels
- explorer les méthodologies de travail liées à la "réalisation de documentaires et de magazines télévisuels", mais aussi à la "fabrication de l'information"
- définir la notion de "droit d'auteur"
- critiquer certaines productions télévisuelles
- analyser les problématiques de production des "objets filmiques" : produire quoi et comment avec quel argent et pour qui ?

Reference

Régis Debray, Vie et mort de l'image, une histoire du regard en Occident, Gallimard, 1992
 Pierre Bourdieu, Sur la télévision suivie de l'Emprise du journalisme, Liber Editions, 1996
 Hornberger Pierre, La Barre, 26', coproduction France 3-Oxygène Production, 2002
 Hornberger Pierre, La Petite Italie, 52', coproduction Mosaïk TV-Oxygène Production, 2008
 Hornberger Pierre, L'horizon caché", 52', coproduction France 3-Prodaction, 2009

| | | | | |
|---------------------------------------|-------|---------|--------|----------|
| Programme | | Year | Route | |
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | |
| Title | | | Code | |
| Design des espaces commerciaux | | | A903 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language |
| Sabrina Barès | - | 2 | 15 | FRA |

| Course description |
|---|
| <p>Ce module propose une gestion de projet type quant à la création et la conception d'un nouveau format de magasin. L'innovation en matière de design d'espaces commerciaux requiert le travail d'une équipe multidisciplinaire (designers, responsables marketing, contractants généraux, ...) culturellement hétérogène. Cours magistraux, conférences, témoignages et cas.</p> |
| Content |
| <ul style="list-style-type: none"> - Concepts-clés du design d'environnement et de l'architecture commerciale. - Etapes de conception d'un nouveau format de magasin. - Choix des partenaires : agences de design, architectes, maîtres d'œuvre d'exécution et de conception. - Méthodes d'innovation en design des espaces commerciaux. - Tendances architecturales et prospectives. |
| Learning objectives |
| <ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser les fondamentaux en matière d'architecture commerciale (vocabulaire, concepts-clés). - Identifier les principales étapes de conception d'un nouveau format de magasin et les points critiques de la gestion de projet. - Appréhender plusieurs méthodes d'innovation en matière de design d'espace commercial. - Développer une démarche prospective : imaginer des axes d'innovation pour les magasins du futur. <p>ILOs : (2.1); (2.2); (2.3) ; (4.1) ; (6.1); (6.2); (6.3); (6.5) ; (7.3)</p> |
| Reference |
| <p>Richard J.-P. et Sanchez S., (2009), "Créer un point de vente", Eyrolles, Editions d'Organisation. Borja de Mozota (2001), "Design Management", Editions d'Organisation. Mostaedi A. (2006), "Shop Design", Links.</p> |

| Prerequisite & Evaluation | |
|---|---|
| Prerequisite | Assessment |
| Optionnel : Module "Stratégie d'innovations industrielles" (cycle expert "Design et Innovation") | <ul style="list-style-type: none"> - 50% Dossier cas pratique brief création (individuel) - 50% Dossier (en groupe) |

| Teaching methods | | | | | |
|------------------|---------|---------------|------------|-------|--|
| | Lecture | Directed Work | e-Learning | Other | |
| Volume | | | | | |

| Programme | | Year | Route | | |
|--|--|-------|---------|--------|----------|
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | | |
| Title | | | | Code | |
| La Diversité comme facteur de performance en entreprise | | | | A907 | |
| Leader | | Level | Credits | Volume | Language |
| Christine MORIN ESTEVES | | - | 2 | 15 | FRA |

| Course description |
|---|
| <p>Ce cours s'attachera à faire le lien entre la nécessité de la Diversité des profils des hommes et des femmes en entreprises et la performance que cette Diversité engendre dans le cadre du fonctionnement même de la structure.</p> |
| Content |
| <p>1) Qu'est-ce que la Diversité? Aspects juridiques (non-discrimination), aspects éthiques, aspects géopolitiques; question de l'âge, du sexe, du handicap, des origines sociales, de l'appartenance religieuse, ...</p> <p>2) Pourquoi développer la Diversité en entreprise? responsabilité de tous, respect de chacun, valeurs d'ouverture et d'engagement, performance économique et humaine de l'entreprise</p> <p>3) Comment développer la Diversité en entreprise? La Charte et le Label Diversité, la contrainte législative, exemples d'entreprises et de collectivités qui s'engagent en faveur de la Diversité (Egalité hommes-femmes : BPL, Handicapés : SG et Décathlon, en général : CG54 et Schneider Electric)</p> |
| Learning objectives |
| <ul style="list-style-type: none"> - Connaître les cadres réglementaires des affaires et les codes de conduite (3.1) - Identifier les situations à risques et évaluer les conséquences d'une démarche non éthique (3.2) - Savoir s'insérer dans une équipe pluridisciplinaire, comprendre la contribution de chacun et y apporter la sienne propre (5.3) |
| Reference |
| <ul style="list-style-type: none"> - Mesurer la discrimination et la diversité – éléments de réponse, Hédia Zanad et Pete Stone, 2009 - GRH et gestion de la diversité, Annie Cornet et Philippe Warland, DUNOD, 2008 - Vers l'entreprise inclusive – 6 clés de la diversité, IMS entreprendre pour la cité – Autrement, 2008 - Les oubliés de l'égalité des chances, Laurence Méhaignerie et Yazid Sabeg, Poche, 2006 |

| Prerequisite & Evaluation | |
|---------------------------|---|
| Prerequisite | Assessment |
| Aucun | Dossier à réaliser par groupe de 2 étudiants (100%) |

| Teaching methods | | | | | |
|------------------|---------|---------------|------------|-------|--|
| | Lecture | Directed Work | e-Learning | Other | |
| Volume | | | | | |

| | | | | |
|-------------------------|-------|---------|--------|----------|
| Programme | | Year | Route | |
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | |
| Title | | | Code | |
| Sport Management | | | A910 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language |
| Theo STENGELHOFEN | - | 3 | 15 | ENG |

| Course description | |
|---|--|
| <p>Sport has become an important part of nearly everybody's life. But today it is no longer a leisure activity, it became a business in the moment teams started to sell tickets and to pay athletes to compete for them. As more and more resources (money) are used by this industry, professional management knowledge is highly demanded. The Sport Industry has, on the other hand, less markets restrictions to overcome. The application of management, economics and sociology knowledge in the field of sport can be used to either check the validity of business theories and concepts, or to solve the increasing number of various managerial Problems in sport organisations, which have moved in the recent past from voluntary non-profit organisations to profit maximising companies.</p> | |
| Content | |
| <p>The sessions will focus on the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sport products and sport industries • human resource management in sport • government funding of sport • sport marketing • sport sponsoring • organisation of sport <p>The contents of the course will be enriched with case material from different sport, different countries and different levels of performance. The cases also include individuals, teams, organisations and events. To understand all aspects, emphasis is given to theoretical concepts from Economics, Sociology or Psychology.</p> | |
| Learning objectives | |
| <p>At the end of the course the students should have acquired</p> <ul style="list-style-type: none"> • an understanding of underlying political, economic and historic factors that shape the organisation of sport in general but also in different countries • conceptual, critical and analytical abilities in the examination of sport management problems • knowledge the structure and functioning of sport organisations, if they are private, public or voluntary <p>Students should also be able</p> <ul style="list-style-type: none"> • to compare the professional sport systems of the US and Europe • highlight and discuss actual questions and problems of sport management from practical cases • create ideas/solutions about real sportmanagement issues | |
| Reference | |
| <p>MASTERALEXIS, L.P., BARR, C.A., HUMS, M.A.: (Eds.) (2008) , Principles and Practise of Sport Management, New York, Aspen Publishers, 3rd edition</p> | |

| Prerequisite & Evaluation | |
|---------------------------|--|
| Prerequisite | Assessment |
| None | Group Presentation (50%) Individual Paper (Dossier - 50%) |

| Teaching methods | | | | | |
|------------------|---------|---------------|------------|-------|--|
| | Lecture | Directed Work | e-Learning | Other | |
| Volume | | | | | |

| Programme | | Year | Route | |
|---|-------|---------|--------|----------|
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | |
| Title | | | Code | |
| Protection de l'environnement et développement durable | | | A908 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language |
| Christine MORIN-ESTEVEES | - | 2 | 15 | FRA |

| Course description |
|---|
| <p>Ce module aborde la question de l'enjeu de la protection de l'environnement dans l'ensemble des activités de l'entreprise. De manière plus large, c'est l'intégration du développement durable dans la politique stratégique de l'entreprise qui sera envisagée comme nouveau modèle économique.</p> |
| Content |
| <p>Les thèmes du développement durable (origine et application du concept), de la prise en compte de la protection de l'environnement, de la norme SD 21000, du marché carbone, du bilan carbone et des raisons d'être d'un management de l'environnement sont abordés. Une ou plusieurs visites d'entreprises particulièrement modèles en matière de protection de l'environnement font l'objet d'une visite.</p> |
| Learning objectives |
| <ul style="list-style-type: none"> - Appliquer des méthodes de créativité pour être capable d'imaginer, le cas échéant, une solution innovante (2.2) - Connaître les cadres réglementaires des affaires et les codes de conduites (3.1) - Evaluer les conséquences de ses actes sur son environnement, à différents périmètres (3.4) - Savoir convaincre dans le cadre d'entretiens ou de présentations de tous types (4.3) |
| Reference |
| <p>-« Développement durable. L'intégrer pour réussir. 80 PME face au D 21000 », K. Delchet, Editions de l'Afnor, juin 2007</p> <p>-« Le développement durable, théories et applications au management », M. Dion et D. Wolff, Ed° Dunod, 2008</p> |

| Prerequisite & Evaluation | |
|---------------------------|--|
| Prerequisite | Assessment |
| Aucun | Travail en petits groupes évalué par une soutenance 100% |

| Teaching methods | | | | | |
|------------------|---------|---------------|------------|-------|--|
| | Lecture | Directed Work | e-Learning | Other | |
| Volume | | | | | |

| Programme | | Year | Route | |
|---|-------|---------|--------|----------|
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | |
| Title | | | Code | |
| Enjeux d'un management humaniste | | | A906 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language |
| Stéphanie ARNAUD | - | 2 | 15 | FRA |

Course description

Peut-on concilier efficacité économique et humanisme dans l'entreprise ? Ce cours propose des réponses aux questions suivantes : Que veut dire "humanisme" concrètement ? Quels outils de management mobiliser et quels modes de GRH mettre en place dans l'entreprise pour satisfaire les valeurs humanistes (exercices et jeux pour acquérir ces outils) ? Quelles sont les preuves empiriques de l'efficacité économique d'un tel mode de management ? Quelles sont les conséquences sur la motivation et l'implication au travail des salariés ? Quels sont les obstacles, difficultés et limites rencontrés dans la mise en place d'un management humaniste ?

Content

Lecture préalable du cours demandée pour que les sessions se déroulent sous forme de discussions et de débats animés. Avec Mme Arnaud : Les étudiants sont invités à discuter de leurs expériences professionnelles précédentes (année césure, stages, etc.) en faisant le lien avec les questions soulevées par le cours pour créer un débat et enrichir mutuellement leurs points de vue et analyses des situations de travail. Préparation de mini-exposés en petits groupes pendant les séances de cours. Cours avec supports powerpoint suivis de discussions. Avec les autres intervenants (Consultants, DRH) : analyses d'études de cas, récits d'expérience de leur part, animation de jeux de rôle et jeux de simulations, dessins et autres formes d'expressions artistiques, etc. Jeux pour apprendre aux futurs managers à réaliser un feed-back constructif auprès de leurs collaborateurs, à mener un entretien d'évaluation associant respect de la personne et efficacité. Jeux en PNL pour développer ses compétences relationnelles (savoir s'adapter à son interlocuteur, savoir écouter, mieux se comprendre, etc.).

Reference

Le cours donné à lire à l'avance, pour permettre un débat dès la première séance sur vos réflexions personnelles.
 GOLEMAN D, (1997), L'intelligence émotionnelle, Ed. Robert Laffont.
 LEROUX A, (1999), Une société à vivre. Refonder le personnalisme. P.U.F.
 MARTIN F, (2008), Managez humain, c'est rentable ! Comment humaniser les relations professionnelles, De Boeck.
 MASSON P., (2004), Manager humaniste, Edition d'Organisation.

| Programme | | Year | Route | |
|-------------------------|-------|---------|--------|----------|
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | |
| Title | | | Code | |
| Design (in)human | | | A913 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language |
| Sandrine PENEY | - | 2 | 15 | ENG |

Course description

This course is managed in collaboration with the Akademie Schloss Solitude (ASS). Akademie Schloss Solitude is the center of an international network of young artists in the areas of architecture, visual and performing arts, design, literature, music/sound and video/film/new media. In addition, young business people, scientists and scholars can take part in this network through the art, science & business program. The new fellows who will begin their work in October 2009 in the Akademie have as central topic "Design of the (In)Human." T

Content

In this project "Design of the (In)Human", Akademie Schloss Solitude devote itself to concepts of the human and the inhuman in the discourses of natural sciences, life sciences, philosophy and cultural studies, in economic and management theories, and particularly in the arts. The focus of interest is just as much the tensions between as the interfaces with biological and technological reality, globalized economy and philosophical reflections that raise once again the question of humanism from a contemporary point of view.

After a presentation of the Art, Science and Business programm in the Akademie Schloss Solitude, some fellows from several fields (art, science and business) will come to introduce their works in the programm Design (In-) Human and to initiate the students to a transdisciplinary thought, more precisely, the question will be "Could all these questions about the human and the inhuman, posed independently by individual disciplines, point to each other and be regarded and treated as diverse facets of one and the same question?"

Reference

Publications of the Akademie Schloss Solitude
Jean-François Lyotard: Das Inhumane [L'inhumain, 1988]. Wien 2006

| Programme | | Year | Route | |
|---------------------------|-------|---------|--------|----------|
| ICN Grande Ecole | | 3 | ARTEM | |
| Title | | | Code | |
| La voix du manager | | | A912 | |
| Leader | Level | Credits | Volume | Language |
| Sandrine PENEY | - | 2 | 15 | FRA |

| Course description |
|---|
| <p>Beaucoup pensent encore que la prise de parole est réservée à une élite douée d'un talent naturel.</p> <p>Pas de mystère, "parler en public s'apprend et s'appuie sur des techniques simples et efficaces pour qui sait les mettre en pratique</p> |
| Content |
| <p>La méthode pédagogique alterne :</p> <p>1) des travaux individuels et en groupe en portant une attention constante aux propres perceptions corporelles et à la relation aux autres, au public</p> <p>2) des exercices autour de la voix et du souffle, discours et extraits de scènes...</p> <p>L'ensemble du module est animé par Françoise Klein, diplômée de l'école nationale des Beaux-Arts de Nancy, comédienne, metteur en scène et spécialiste du travail sur la voix.</p> |
| Learning objectives |
| <ul style="list-style-type: none"> - Savoir convaincre dans le cadre de présentations orales de tous types - Développer un socle de connaissance dans une autre discipline que la gestion - Décrypter les codes d'un environnement, éventuellement différent d'un point de vue disciplinaire ou culturel |
| Reference |
| <p>Le guide de la voix , Dr Yves Ormezzano Ed. Odile Jacob, 2000</p> |

| Prerequisite & Evaluation | |
|---------------------------|---|
| Prerequisite | Assessment |
| Aucun | Présentation orale : 40% Participation et engagement : 60% |

| Teaching methods | | | | | |
|------------------|---------|---------------|------------|-------|--|
| | Lecture | Directed Work | e-Learning | Other | |
| Volume | | | | | |